

El turismo mochilero en el municipio de Salento como una forma de experiencia cultural

Jessica Carolina Álvarez Linares

Laura Natalia González Fajardo

Diana Carolina Tovar Soto

Universitaria Agustiniiana
Facultad de Arte, Comunicación y Cultura
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá D.C
2018

El turismo mochilero en el municipio de Salento como una forma de experiencia cultural

Jessica Carolina Álvarez Linares

Laura Natalia González Fajardo

Diana Carolina Tovar Soto

Director

Alvelayis Nieto Mejía

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Arte, Comunicación y Cultura

Programa de Hotelería y Turismo

Bogotá D.C

2018

1. Dedicatoria

Este proyecto se lo quiero dedicar a Dios por ser el autor intelectual de que este trabajo se llevara a cabo, por permitir cada momento con su infinito amor, también se lo quiero dedicar a mi madre

Miryam Fajardo quien todos los días se levantó junto a mí para demostrarme que me estaba apoyando, que este paso no era solo mío si no también suyo quien con solo mirarme me decía lo orgullosa que estaba de mí, a pesar de mis fallas ella siempre me mostro el camino para llegar a este día, a mi padre Jhon Jairo González quien desde el primer día se esforzó para que yo pudiera tener esta oportunidad, quien a pesar de ser un hombre de pocas palabras me enseñó que el esfuerzo y la dedicación tiene su recompensa, quien me dio el ejemplo de responsabilidad y constancia y cada día me apoyo sin importarle como terminara; a ustedes padres solo me resta decirle Gracias por tanto, también dedico este trabajo a personas que sin saberlo hacían de mí una mujer fuerte llena de motivación y alegría y por ultimo quiero mencionar a Andrés Felipe Torres quien sin saberlo me acompañó y creyó en mi cuando yo ya no lo hacía, que con su amor me dio fortaleza y motivación y a Jhon Sebastián González que sin saberlo se convirtió en mi ejemplo por su gran amor por el aprendizaje y sus incansables ganas de explorar el mundo tan solo con un libro y su conocimiento.

¡¡A todos ustedes les dedico este esfuerzo por que el triunfo no es solo mío es nuestro!!

Laura Natalia González Fajardo

2. Dedicatoria

En primer lugar quiero dedicar este proyecto a mis padres y hermanas, quienes siempre estuvieron ahí para apoyarme y darme fortaleza cuando las cosas no salían tan bien. A mi tía y madrina por ser ese Ángel de la guarda en la tierra que siempre está para mí, apoyándome cuando más lo necesito. Gracias por guiarme y ser tan incondicional.

Diana Carolina Tovar Soto

3. Dedicatoria

Este logro se lo dedico a Dios y a la Virgen por ser quienes guían mi paso, que con fe y de la mano de ellos todo es posible.

A mi familia especialmente a mi papá Edgar, por luchar por mi futuro y el de mis hermanas, demostrarme que todo con perseverancia, humildad y gratitud se puede llegar hasta donde uno se lo proponga.

Mis abuelos Isabel y Félix por su dedicación a la hora de guiarme, por darme todos mis estudios, siempre buscando un mejor futuro para mí, formándome como una persona llena de valores y amor por todo lo que hago.

Mis hermanas Laura y Paola, por estar presentes en cada etapa de mi vida, acompañarme y enseñarme a seguir adelante ante cualquier obstáculo, siendo ellas mi ejemplo de mujeres guerreras que con mucho estudio y dedicación se sale adelante.

Jessica Carolina Alvarez Linares

Agradecimientos

Agradecemos a Dios ya que gracias a Él logramos culminar satisfactoriamente esta formación, porque a pesar de los altibajos, tuvimos una gran fortaleza para no rendirnos y seguir adelante para así poder obtener este título.

A la Universitaria Agustiniiana por brindarnos la oportunidad de estudiar y ser profesionales preparadas para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Al profesor Alvelayis Nieto y a la profesora Carolina Cárdenas por su dedicación, compromiso y paciencia a la hora de formarnos, guiándonos con su sabiduría en este paso como personas y profesionales para así poder desempeñarnos bien en el mundo laboral.

A nuestras compañeras por confiar las unas en las otras, por la dedicación y paciencia, darnos la mano para seguir adelante juntas, demostrándonos que con perseverancia se puede y así mismo trabajando en grupo, sacando lo mejor de sí. Así mismo a nuestros familiares, amigos y compañeros más cercanos que creyeron en nosotras y nos dieron la fuerza para seguir adelante.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar el turismo mochilero en el municipio de Salento en el departamento del Quindío como experiencia cultural, lo que se busca es realizar un estudio que ayude a determinar si realmente existe un intercambio cultural entre los turistas mochileros que llegan al municipio con los habitantes del mismo.

Para lograr este objetivo se opta por un tipo de investigación descriptiva, la cual permite observar el comportamiento de los turistas, con un enfoque mixto ya que se utilizaron instrumentos cualitativos como la entrevista y la fotografía e instrumentos cuantitativos como la encuesta.

El estudio cuenta con tres capítulos en los cuales se ven desarrollados en este documento; El primer capítulo denominado “perfil del turista mochilero del municipio de Salento” da inicio con definiciones que permiten enfocar correctamente la investigación y metodología para finalmente determinar el perfil del turista mochilero que llega al municipio; El segundo capítulo busca caracterizar los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero en el área de estudio, iniciando con una aproximación de Salento como destino turístico mochilero, siguiendo con la aplicación de una entrevista, la realización de unos formatos de caracterización y algunas preguntas realizadas en la encuesta para lograr culminar este objetivo; Por último, el tercer capítulo “Diseño de una matriz de fortalecimiento para el municipio de Salento” pretende, mediante una matriz DOFA identificar algunos aspectos que deben ser tomados en cuenta para fortalecer el turismo mochilero en el municipio.

Tabla de contenido

1. Dedicatoria.....	3
2. Dedicatoria.....	4
3. Dedicatoria.....	5
1. Introducción.....	12
2. Planteamiento del problema.....	14
2.1. Planteamiento del problema.....	14
2.2. Formulación.....	14
2.3. Descripción.....	14
3. Justificación.....	16
4. Objetivos.....	17
4.1. Objetivo general.....	17
4.2. Objetivos específicos.....	17
5. Marcos de referencia.....	18
5.1. Marco teórico.....	18
5.2. Marco geográfico.....	20
5.3. Marco conceptual.....	21
5.3.1. Turismo cultural.....	21
5.3.2. Turismo mochilero.....	21
5.3.3. Turismo sostenible.....	22
5.3.4. Motivación.....	22
5.3.5. Turismo experiencial.....	22
5.3.6. Patrimonio material.....	23
5.3.7. Patrimonio inmaterial.....	23
5.3.8. Destino turístico.....	24
5.4. Marco legal.....	24
5.4.1. Ley 300 de 1996.....	24
5.4.2. Ley 1558 de 2012.....	24
5.4.3. Decreto 1903 de 2014.....	25
5.4.4. Decreto 2646 de 2013.....	26
5.4.5. Ley 397 de 1997.....	26
6. Metodología.....	28
6.1. Cuantitativo.....	28
6.2. Cualitativo.....	28

6.3.	Investigación descriptiva	29
6.4.	Muestra	29
6.5.	Muestreo por conveniencia o muestreo intencional	30
6.6.	Población	31
6.7.	¿Qué son técnicas de investigación?	31
6.8.	Instrumentos en la investigación	32
6.9.	Encuesta.....	32
6.10.	Entrevista	33
6.11.	Matriz de observación.....	33
6.12.	Diario de campo	34
7.	Capítulo 1.....	35
7.1.	Perfil del turista mochilero del municipio de Salento	35
7.2.	¿Qué es un perfil de turista?	35
7.3.	¿Cómo se construye un perfil de turista?.....	36
7.3.1.	Aspectos socioeconómicos.....	37
7.3.2.	Aspectos motivacionales.....	38
7.3.3.	Aspectos preferenciales.....	39
7.4.	Caracterización del turista mochilero del municipio de Salento	40
7.5.	Perfil del turista mochilero que visita Salento.....	46
8.	Capítulo 2.....	48
8.1.	Caracterizar los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero en el área de estudio.....	48
8.1.1.	¿Qué es un destino turístico a nivel general?	48
8.1.2.	¿Qué es un destino turístico a nivel mochilero?.....	50
8.2.	Salento como destino turístico mochilero	51
8.3.	Caracterización de los atractivos naturales y culturales que privilegia el turista mochilero en el municipio de Salento.	52
8.4.	Caracterización de los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero que visita el municipio de Salento.....	61
8.4.1.	Análisis de la encuesta.	62
8.5.	Sistematización y análisis de las entrevistas realizadas en el municipio de Salento.....	66
9.	Capítulo 3.....	71
9.1.	Diseño de matriz de fortalecimiento para el municipio de Salento	71
9.2.	¿Qué es la matriz DOFA? Características y metodología para su elaboración	71
9.2.1.	Análisis externo.....	71
9.2.2.	Oportunidades.	72
9.2.3.	Amenazas.	72

9.2.4.	Análisis interno.	73
9.2.5.	Fortalezas.	73
9.2.6.	Debilidades.....	73
9.3.	Aspectos a tener en cuenta para la construcción de la matriz FODA.....	73
9.4.	Matriz DOFA para el municipio de Salento.....	75
9.5.	Plan de mejoramiento	76
9.6.	Plan de mejoramiento para el municipio de Salento, Quindío	77
10.	Conclusiones	79
11.	Recomendaciones.....	81
12.	Referencias	83
13.	Anexos.....	87

Lista de figuras

figura 1.	Mapa de senderos a pie-caballo-bicicleta. Colombia es tuya.com (2018).....	20
figura 2.	Marco conceptual para el análisis de la demanda turística. Cerda & Leguizamón (2005)	37
figura 3.	Motivaciones psicológicas de los turistas. Castaño (2005)	39
figura 4.	El concepto de destinos turístico. Instituto de estudios turísticos.....	50
Figura 5.	Matriz DOFA. Thompson y Strikland (1998), citados por Talancón (2007)	74

Lista de tablas

Tabla 1.	Análisis de las entrevistas	66
Tabla 2.	Matriz DOFA	75
Tabla 3.	Plan de mejoramiento para el municipio de Salento.....	77

1. Introducción

La presente investigación se refiere al tema del turismo mochilero en el municipio de Salento, como una forma de experiencia cultural; el turismo mochilero, que se puede definir como los viajeros que se incursionan por el mundo sin ningún tipo de intermediario como agencia de viajes y hoteles predeterminados, algo que no quiere decir que no cuenten con expectativas, exigencias y motivaciones por un viaje a realizar.

La característica principal de este tipo de viajero, es que no viven el turismo como se acostumbra, lo que se refiere a un Hotel de lujo con todos los servicios que este presta o un restaurante donde se hagan las más finas y exquisitas comidas, por lo contrario les gusta involucrarse con la cultura, los locales, los restaurantes que han construido un ambiente típico del municipio.

Sin embargo se presenta la problemática de que no existe un mercado específico o un estudio donde se demuestre por qué este viajero decide viajar de esta manera, algo un poco extraño, ya que este viajero se ha popularizado, pues día tras día, son más las personas que viajan con estas expectativas, por lo mencionado anteriormente se decide empezar una investigación para definir todas aquellas variables que permitirán saber si tienen una experiencia cultural o simplemente es una modalidad de viaje que ha tomado fuerza por el voz a voz.

Es un proyecto que se justifica en el interés de las integrantes de conocer las necesidades, gustos, expectativas, deseos, etc del turista mochilero, un turista que se considera cercano por sus características principales como edad, economía, interés en el intercambio cultural y aventura; el realizarlo en el municipio de Salento, nace de los factores culturales con los que cuenta y del conocimiento previo de la llegada de mochileros al lugar.

Desde el punto de vista metodológico se utilizó el enfoque mixto cualitativo con el método descriptivo e instrumentos como la entrevista, la encuesta y la observación, esto permitió tener conocimiento del cómo y para que se realiza el viaje, identificando el género que predomina, las edades más comunes en las que se incursionan, cuánto dinero están dispuestos a gastar en este lugar, el tipo de alojamiento preferido, las comidas que les gustan, la interacción con los locales y cuál es la motivación para emprender este viaje.

La investigación se hace por medio de tres capítulos que dan respuesta a la pregunta planteada, ¿Por qué el turismo mochilero en Salento, Quindío es un referente de experiencia cultural? El

primer capítulo denominado “Perfil del turista mochilero en el municipio de Salento”, se abordó por medio de una encuesta que permitió identificar adecuadamente este perfil.

El segundo capítulo “Caracterizar los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero en el área de estudio” fue llevado a cabo por medio de la aplicación de una entrevista a diferentes prestadores de servicios para mochileros en el municipio, además de la realización de unas fichas de caracterización, las cuales permiten observar detalladamente esas actividades y lugares que privilegia el turista; finalmente se realiza el análisis de unas preguntas realizadas en una encuesta, las cuales fueron diseñadas para contribuir al desarrollo de este capítulo.

Finalmente, el tercer capítulo “Diseño de una matriz de fortalecimiento para el municipio de Salento”, permite a través de una matriz DOFA, la identificación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con las que cuenta el municipio; a través de la identificación de estos factores, se procede con la realización de una matriz de mejoramiento la cual comprende las estrategias diseñadas, los objetivos que deben cumplir, los responsables en llevarlas a cabo y un presupuesto estimado para este fin.

En el trabajo se puede concluir que el turista mochilero puede lograr que esta modalidad sea un turismo de masa, ya que como se evidencia a lo largo de este trabajo, viajan de manera descomplicada pero con demandas; además de esto presupuestan el gasto de su viaje dependiendo los servicios y atractivos que el destino pueda ofrecer.

2. Planteamiento del problema

2.1. Planteamiento del problema

El turista mochilero es conocido por viajar de manera descomplicada y aventurera, sin embargo esto no significa que no tengan exigencias, gustos, preferencias o expectativas a la hora de desarrollar la actividad; es por ello que es fundamental realizar estudios que evidencien una guía de acción en pro de mejorar las características que ofrecen los diferentes destinos a la hora de recibir este tipo de turista.

Es así que, se presenta a Salento, Quindío como uno de los destinos más apetecidos para desarrollar actividades típicas del turista mochilero.

Sin embargo, el municipio de Salento, Quindío no cuenta con los estudios suficientes para determinar las características de su viabilidad como destino turístico con énfasis al turista mochilero; es evidente la falta de información frente a los gustos, preferencias, motivaciones que los mochileros en Salento Quindío presentan a la hora de realizar su viaje, además no hay existencia de datos específicos como estadísticas que muestren el desarrollo de las actividades que realiza este tipo de turista o señalen si acaso existe un intercambio cultural; de la misma manera no presenta registros de la frecuencia con la que visita este lugar.

2.2. Formulación

¿Por qué el turismo mochilero en el municipio de Salento es una forma de experiencia cultural?

2.3. Descripción

Es importante conocer si los turistas mochileros que visitan el municipio de Salento, lo hacen por integración y experiencia cultural o es únicamente entretenimiento, por otro lado los habitantes de Salento, Quindío no cuentan con un producto turístico enfocado hacia el turista mochilero; por esta razón no se potencializa el destino para realizar este tipo de turismo. Por este motivo se planteó el objetivo principal que contribuye al desarrollo de este proyecto y así mismo darle respuesta y brindar información sobre la manera de como este turista se desenvuelve, incrementando el turismo en el municipio.

Referente a eso se puede decir que si no se realiza un seguimiento a lo dicho anteriormente no existirá la posibilidad para aprovechar los recursos naturales y culturales, y así garantizar la

supervivencia del sector en los próximos años; la capacidad de generar innovación, de crear mejoras en el producto, en la prestación de servicios, en el entorno, en la promoción, en la comercialización, en definitiva, en todas las piezas que integran el complejo mecanismo del sistema turístico. No habrá turismo sin inversión colectiva en el turismo.

3. Justificación

El turismo mochilero o turismo joven es un tipo de turismo que cada vez está tomando más fuerza en el mundo, especialmente en Colombia, pues es un turismo que es económico, aventurero, además que es un turismo que se interesa en descubrir nuevas culturas y riquezas naturales, es por esto que Colombia cada día se posiciona en el mundo como un destino backpack o mochilero.

La idea de realizar este estudio surge del interés de las integrantes de conocer las necesidades, gustos, expectativas, deseos, etc del turista mochilero, un turista que se considera cercano por sus características principales como edad, economía, interés en el intercambio cultural y aventura; el realizarlo en el municipio de Salento, nace de los factores culturales con los que cuenta y del conocimiento previo de la llegada de mochileros al lugar.

Este estudio sirve para lograr identificar si la oferta de Salento es adecuada para los mochileros, si realmente se vive una experiencia cultural, si la comunidad local sabe lo que ellos buscan y si están satisfaciendo esas necesidades básicas de este tipo de turistas, esto, con el fin de identificar esos factores que pueden estar fallando y requieren mejoras.

Los beneficiados con este proyecto son tanto los turistas mochileros, como las comunidades locales del municipio de Salento; Los turistas se ven beneficiados en el sentido de que van a tener lo que buscan, van a encontrar un municipio que los entiende, que está dispuesto a ofrecerles ese intercambio cultural que motiva el viaje y la comunidad local se beneficia ya que van a lograr saber lo que buscan esos turistas que visitan su municipio y así podrán diseñar productos que satisfagan esas necesidades, incentivando la llegada de estos turistas a Salento para vivir una verdadera experiencia cultural.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Identificar el turismo mochilero en el municipio de Salento como una forma de experiencia cultural.

4.2. Objetivos específicos

- Establecer el perfil del turista mochilero que visita el Municipio de Salento.
- Caracterizar los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero en el área de estudio.
- Realizar una matriz de fortalecimiento que se constituya en un aporte a la experiencia cultural del destino.

5. Marcos de referencia

5.1. Marco teórico

En la revisión documental se pueden evidenciar que existen diferentes conceptualizaciones respecto al turismo mochilero y es que con el pasar de los años el concepto “turista mochilero” ha cambiado y cada vez se ve realizado en diferentes lugares.

Los “Backpacker” o denominados comúnmente en Argentina como turismo mochilero, son aquellas personas que viajan de forma económica, generalmente con una mochila a sus espaldas, que siguen una filosofía de vida donde le dan mucha importancia al lugar de destino, buscando un contacto más cercano y auténtico con la cultura local. (Spreggero & Velázquez, 2016, pág. 7).

El concepto de mochilero hace referencia a un tipo de turista que realiza un viaje auto-gestionado de larga duración con múltiples destinos a los que se llega a través de un itinerario flexible. Suele asociarse también a un desembolso económico reducido y a un uso mínimo de la industria turística habitual. En general, este tipo de turista rechaza clasificarse como tal y dice buscar un contacto más profundo con la naturaleza o con la población de los países que visita. (Maoz & Cabello, 2007;2014, pág. 167).

Esta definición aporta al proyecto, para entender aún más qué tipo de turista es, como se identifica y que no solo se ve a nivel nacional sino también internacional, demostrando que no es el típico viajero que solo se desplaza por conocer un lugar. Sino que tienen una razón para viajar y es la de adquirir conocimiento mientras van conociendo lugares del mundo.

Según Erick Cohen, fueron los herederos del movimiento hippie y los movimientos estudiantiles de los años 60, los cuales buscaban un contraste respecto a la sociedad de origen y una búsqueda fuera de ella. A partir de 1980 se dieron cambios en esta subcultura asociada al turismo donde se dejó de denominarlos vagabundos o hippies y comenzó a referirse a ellos como mochileros o Backpacker. (Spreggero & Velázquez, 2016, pág. 15).

Es aquí donde se demuestra respectivamente que se dieron cambios y es que podrán venir de un movimiento hippie, pero muchos de los viajeros no son meramente hippies, sino que son aquellas personas que deciden conocer diferentes tipos de culturas mientras se están desplazando; de las que la mayoría son jóvenes aventureros y/o también aquellos que trabajan, así como personas estudiadas que se toman un tiempo para poder viajar.

Es indispensable conocer más acerca del turista mochilero, y es que se encuentran referentes de perfiles en otros lugares, aquellos que aportan al trabajo de investigación para entender más

sobre este tipo de turista. A continuación se describirán cada una de las generalidades del turista mochilero:

Características: el turista usualmente es de clase media o clase media alta, este realiza un alto gasto económico durante su viaje, utilizan hoteles o moteles baratos que suelen disponer de tarjeta de crédito y es frecuente que porten teléfonos celulares, computadores portátiles o Tablet y costosos equipos fotográficos durante sus viajes.

Motivaciones: se encuentran muchas de las cuales las principales son; el deseo de adquirir nuevos conocimientos y competencias, relacionarse con otras culturas y aprender, este viéndolo como un eslabón de la cadena educativa. Otras motivaciones del turista mochilero son la adquisición de experiencias y conocimientos, explorar otras culturas, interactuar con personas de otros países, aumentar los conocimientos, comprobar sus habilidades en un ambiente no familiar y descubrir nuevos lugares y cosas.

Preferencias: buscar un alojamiento económico, que puedan armar un itinerario informal y flexible, van con gran énfasis en conocer gente y participar en una serie de actividades (de observación como flora y fauna, caminatas), tienen una marcada preferencia por países lejanos de su lugar de origen y poco desarrollados, pueden elegir entre descansar, buscar un ambiente de relax o el contacto general con la naturaleza.

¿Porque se hace?

Los viajeros deciden realizar sus viajes como mochileros, porque pueden organizar sus propios itinerarios, pueden visitar localidades que en los circuitos tradicionales no se encuentran, eligen el tipo de transporte que utilizan, no realizan las excursiones tradicionales, deciden el tiempo en que realizan los viajes y su duración, que atractivos visitar y cómo visitarlos, y se auto guían.

Todos estos factores dan una visión aún más grande sobre el turista mochilero y construir un perfil en especial de los turistas que visitan el municipio de Salento. Conociendo sobre cada uno y respecto a esto, los conocimientos para que Salento crezca día a día y no pierda toda esa tradición antioqueña que lleva intacta, la cual se observa en sus calles, misma que atrae a todos los turistas además de sus atractivos como los cafetales y esos hermosos paisajes que es lo que más la caracteriza.

5.3. Marco conceptual

5.3.1. Turismo cultural.

Es el que consiste en visitar lugares con un significado cultural con el fin de conocer su cultura o su historia y de esta forma obtener conocimiento.

A partir de la década de los ochentas del siglo XX aumenta de manera significativa la práctica el turismo cultural. Este aumento está relacionado con la importancia creciente que las sociedades de consumo. Durante décadas, el consumo estaba relacionado con la idea de acumulación-las personas consumirán acumulando bienes-, pero a partir de un determinado momento las personas empezaron a consumir bienes o servicios para distinguirse, para ser consideradas más sofisticadas, más informadas o más cultas. Este consumo de distinción se concentra, en especial, en consumo de cultura. Y este consumo cultural se ve reforzado por la irrupción de otra dimensión: el consumo se centra cada vez menos en objetos tangibles y se centra, de manera creciente, en consumo de experiencias. Y la cultura es un espacio idóneo para ello.

La OMT propondrá una definición más estricta entendiendo como turismo cultural “los movimientos de personas con motivaciones básicamente culturales, tales como circuitos de estudios, circuitos culturales y de artes del espectáculo, viajes a festivales u otros eventos culturales, visitas a monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el folclore o el arte, así como peregrinaciones”. (Pulido, De la Calle, & Velasco, 2013, págs. 21-22).

5.3.2. Turismo mochilero.

El turismo mochilero es el objeto de estudio de este proyecto y una tendencia que está en constante crecimiento especialmente entre los jóvenes.

De acuerdo a la literatura científica más habitual, el backpacker o mochilero puede ser definido como un tipo de turista que realiza un viaje de larga duración organizado por él mismo, el cual realiza un desembolso económico reducido, con múltiples destinos a los cuales llega mediante un itinerario flexible alejado del proporcionado por la industria turística mainstream. (Martín Cabello & García Manso, 2015, pág. 434).

5.3.3. Turismo sostenible

Es una forma de turismo que cuida al medio ambiente, preocupándose siempre por el bienestar de este y que sea practicado tanto por nacionales como extranjeros.

La Organización Mundial del Turismo, OMT (2018) define: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

5.3.4. Motivación.

Son todas aquellas cosas que hacen que una persona realice una acción que satisfaga alguna de sus necesidades.

Dann, (citado en Araujo & de Sevilla Gosling, 2017) menciona que las motivaciones de viajes parten de dos conceptos: anomia y exaltación del ego. La anomia sería el deseo de “trascender la sensación de aislamiento inherente a la vida cotidiana” (Fodness, 1994: 556), que “sólo puede ser completada si el individuo se aleja de todo” (Crompton, 1979: 441); y la exaltación del ego deriva de la necesidad de reconocimiento que es obtenido por medio del estatus conferido por el viaje. (p. 66).

Dias & Cassar, (citado en Araujo & de Sevilla Gosling, 2017) también citan otras motivaciones que ellos llaman genéricas, ya que se aplican a todos los turistas: escapar de la rutina diaria, recompensa por el trabajo realizado, un modo de liberación de las convenciones y una contribución al desarrollo de valores espirituales. Otra perspectiva es la del turismo como búsqueda de autenticidad, significado y valores (Ross, 2002) o para escapar de la vida cotidiana. En base a la tendencia a tomar vacaciones más frecuentes y cortas Mannell & Iso-Ahola (1987) citan el escape como el factor motivacional más importante. El escape puede deberse tanto al exceso como a la falta de estimulación (Ross, 2002). (p. 65).

5.3.5. Turismo experiencial.

Forma de turismo en el que la el viajero realiza una vivencia que lo aleja de lo cotidiano, generando satisfacción o una experiencia.

Turismo experiencial o turismo creativo para Raymond y Greg Richards (2000) es aquel que promueve la participación en actividades artísticas y creativas para descubrir y aprender del destino que se visita. Es una oportunidad de desarrollar el potencial creativo en el entorno de la cultura del lugar de destino. El turismo creativo es apto para cualquier público y son infinitas las temáticas a elegir. Por tanto, puede generar un turismo de calidad que optimice los recursos del destino. Los turistas más creativos se sienten atraídos por la cultura del destino y podrán experimentarla mediante las actividades. Lo que también conseguirá que los residentes locales

vean cómo los turistas valoran y aprecian su cultura, generando unos lazos muy positivos. (Richards & Raymond, 2000)

5.3.6. Patrimonio material.

Patrimonio tangible; son todos aquellos bienes muebles e inmuebles hechos por el hombre y que son heredados. Caracterizados por tener un interés histórico, científico, artístico, estético o simbólico.

El patrimonio cultural tangible se compone de los monumentos, edificios, lugares arqueológicos, conjuntos históricos, y los elementos “naturales”, como los árboles, grutas, lagos, montañas y otros. Tangible también engloba las obras de arte, los objetos de interés arqueológico y los objetos de la vida cotidiana, como pueden ser los utensilios, vestidos y otros objetos culturales. Por una parte está el patrimonio tangible mueble, que comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Por otro lado, está el patrimonio tangible inmueble, que está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. (Organización de las Naciones Unidas para la ciencia, 2003).

5.3.7. Patrimonio inmaterial.

Patrimonio intangible, se refiere a todas aquellas costumbres aprendidas por los antepasados, transmitidos por la vivencia; hablando desde bailar, cantar, tocar instrumentos, cocinar, etc.

De acuerdo a la convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, patrimonio inmaterial se entiende como: "los usos, las representaciones, las expresiones, los conocimientos y las técnicas que las comunidades y los grupos, y en determinados casos los individuos, reconocen como una parte integrante de su patrimonio cultural". Esta definición incluye prácticas sociales como las representaciones, las tradiciones, las fiestas y los ritos, las artes escénicas, la artesanía y, en general, aquellos conocimientos y habilidades que,

transmitidos de generación en generación, sirven para dar a la comunidad un sentido de identidad y continuidad. (Organización de las Naciones Unidas para la ciencia, 2003).

5.3.8. Destino turístico.

Es el lugar o espacio que visita el turista y está ubicado a distancia de la zona de donde reside, con la infraestructura y servicios adecuados para satisfacer al turista.

“Espacio que cuenta con los elementos necesarios para la atracción de corrientes turísticas (recursos turísticos) y para su acceso y para su acceso, desplazamiento y disfrute en dicho espacio (empresas e infraestructuras turísticas)”. (Olmos & García, 2013, pág. 6).

5.4. Marco legal

5.4.1. Ley 300 de 1996.

“Por el cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones”.

Ley general del turismo; por medio de la cual se busca impulsar el desarrollo de la infraestructura y el desarrollo turístico en el país. Generando infraestructura turística e industria turística. Desde los prestadores de servicios turísticos, el impacto social en la ciudad que se realiza y los clientes o turistas quienes son el foco de la actividad, como repercute esta actividad en el desarrollo del país y como se proyecta la marca país en el mundo.

5.4.2. Ley 1558 de 2012.

“Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996-Ley General de Turismo, La Ley 1101 de 200 y se dictan otras disposiciones”.

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Artículo 2° Principios de la actividad turística. Modificado por el artículo 2° de la Ley 300 de 1996. El cual tendrá 4 nuevos principios.

Desarrollo social, económico y cultural. El turismo conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Desarrollo sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

5.4.3. Decreto 1903 de 2014.

“Por medio del cual se reglamenta la devolución del Impuesto sobre las ventas a los turistas extranjeros no residentes en Colombia y a los visitantes extranjeros no residentes en Colombia”.

Artículo 1°. Devolución de IVA a los turistas extranjeros no residentes en Colombia y a los visitantes extranjeros no residentes en Colombia en las Unidades Especiales de Desarrollo Fronterizo. De conformidad con lo previsto en el inciso primero del artículo 38 de la Ley 300 de 1996, modificado por el artículo 14 de la Ley 1101 de 2006, y lo señalado en el artículo 28 de la Ley 191 de 1995 modificado por el artículo 70 de la Ley 1607 de 2012, la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN- devolverá a los turistas extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes gravados en el territorio nacional, y a los extranjeros en tránsito fronterizo no residentes en Colombia por la adquisición de bienes gravados realizadas en las Unidades Especiales de Desarrollo Fronterizo, el ciento por ciento (100%) del impuesto sobre las ventas, previo cumplimiento de las condiciones y requisitos señalados en el presente Decreto.

Artículo 5°. Bienes muebles gravados con derecho a la devolución del IVA. Solamente otorgan derecho a la devolución del impuesto sobre las ventas a los bienes muebles relacionados a continuación:

- Confecciones
- Calzado
- Marroquinería
- Discos compactos
- Artesanías
- Juguetería
- Lencería
- Electrodomésticos
- Joyería en general
- Esmeraldas
- Artículos de ferretería

5.4.4. Decreto 2646 de 2013.

“El cual se refiere a la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos”.

Artículo 1°. Exención del IVA sobre servicios turísticos prestados a residentes en el exterior que sean utilizados en territorio colombiano. Conforme con lo previsto en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, se consideran servicios exentos del impuesto sobre las ventas con derecho a devolución bimestral los servicios turísticos vendidos bajo la modalidad de planes o paquetes turísticos por las agencias operadoras, así como los servicios hoteleros prestados por los hoteles inscritos en el Registro Nacional de Turismo, siempre y cuando dichos servicios sean prestados a residentes en el exterior y sean utilizados en el país, de acuerdo con las funciones y actividades autorizadas por la Ley 300 de 1996.

5.4.5. Ley 397 de 1997.

“Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias”.

El propósito de esta ley es generar un sistema efectivo de producción, manejo y divulgación de los bienes de interés cultural y del patrimonio cultural de la nación. Expidiendo leyes y decretos que han entrado a desarrollar la legislación cultural, tanto en el ámbito nacional como en las entidades territoriales, es decir en los departamentos, distritos y municipios.

Artículo 1° De los principios fundamentales y definiciones de esta ley. La presente ley está basada en los siguientes principios fundamentales y definiciones:

1. Cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.
2. La cultura, en sus diversas manifestaciones, es fundamento de la nacionalidad y actividad propia de la sociedad colombiana en su conjunto, como proceso generado individual y colectivamente por los colombianos. Dichas manifestaciones constituyen parte integral de la identidad y la cultura colombianas.

6. Metodología

Para este trabajo se utilizará un enfoque mixto, el cual permite recolectar y analizar los datos cuantitativos y cualitativos necesarios para llevar a cabo adecuadamente el proceso investigativo planteado en este proyecto; así mismo se utilizará la investigación descriptiva, para mostrar el comportamiento del tipo de turista que se encuentra, el cual pretende identificar si el turista mochilero tiene una interacción con la cultura en el municipio de Salento.

6.1. Cuantitativo

Método que analiza, investiga y comprueba información de los estudios en números estadísticos obteniendo respuestas concretas, de preguntas específicas para deducir una población.

Lo cuantitativo en la investigación se acostumbra a asociarlo con las técnicas estadísticas y la medición, con el acto de asignarle un valor a un dato, proceso o actividad de acuerdo con un conjunto de reglas; escala, niveles o patrones. Los expertos nos hablan de que en sentido estricto, lo que se mide o son las propiedades de los objetos, sucesos o fenómenos, si no los indicadores que se asignan a estas propiedades: las propiedades manifiestas y observables de esas propiedades la cuestión es saber si existe correspondencia entre estos indicadores y las propiedades esenciales de fenómeno o de la cosa que se desea medir. (Cerdeja Gutiérrez, 2011)

6.2. Cualitativo

Es el método que usa la recolección de información, basado en la observación de comportamientos de los sujetos, observados mediante un estudio y así mismo anexa dichos comportamientos.

“Hacen parte del grupo de investigaciones moteadas como no tradicionales. Aquí la cualidad se revela por medio de las propiedades de un objeto o de un fenómeno. La propiedad individualiza al objeto o al fenómeno por medio de la característica que le es exclusiva, mientras que la cualidad expresa un concepto global del objeto”. (Cerdeja Gutiérrez, 2011, pág. 117)

6.3. Investigación descriptiva

Método científico que consiste en aplicar la observación y describir el comportamiento de un sujeto, como las características de una población o fenómeno en estudio.

Es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa. Los trabajos de grado, en lo pregrados y en muchas de las maestrías, son estudios de carácter eminentemente descriptivo. En tales estudios se muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías etcétera, pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos etcétera. La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación, y la revisión documental. (Bernal, 2010, pág. 113)

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

La tarea del investigador en este tipo de investigación tiene las siguientes etapas:

1. Descripción del problema
2. Definición y formulación de hipótesis
3. Supuestos en que se basan las hipótesis
4. Marco teórico
5. Selección de técnicas de recolección de datos
6. Población
7. Muestra
8. Categorías de datos, a fin de facilitar relaciones
9. Verificación de validez de instrumentos
10. Descripción, análisis e interpretación de datos (Tamayo y Tamayo, 2014, pág. 52)

6.4. Muestra

Para esta investigación se tendrán en cuenta los turistas mochileros que visitan el municipio de Salento, Quindío, municipio que también se estudiará para evidenciar si realmente existe un intercambio cultural entre estos. Para lograr esto, se utilizará un muestreo aleatorio ya que no se cuenta con datos que indiquen la cantidad exacta o aproximada de turistas mochileros que visitan

el municipio. En el trabajo de campo se realizaron 30 encuestas a los turistas que se encontraban visitando el municipio y así mismo 3 entrevistas a diferentes prestadores de servicios turísticos para el grupo en estudio.

Hernández, Fernández, & Baptista, (2008) dicen que: “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un sub conjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. (p.240).

Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre el cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio.

Pasos en la selección de una muestra siguiendo el esquema de Kinnear y Taylor (1993), los siguientes son los pasos para definir una muestra:

1. Definirla población.
2. Identificar el marco muestral.
3. Determinar el tamaño de la muestra.
4. Elegir un procedimiento de muestreo.
5. Seleccionar la muestra. (Bernal, 2010, pág. 161)

“A partir de la población cuantificada para una investigación se determina la muestra, cuando no es posible medir cada una de las entidades de la población; esta muestra, se considera, es representativa de la población”. (Tamayo y Tamayo, 2014, pág. 180).

6.5. Muestreo por conveniencia o muestreo intencional

Es un muestreo de carácter cuantitativo en el cual se seleccionan a los participantes, esto quiere decir que se toma una pequeña parte de la población directa o indirectamente para ser investigada.

(Izacar, 2007) Citando a Anduiza (1999), define “el muestreo intencional es el elemento más característico del método cualitativo. El muestreo intencional es aquel mediante el cual el investigador selecciona de forma no aleatoria a individuos caracterizados por una riqueza de información en torno al fenómeno social que se pretende estudiar”. (p. 12).

“El muestreo intencional (no probabilístico), pretende profundizar en aspectos más concretos de la realidad social, a través de la interpretación y análisis de los discursos de los actores sociales, sin perseguir la generalización de los resultados a la población general en términos de error calculable de forma estadísticamente”. (Izacar, 2007, pág. 21)

“La lógica del muestreo intencional se fundamenta en la selección de un pequeño número de casos que presentan una gran riqueza de información en relación con un objeto de estudio determinado, para su estudio en profundidad”. (Izacar, 2007, pág. 22).

6.6. Población

Es importante tener claro que es lo que se va estudiar y de qué manera, para esto se elige un sujeto de estudio y de allí se saca una pequeña parte que es definida como población.

Según, Lepkowski (citado Hernández, Fernández y Baptista, 2008). “Dicen que una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p. 174).

De acuerdo con Fracica (citado por Bernal, 2010) población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”. (p.36)

Según Jany (citado por Bernal, 2010) población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia”; o bien, unidad de análisis. (p. 160).

6.7. ¿Qué son técnicas de investigación?

El conocimiento pleno de la definición de técnicas de investigación es algo importante para la realización de este proyecto, ya que por medio de esto se podrán definir adecuadamente los instrumentos que serán necesarios para la realización de la investigación. Las técnicas de investigación se pueden definir como:

Son procedimientos metodológicos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados. (Centty, 2006, pág. 40)

Lo anterior indica que las técnicas son los procesos que llevan a llevar a cabo los métodos de investigación, son los medios por los cuales se realiza de forma adecuada, recogen la información de forma inmediata y no hay un número definido de cuántas técnicas hay, pues se entiende que cada problema de investigación tendrá una cantidad de técnicas definidas para poder ser resuelto.

Las técnicas de investigación comprenden un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que orientan al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación. Pueden ser utilizadas en cualquier rama del conocimiento que busque la lógica y la comprensión del conocimiento científico de los hechos y acontecimientos que nos rodean. (Maya, 2014, pág. 4)

La anterior definición aporta otros elementos claves para la comprensión y uso correcto de las técnicas de investigación, uno de ellos es que debe ser un proceso sistemático que ayuden a entender y resolver adecuadamente el problema.

6.8. Instrumentos en la investigación

Los instrumentos de investigación son otros aspecto clave para cualquier investigador, ya que junto con las técnicas permiten que todo el trabajo de campo se lleve a cabo adecuadamente, y aunque en ocasiones pueden ser confundidos con las técnicas, se debe tener presente que son dos conceptos completamente diferentes. Los instrumentos, de acuerdo a (Martinez, 2013, pág. 3), son: “Lo que permite operativizar a la técnica”. Es decir, los instrumentos son los medios por los cuales se ejecutan y se llevan a cabo las diferentes técnicas de investigación.

6.9. Encuesta

La encuesta es uno de los principales instrumentos que se pretende usar para la caracterización del turista mochilero, y de los lugares preferidos por este tipo de turista.

De acuerdo con García (1993), una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos. En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas

científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede. (Centro de Investigaciones sociológicas, 2017).

Es claro que con la encuesta lo que se quiere realizar es poder lograr segmentar a este tipo de turista, obteniendo la información necesaria para que tanto en Salento como en otros lugares donde se pueda desarrollar este turismo tengan claridad de cómo se desenvuelven cuáles son sus preferencias motivaciones y aspectos en general, aunque no existen estadísticas que demuestren que tan grande es el grupo de estos viajeros se ha podido evidenciar que es un mercado que se puede potencializar generando un incremento en la economía si se sabe cómo tratar y desarrollar impulsando los potenciales turísticos que como ya se mencionó sean de la preferencia del turista mochilero.

6.10. Entrevista

Conversación, charla o dialogo establecido entre una o más personas con un fin determinado, para obtener una información específica.

La entrevista es una de las técnicas preferidas de los partidarios de la investigación cualitativa, pero también es un procedimiento muy usado por los psiquiatras, psicólogos, periodistas, médicos y otros profesionales, siendo esta una de las modalidades de la interrogación, o sea, el acto de hacer preguntas a alguien con el propósito de obtener un tipo de información específica. Se entiende que por medio de la entrevista se obtiene toda aquella información que no obtenemos con la observación, porque a través de ella podemos penetrar en el mundo interior del ser humano conocer sus sentimientos, su estado anímico, sus ideas, sus creencias y conocimientos. (Cerde Gutiérrez, 2011, pág. 311)

La entrevista es una conversación que tiene un propósito muy definido y este propósito se da en función del tema que se investiga. En general se plantea como un proceso de transición de dar y recibir información, de pregunta- respuesta, de emisor- receptor, hasta alcanzar los objetivos que se propongan los investigadores. (Cerde Gutiérrez, 2011, pág. 312)

6.11. Matriz de observación

Como su nombre lo dice en esta se documentarán los resultados obtenidos de la investigación con ayuda de un diario de campo que se llevará a cabo en el trabajo de campo observando y conviviendo con el turista mochilero para evidenciar, interactuar y a si conocer realmente con que

intenciones hacen este tipo de turismo para que lo hacen como es esa introducción en las diferentes culturas que significa para ellos y lo más importante tener el estudio para así en próximas y futuras ocasiones tener las herramientas básicas para poder atender sus necesidades, demandas generándoles la satisfacción de haber cumplido con sus expectativas.

6.12. Diario de campo

Este instrumento permite identificar los prestadores que se pueden requerir para crear la ruta turística planteada en el tercer objetivo, Bonilla y Rodríguez (citados por Martínez, 2007) lo definen como:

“El diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Puede ser especialmente útil [...] al investigador en él se toma nota de aspectos que considere importantes para organizar, analizar e interpretar la información que está recogiendo”
(p. 77)

Este instrumento es complemento de la matriz de observación, y es aquí donde se documentan todos los aspectos relevantes observados en el trabajo de campo.

7. Capítulo 1

7.1. Perfil del turista mochilero del municipio de Salento

Este primer capítulo parte por definir ¿qué es un perfil de turista?, para esto se opta por la construcción de la definición, la metodología para la construcción de un perfil y los principales aspectos que se deben tener en cuenta en el momento de construirlo, finalizando con una caracterización del turista mochilero en general.

7.2. ¿Qué es un perfil de turista?

El conocimiento del perfil del turista es un aspecto fundamental para realizar este estudio, ya que lo que se busca es identificar el perfil del turista mochilero que visita el municipio de Salento; Este capítulo comenzará definiendo los términos “perfil” y “turista”

El perfil, es, de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, el “Conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien o algo.” Es decir, son las características esenciales que identifican a una persona o lugar; Eso es lo que busca este estudio, determinar esas características especiales que tienen los turistas mochileros que visitan Salento, qué es lo que tienen en común los visitantes, pero para lograr tener la claridad necesaria en el término “Perfil del turista” hace falta la definición del concepto “Turista”.

Turista, de acuerdo a la (OMT) es “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación”. Es decir, que una persona se considera turista si duerme por lo menos una noche en el destino; esta definición puede resultar confusa, por eso se realiza una consulta de otras fuentes que den mayor claridad del concepto. El concepto se puede definir como:

Se denomina turista o visitante que pernocta a aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo superior a veinticuatro horas, diferenciando este concepto del correspondiente al visitante del día o excursionista, cuya estancia es inferior a ese tiempo. (Cabarcos, 2006, pág. 2)

Esta definición es más clara que la dada por la OMT, y aporta factores nuevos, como la estancia superior a veinticuatro horas y la diferencia entre turista y visitante de día o excursionista.

De acuerdo a los conceptos mostrados anteriormente y el entendimiento pleno de cada uno de ellos, se entra a definir completamente el término “Perfil del Turista”; La siguiente definición

aporta una idea o guía de lo que es el perfil del turista y los aspectos claves que se deben tener en cuenta para poder identificarlo. Los siguientes autores lo definen como:

El perfil turístico alude a la caracterización a un destino turístico. La caracterización con frecuencia se basa en variables socioeconómicas y demográficas de los turistas. El perfil permite conocer los gustos, preferencias, expectativas y necesidades de los turistas a efecto mejorar la gestión de las empresas y los destinos turísticos. (Pat & Calderón, 2012, pág. 50)

La anterior definición muestra claramente lo que es y el alcance del perfil de turista, además de los aspectos que se pueden abarcar a la hora de definirlo.

Es importante conocer estos aspectos para lograr una construcción adecuada y lograr el cumplimiento de los objetivos claves de este estudio, además de identificar adecuadamente el tipo de turista mochilero que visita el municipio de Salento.

En conclusión y de acuerdo a todo lo anterior, perfil del turista es el conjunto de características que tienen las personas que visitan un lugar diferente a su habitual por un período superior a 24, pretende definir además, sus motivaciones, gustos, preferencias y características generales como país de origen, edad, nivel socioeconómico y demás aspectos que pueden tener en común los turistas.

7.3. ¿Cómo se construye un perfil de turista?

De manera preliminar se pretende determinar el perfil del turista mochilero que visita el municipio de Salento, teniendo en cuenta los siguientes elementos: perfil socioeconómico y motivacional que pueden ser tomados en consideración para averiguar las expectativas de los turistas y determinar su perfil para asegurar la satisfacción de estos a la hora de recomendar un tour o un viaje.

7.3.1. Aspectos socioeconómicos.

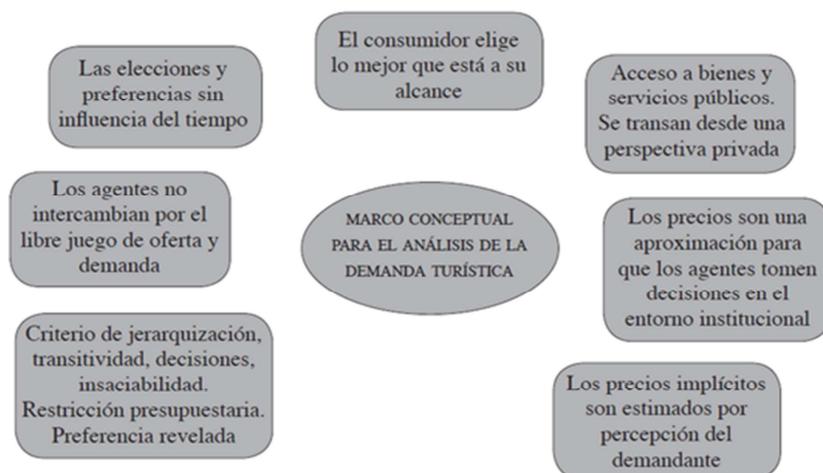


figura 2. Marco conceptual para el análisis de la demanda turística. Cerda & Leguizamón (2005)

El análisis de los aspectos socioeconómicos de los turistas es importante, ya que permite identificar adecuadamente la capacidad de pago del visitante, además de conocer su nivel de estudios, estrato social, ingresos y con esto tener una visión más clara de las personas que están llegando al destino. (Vera & Vera, 2013, pág. 41), afirman que: “El nivel socio económico no es una característica física y fácilmente informarle sino que se basa en la integración de distintos rasgos de las personas o sus hogares, cuya definición varía según países y momentos históricos.” Lo anterior muestra que los aspectos socioeconómicos no representan un aspecto sencillo de expresar, ya que en ocasiones las personas son reservadas con esto, además que varían con el país.

A continuación se evidencia una pequeña definición de uno de los aportes que generan los turistas cuando incursionan diferentes lugares del país.

Se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT). El gasto de consumo turístico incluye todos los bienes y servicios consumidos y relacionados con el viaje, comprendiendo una amplia variedad de productos que van desde aquellos inherentes al viaje y la estadía hasta pequeñas compras de bienes durables para uso personal y regalos para familia y/o amigos. (Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo, 2015).

Es por esto que es importante evaluar al turista mochilero para tener una idea más clara de qué les genera interés a la hora de invertir en los diferentes servicios y productos que se ofrecen en el destino mencionado anteriormente con el propósito de potencializarlos; también es importante resaltar los aportes culturales que este tipo de turismo genera, ya que desde un idioma diferente y las distintas maneras de comportarse frente a las situaciones cotidianas nos permite ver un poco de lo que se encuentra en el mundo y respecto a esto generar más atractivos turísticos que sean de agrado a este turista.

A Continuación se quiere hablar de una manera resumida como el turismo cultural es un gran aporte a este trabajo ya que con su definición será más fácil evidenciarlo en el trabajo de campo y de esta manera relacionarlo con el turista mochilero.

Como señala la OMT, Organización Mundial del Turismo (2013), citada por (Respaldiza, 2014, pág. 9), el turismo cultural puede generar nuevas oportunidades de empleo, atenuar la pobreza, frenar el éxodo rural entre los jóvenes y los subempleados así como cultivar un sentimiento de orgullo entre los miembros de las comunidades. El turismo, además, ofrece también un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial, ya que los ingresos que genera pueden reconducirse hacia iniciativas que ayuden a su vez a su supervivencia a largo plazo.

7.3.2. Aspectos motivacionales.

En este aspecto se quiere resaltar las motivaciones que tiene el turista mochilero a la hora de aventurarse en un viaje y qué expectativas tiene el frente al turismo. Saber cómo describen ellos esa forma de viajar y sus sensaciones cuando realizan estos viajes por el mundo.

Hay diferentes formas de clasificación del turismo, es decir, existe variedad de turismo por lo tanto se encuentran diferentes motivaciones que impulsan al turista a visitar un destino en particular. Estas formas son: Turismo solidario, sostenible, de aventura, ecoturismo. etc

Es importante resaltar que en el proceso de viajar e intercambiar cultura y ofrecer bienes y servicios hay una exigencia muy importante tanto para locales como extranjeros y es la de preservar, cuidar y prolongar la vida útil del destino. Según DATATUR, Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México, (2015): los atractivos turísticos son: “Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo”.

También es necesario resaltar al turista que debe cuidar, preservar todos los atractivos y espacios donde va a desarrollar el turismo.

La siguiente tabla refleja y explica las principales motivaciones que tienen los turistas a la hora de elegir un destino.

Motivaciones Psicosociológicas (factores push)	
Escape del ambiente cotidiano	Consiste en un cambio temporal de ambiente diferente del lugar de residencia, del hogar o del entorno laboral, es decir, el turista busca destinos diferentes de su entorno habitual, tanto física como socialmente
Exploración y evaluación del yo	El viaje es una oportunidad para que el turista explore su propia identidad y para el autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas.
Relajación	Se refiere a la relajación mental que se deriva, por ejemplo, de la práctica de hobbies e intereses que no se pueden desarrollar, en la vida diaria, más que a la relajación física. Esta última no siempre tiene lugar en las vacaciones, y algunos de los entrevistados manifiestan haber llegado agotados tras las mismas.
Prestigio	Viajar supone un estilo de vida elevado, aunque con la democratización del acceso a los medios de transporte y la generalización del turismo, el estatus asociado a los viajes y el turismo es cada vez más difuso.
Regresión	Tiene lugar de dos maneras: (1) rompiendo los roles y obligaciones cotidianas que facilita un tipo de comportamiento más irracional, pueril o adolescente, y (2) el turista también podría estar motivado por el deseo de retornar a una época donde el estilo de vida era más simple, lejos de la complejidad e incertidumbre de la actual sociedad, altamente tecnificada.
Mejora de las relaciones de parentesco	Viajar es una buena oportunidad para reunirse con los miembros de la familia y enriquecer las relaciones
Facilitación de la interacción social	Existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. El periodo de vacaciones es un tiempo propicio para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interactuar con la población local (anfitriones), si bien lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas. La cercanía en el alojamiento y el particular en viajes organizados son factores que facilitan la integración social. Respecto a los viajes organizados, en ellos operan una serie de elementos que propician este hecho; compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.

figura 3. Motivaciones psicológicas de los turistas. Castaño (2005)

7.3.3. Aspectos preferenciales.

Uno de los principales motivos por los que los turistas se interesan por un destino en particular tiene que ver con lo que allí se puede encontrar con el objetivo de explotarlos de manera responsable y respetuosa así como se afirma en el siguiente texto:

(Navarro, 2014) Citando a Acerenza (1984), identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la

selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización«. Apunta asimismo que «constituyen el principal motivo para que el turista lo visite [al destino]» y «son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas». (p. 337).

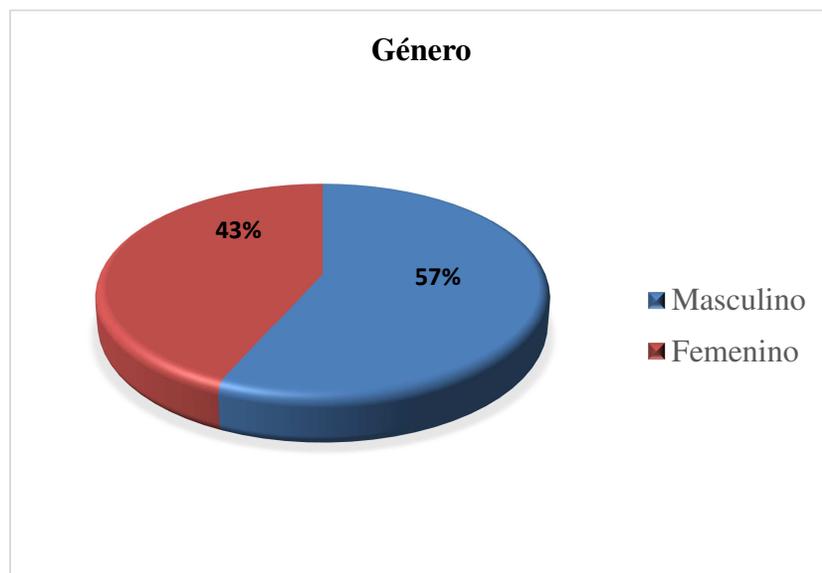
Los motivos o motivaciones turísticas son las razones por las cuales los turistas se desplazan a otros lugares diferentes al de su origen y pueden ser:

1. Ocio, recreo y vacaciones
2. Visitas a parientes y amigos
3. Negocios y motivos profesionales
4. Tratamiento de salud
5. Religión- peregrinaciones
6. Otros motivos siempre y cuando sean visitas no remuneradas

7.4. Caracterización del turista mochilero del municipio de Salento

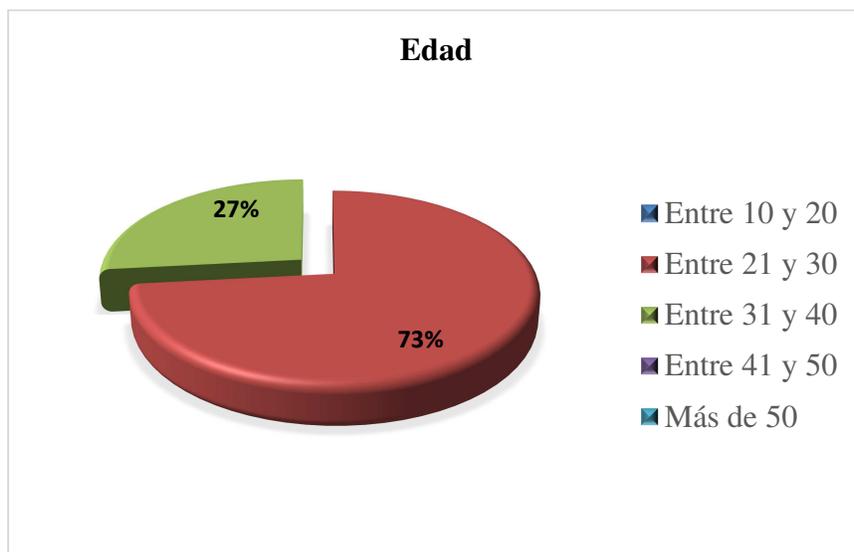
Como se ha mencionado anteriormente, el determinar el perfil del turista mochilero que visita el municipio de Salento en el departamento del Quindío, es uno de los objetivos principales de este proyecto; Para esto, se determinó la aplicación de una encuesta, en la que se determina el nivel socioeconómico del turista, además de sus motivaciones, gustos y preferencias.

A continuación se presentarán los resultados obtenidos en la encuesta realizada a treinta turistas mochileros que visitaron el municipio de Salento en el mes de septiembre del presente año.

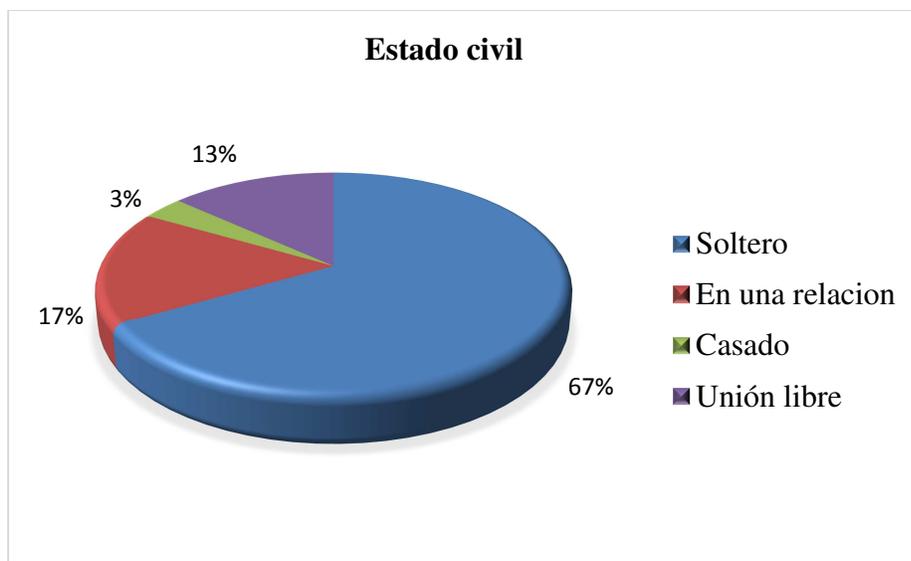


En respuesta al primer objetivo que pide identificar el perfil del turista mochilero, se hizo una serie de preguntas entre las cuales estaba identificar el género, que tiene más afluencia en este municipio para realizar este tipo de turismo.

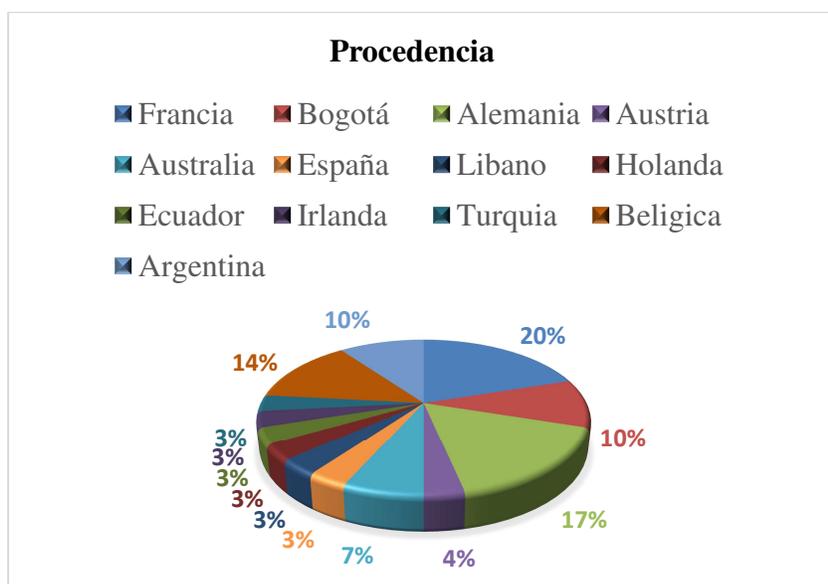
Respecto a esto la información, se tabuló lo cual arrojó unas graficas donde se evidencia que en Salento, Quindío el género del turista mochilero que más visitó en el mes de septiembre entre los días 27 y 30, por una diferencia de un 14 % fue el género masculino, lo cual podría indicar que el turista mochilero hombre tiene más atracción o gusto por visitar este municipio bajo las condiciones mencionadas anteriormente.



Para tener claridad y un dato específico de las edades en que se encuentra el turista mochilero que decide viajar a Salento, se comprobó respecto a la gráfica que un 73 % está entre las edades de 21 y 30 años, lo que indica, que son jóvenes que deciden hacer estos viajes bajo la modalidad de mochileros, haciendo un paréntesis en sus vidas cotidianas y sus actividades normales para aventurarse en el viaje que proyectaron apoyados en las diferentes culturas o vos a vos, asimismo, se encontró que un 27% de viajeros que están sobre los 30 años también privilegian esta modalidad de viaje con el propósito de vivir experiencias dejando las comodidades de su cotidianidad, para experimentar culturas y aprendizaje que les ofrezca este tipo de viajes.



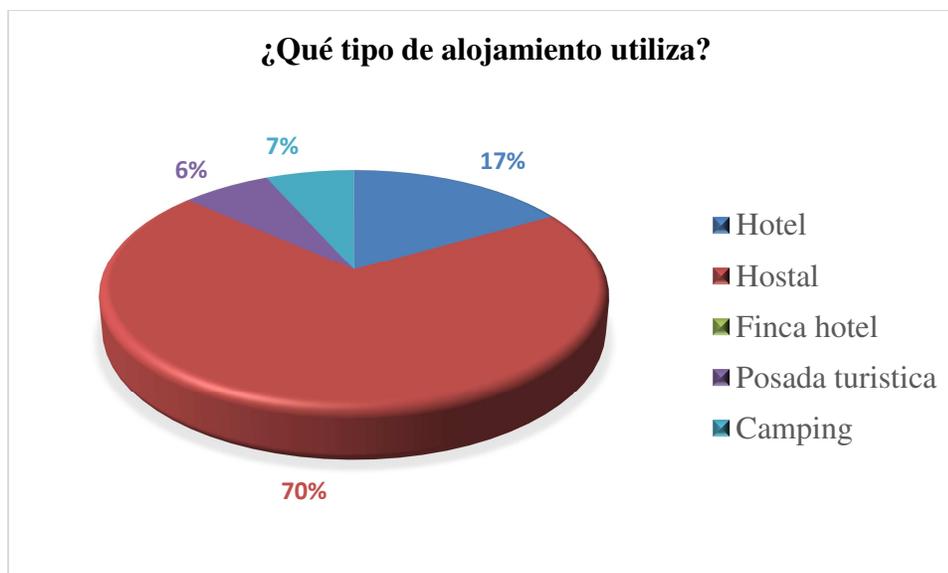
En esta gráfica se observa que la mayoría de turistas mochileros, aproximadamente el 67%, hacen estos viajes estando solteros, pero también se evidencia que un 17% viaja sosteniendo una relación sentimental y tan solo un 3% está casado, esto puede decir que su estado civil influye a la hora de tomar la decisión de viajar como mochilero, en tanto que el turista mochilero mayormente prefiere incursionarse en esos viajes estando soltero debido a que este tipo de turismo es mucho más sencillo de realizar cuando el turista solo depende de sí mismo, además muchos de estos vienen con la expectativa de conocer las culturas y están abiertos a encontrar compañeros sentimental en el viaje o poder tener diferentes experiencias.



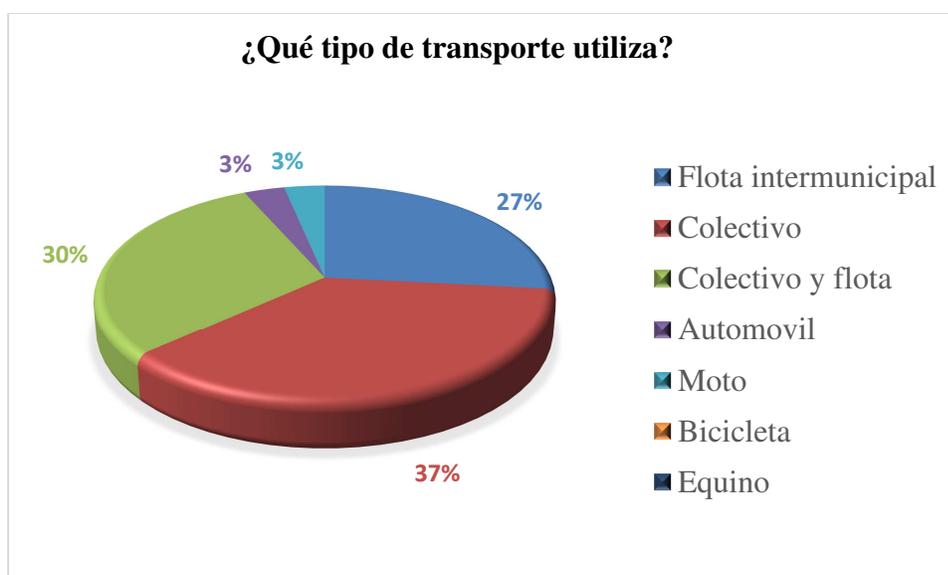
En cuanto a la procedencia del mochilero en Salento se evidencia que la mayoría de los turistas son de procedencia europea entre los cuales destacan mayormente franceses, alemanes y españoles; lo cual son el 90% de los encuestados lo que demuestra que Salento Quindío es un destino más apetecido por turistas internacionales dejando en evidencia que tan solo el 10% de los turistas son de origen nacional.



La anterior grafica nos enseña que la gran mayoría de los turistas, el 80%, tienen presupuestado gastar una cantidad de dinero que oscila entre los 50 y 200 USD demostrando esto que Salento Quindío se puede considerar un destino de bajo costo, ya que los turistas al planear su viaje destinan esta cantidad de dinero de acuerdo con los costos y gastos que exige este destino, concordando esto con el promedio de dinero destinado para tal efecto.

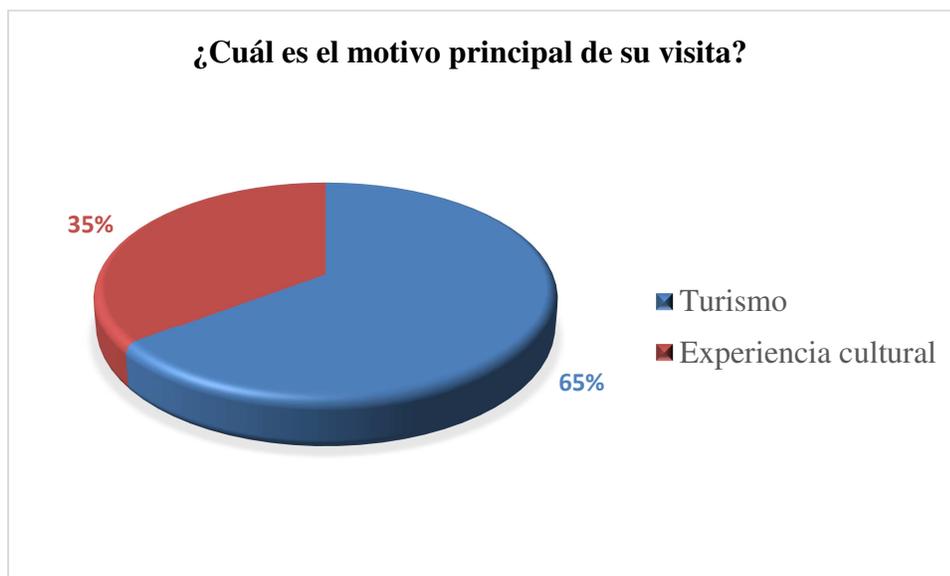


Esta gráfica demuestra la consolidación del Hostal con un 70% como el lugar de alojamiento predilecto para los turistas mochileros que llegan a Salento Quindío, debido a que los precios de alojamiento en un hostal son más cómodos a su bolsillo, comparado con los precios de un hotel, no obstante existen un 17 % de turistas que se alojan en un hotel, adicionalmente se evidencia que hay otros tipos de alojamiento que son utilizados por ellos como por ejemplo el camping, posada turística y finca hotel los cuales con el porcentaje restante de 7 y 6 %.

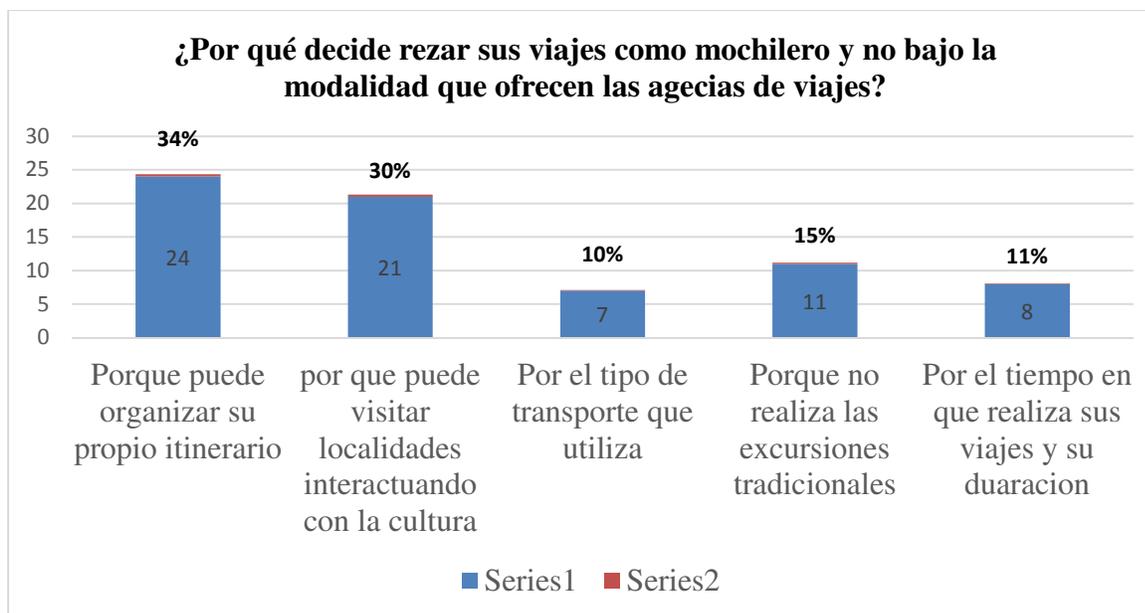


El medio de transporte es esencial para que el turista pueda realizar su desplazamiento; con esta encuesta se evidencia que el turista mochilero utiliza el colectivo como medio de transporte

principal, con un 37% de los resultados, teniendo en cuenta que es el medio más cómodo, ágil y con el cual pueden conocer más destinos para poder realizar sus diferentes actividades en viajes de corta distancia entre pueblos y ciudades; seguido de este se encuentran Colectivo y Flota con 30% ya que en algunas ocasiones los turistas realizan viajes largos entre ciudades y toman un colectivo para conocer los lugares aledaños a la ciudad principal; otro de los medios más frecuentes es únicamente flota con un resultado de 27% y por último los medios de transporte menos usados son Moto y Automóvil con 3% de resultado.



De acuerdo a la encuesta efectuada el motivo principal para que el mochilero realice la visita a un lugar es Turismo, con un 65%, ya que lo que más le interesa a los mochileros es conocer todo lo que dicho destino ofrece, desde historia, arquitectura, lenguas y comida, recorriéndolo con el propósito de aprender más sobre el destino sin llevar un plan establecido; por otro lado la experiencia cultural obtuvo un 35%, lo que quiere decir que el turista viaja informado sobre el destino al cual se va a dirigir, teniendo más claro que lugares va a visitar y como va a realizar su recorrido. Es de aclarar que solo en dos encuestas de las 30 efectuadas marcaron las 2 opciones, queriendo decir que viajan con información previa y a su vez realizan actividades las cuales no tenían planeadas.



Al momento del viaje los mochileros encuentran una forma más descompilada para realizar sus actividades, por tal razón, muchos no viajan con los servicios que ofrecen las agencias de turismo. Los resultados de esta pregunta fueron a típicos teniendo en cuenta que los encuestas no marcaban una única opción, sino, diferentes opciones es decir en muchas ocasiones las respuestas eran todas y en otras elegían dos o tres. Resumiendo entre las respuestas más frecuentes se decidió realizar un análisis teniendo en cuenta cada una de las opciones, de las 30 personas un 34% se sienten más a gusto organizando su propio itinerario, debido a que de esta forma pueden organizar mejor que lugares van a visitar primero; de las 30 personas un 30% tienen la libertad de visitar localidades interactuando con la cultura haciendo que se cree una buen ambiente y así poder aprender más; de las 30 personas un 15% se diferencian en que no realizan las excursiones tradicionales y prefieren realizar por ellos mismos sus rutas; de las 30 personas un 11% prefieren decidir el tiempo en que realizan sus viajes y cuánto tiempo duraran en el lugar que visitan; por último de las 30 personas un 10% prefieren elegir el medio de transporte que utilizan para tener una mejor comodidad.

7.5. Perfil del turista mochilero que visita Salento

El perfil del turista mochilero que visita el municipio de Salento es una persona de género masculino, cuyo presupuesto de gasto en el destino esta entre los 50 y 100 dólares, que

fundamentalmente se hospedan en hostales, y que a la vez se moviliza en transporte colectivo local; en su viaje privilegia la experiencia turística asociado a los entornos culturales y naturales. Es autónomo en la elección de su viaje, el destino que busca a su llegada al municipio es el Valle de Cocora, aun así, manifiesta que el destino cuenta con pocos atractivos pero destaca la belleza de la naturaleza. Su estadía dura en promedio de 1 a 3 semanas. Con esto se puede identificar el perfil del viajero mochilero lo cual permite tener claro el tipo de servicio que le gusta, como le gusta ser tratado y de qué manera quieren desenvolver su viaje, lo que le da paso al sector de Hotelería y Turismo para generar un mercado especial para ellos; el cual podría ser de beneficio económicamente ya que al tener este segmento definido se podrá generar establecimientos, servicios, solo para este viajero y de esta manera potencializarlo y seguir creciendo como un país con una alta diversidad en turismo.

8. Capítulo 2

8.1. Caracterizar los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero en el área de estudio.

En la segunda parte de este proyecto se entrará a caracterizar ¿Qué es un destino turístico? A nivel general y entorno a los mochileros, también se hablará de Salento Quindío siendo esto una de las partes principales de este trabajo; Es esencial conocer ¿Por qué es considerado para realizar este tipo de turismo?, sus características y atractivos turísticos lo esencial y necesario para responder las diferentes incógnitas y dudas que han surgido a lo largo de esta investigación. A partir de esto se quiere generar un conocimiento que aporte a las futuras investigaciones sobre este tema, se quiere generar un soporte ya que como se ha mencionado anteriormente no existe ningún tipo de estudio o porcentajes que se puedan tomar para poder tener conocimientos y conceptos más claros a nivel general o explícitamente.

8.1.1. ¿Qué es un destino turístico a nivel general?

Un destino turístico es la suma todos los atractivos turísticos, culturales y una infraestructura adecuada con los diferentes estudios de un lugar, que indiquen que es sostenible y sustentable así mismo permitiendo la actividad de turismo, dependiendo de las exigencias del turista; respecto a esto se entra a tener un planeación estratégica donde todo lo anterior toma un papel importante para lograr hacer de este un destino potencial.

Un destino turístico local es un espacio físico en el cual un turista esta al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos en un recorrido de ida y vuelta el mismo día. Tiene fronteras físicas y administrativas que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su posicionamiento en el mercado. Los destinos locales incorporan varios agentes entre los cuales se incluye la sociedad local y pueden establecer redes que formen destinos mayores. (OMT, 2002). Citada por Barrado D. 2004

Es un espacio geográfico determinado con características y rasgos particulares. Cuenta con:

- **Atractivos y servicios** que motivan y facilitan la estadía del turista.
- **Medios** que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor.
- **Respaldo de la población local**, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista.

- **Una marca** que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Embajada de Suiza en Perú, 2014, pág. 9)

Por esta razón las definiciones anteriormente dadas dejan el concepto de destino turístico más claro y demostrando que este es necesario para que el turista tome la decisión de visitar dicho lugar debido a que sin él, el turista no estaría llevado por la necesidad de consumir allí. También los destinos turísticos pueden ser de diferentes escalas: puede ser un continente, un país, una región, un lugar o un sitio en particular con el fin de promover su comercialización; mostrando que entre mayor sea la escala de la distancia entre el turista y el destino, la escala del destino será mejor.

Es decir, el destino turístico es el agregado de los productos turísticos (componentes) dentro de un determinado ámbito territorial y sectorial como los bienes y servicios que pertenecen al margen de la actividad turística sin formar parte del producto que consume el visitante; los servicios prestados por las empresas, la experiencia obtenida por el turista, todas las infraestructuras como comunicación y transporte junto al resto de los servicios e infraestructuras complementarias y servicios de apoyo, todos aquellos recursos naturales y territoriales y las políticas establecidas (las cuales son como una guía sobre los límites dentro de los cuales pueden operar distintos asuntos) ya que los destinos no pueden ser comercializados como empresas, esto debido a la diversidad de intereses y beneficios que buscan los grupos de interés. (Barrado Timón, 2004, p. 55). Establece el siguiente gráfico en el que se da visibilidad al concepto de destino turístico, mismo que permite conocer todos aquellos componentes de tal concepto, exponiendo la experiencia del turista como un todo.

Gráfico 1
El concepto de destino turístico

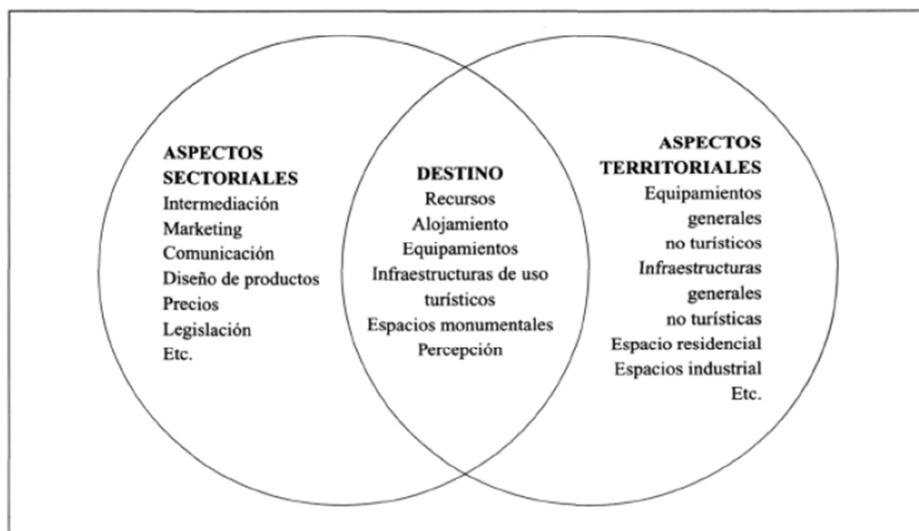


Figura 4. El concepto de destinos turístico. Instituto de estudios turísticos

8.1.2. ¿Qué es un destino turístico a nivel mochilero?

El destino turístico para mochilero es el conjunto de todos aquellos servicios y productos que se prestan a este tipo de turista, tales como alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, tours, lugares turísticos, de información, tiendas y accesibilidad al lugar que van a visitar o conocer; de esta forma se le ofrece a el turista mochilero un destino que cuenta con todos los componentes para que este pueda disfrutar de su visita al lugar. De todos los destinos que hoy en día reciben este tipo de turista no solo es porque el lugar sea pequeño o el coste de vida muy bajo, sino que le da la oportunidad a los viajeros de experimentar componentes como la belleza de la naturaleza, adquirir conocimiento mediante sus visitas a diferentes lugares, caminando o tomando un medio de transporte a dichos lugares, como los atractivos de historia, disfrutar el clima, realizar deportes extremos, etc. Permitiendo al turista mochilero o backpacker sumergirse en la realidad local de los destinos, adquiriendo un sentido de autenticidad, trasladándose de un destino a otro, realizando trabajos temporales que les permitan persistir en sectores como el turismo o buscar una salida de la vida diaria, favoreciendo el establecimiento de servicios económicos para viajeros independientes como hostales, posadas o paraderos y sitios para acampar.

Es por esto que cada destino debe establecer todas las condiciones necesarias para que el turista backpacker conduzca a un verdadero desarrollo económico y social, reconocido por el

aumento de la calidad de vida de la población local, el respeto por las costumbres y culturas de cada destino visitado, teniendo como prioridad el respeto de la biodiversidad y la protección de diferentes ecosistemas.

8.2. Salento como destino turístico mochilero

Salento es uno de los destinos con gran afluencia de turistas mochileros, encontrando que este municipio atrae este tipo de mochileros debido a que tiene lugares turísticos históricos, buena acogida por parte de los residentes locales, establecimientos de alimentos y bebidas, una infraestructura adecuada y vías de acceso que hacen posible la llegada a Salento y así mismo satisfacer todas las necesidades del turista.

8.3. Caracterización de los atractivos naturales y culturales que privilegia el turista mochilero en el municipio de Salento.

Nombre del sitio:	Valle del Cocora
Fotografía	
	
Fuente: Yeison Nova (2018)	
Descripción del sitio:	
<p>Paisaje natural que hace parte del Parque Nacional de Los Nevados, el cual es el principal hogar del árbol nacional de Colombia, la palma de cera del Quindío, encontrando en la gran variedad de flora y fauna; presenta un ambiente húmedo propicio al desarrollo de un ecosistema de bosque nuboso a elevadas alturas. Siendo uno de los destinos turísticos más reconocido de Salento.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

Nombre del sitio:	Walker's House Hostel
Fotografía	
	
Fuente: Propia (2018)	
Descripción del sitio:	
<p>Moderno hostel que conserva el concepto de Salento, en un ambiente relajado y tranquilo, ubicado a unas cuadras de la plaza principal, como su nombre lo indica para los mochileros que vienen de visita al municipio, con excelente servicio al cliente y espacios de ocio para satisfacer al visitante. Contando con servicios como Wi-Fi, habitaciones familiares, individual y balcón con vistas a las montañas.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

Nombre del sitio:	Camping Guaduales de la Floresta
Fotografía	
	
<p>Fuente: Facebook- Guaduales de la Floresta (2018)</p>	
Descripción del sitio:	
<p>Espacio que ofrece todo un encuentro con la naturaleza, viviendo la mejor experiencia en cuanto a paseos a caballo. Servicio con capacidad de 80 personas, ofreciendo un lugar cómodo, seguro y tranquilo en donde pasar la noche en compañía de la naturaleza. Cuenta con una amplia cocina tradicional y una en leña para mayor comodidad, caminos tradicionales y hermosos paisajes.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

Nombre del sitio:	Hotel Salento Real
Fotografía	
 <p>The photograph shows the exterior of Hotel Salento Real. The building is a two-story structure with white walls and a dark tiled roof. The ground floor features a stone-clad entrance with a set of red-tiled steps leading up to a glass door. To the left of the entrance, there is a black metal railing. Above the entrance, three windows with wooden frames and balconies are visible. Several flags, including the American, Canadian, and European Union flags, are flying from poles in front of the building. A sign for the hotel is visible on the right side of the entrance.</p>	
<p>Fuente: Hotelsalentoreal.com (2018)</p>	
Descripción del sitio:	
<p>Acogedor hotel ubicado en Salento y a 20 minutos del Valle del Cócora con espacios a medida para el público en general, servicio para bodas y eventos. El hotel tiene un estilo colonial, amigable con el medio ambiente; diseñado para parejas, familias y grupos de amigos que quieren disfrutar de la naturaleza y tranquilidad en donde prevalece la hospitalidad típica del Quindío.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

Nombre del sitio:	Finca Hotel Salento Mundo Nuevo
Fotografía	
	
Fuente: Booking.com (2018)	
Descripción del sitio:	
<p>Finca Hotel con una ubicación excelente para disfrutar del contacto con la naturaleza y tener una estadía única con su excelente vista los paisajes típicos del Quindío. Cuenta con jardines y zona de barbacoa. Ofrece conexión wi-fi en zonas comunes. Abierto las 24 horas con instalaciones para reuniones, un salón compartido, admite mascotas, traslado aeropuerto y zona de parqueadero gratuito. Acomodación sencilla, doble y familiar.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

Nombre del sitio:	Calle Real
Fotografía	
 <p>The photograph shows a long, paved street lined with colorful buildings. The buildings have bright red, blue, and green facades. People are walking along the sidewalks, and there are some outdoor seating areas with yellow chairs. The street is clean and well-maintained. In the background, there are trees and a hillside.</p>	
Fuente: Propia (2018)	
Descripción del sitio:	
<p>Calle dedicada a la zona de comercio, con fachadas coloridas que le dan al visitante una acogida. A lo largo de la calle y en ambos costados existen una gran variedad de almacenes y talleres de artesanías donde se exhiben trabajos en madera, guadua, fibras naturales, tejidos, joyería, entre otros. Además en algunos locales se encuentran productos alimenticios a base de café y restaurantes de comida típica.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

Nombre del sitio:	Parque principal de Salento
--------------------------	-----------------------------

Fotografía



Fuente: Propia (2018)

Descripción del sitio:

Primer lugar al que llegan los visitantes al municipio de Salento, se encuentran los monumentos a Simón Bolívar y Pedro Vicente Henao fundador de Salento, a su alrededor se encuentran casas típicas de vivas tonalidades en las que funcionan la Alcaldía, los despachos municipales, la iglesia Nuestra Señora del Carmel, cafés, restaurantes y comerciό en general. Otra llamativa característica en los alrededores del parque la aportan los clásicos yipaos que inician muy temprano el desfile desde y hacia las veredas aledañas como al Valle del Cόcora.

Elaborado por:	Jessica Alvarez
-----------------------	-----------------

Fecha:	20/10/2018
---------------	------------

Nombre del sitio:	Mirador el Alto de la Cruz
Fotografía	
Fuente: Propia (2018)	
Descripción del sitio:	<p>Subida de tres niveles aproximadamente iniciando donde termina la Calle Real cada uno con un espacio para descansar, comprar alimentos y bebidas y atracciones de deporte extremo, colores llamativos que le dan vida a cada escalón. Durante los descansos del recorrido aparecen las imágenes del vía crucis que recorrió Jesús al monte del calvario. El mirador aparte de ser un atractivo turístico, constituye un permanente destino de peregrinación. Al llegar se puede observar todo Salento y su belleza.</p>
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

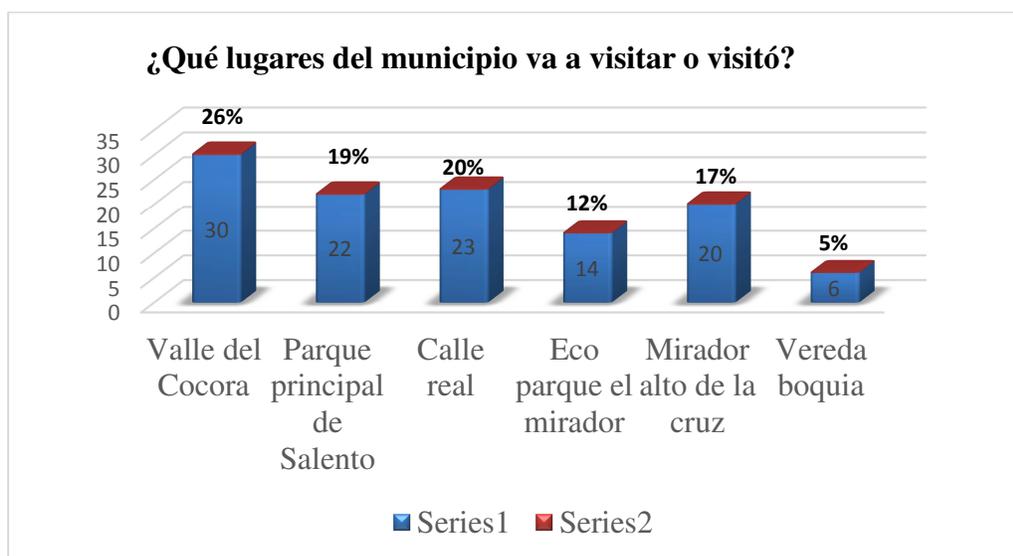
Nombre del sitio:	Eco parque el Mirador
Fotografía	
	
Fuente: Propia (2018)	
Descripción del sitio:	
<p>Zona de avistamiento de aves exóticas, con establecimientos de comercio. Desde allí se observa el valle del Cócora que nace entre las montañas de la cordillera central y se desliza paralelo al río Quindío; es posible llegar en carro y estacionar en el parqueadero del lugar, cuenta con baño público. Su estructura es en forma de balcón, construida en guadua, para disfrutar del paisaje también con telescopios que alquilan.</p>	
Elaborado por:	Jessica Alvarez
Fecha:	20/10/2018

En la visita realizada los días 27, 28 y 29 de septiembre, se observaron los siguientes atractivos naturales y culturales, que privilegia el turista mochilero en el municipio de Salento. En el formato de caracterización realizado, se evidencia que el Valle del Cocora es uno de los principales atractivos más visitados por este tipo de turista, debido a que en este se encuentra el árbol nacional de Colombia, la palma de cera del Quindío; Hostales, de los cuales se encuentran gran cantidad, siendo los más frecuentados por el turista mochilero, como Walker's House Hostel, el cual cuenta con todos los servicios necesarios para satisfacer al cliente; establecimientos o terrenos los cuales prestan el servicio de camping para los más aventureros y que a su vez quieren tener más cercanía con la naturaleza; Hoteles como, el Hotel Salento Real el cual presta servicios al público en general; Fincas las cuales prestan todos los servicios necesarios para este tipo de turista, debido que recoge todos los elementos necesarios como: naturaleza, tranquilidad, habitaciones, zonas de camping, alimentación y los tours del café, que son los más llamativos; el parque principal el cual es el primero en pisar una vez se llega al municipio; la Calle Real la cual es la zona de comercio de Salento, reconocida por sus fachadas coloridas; por la cual se pasa para dirigirse al Mirador el Alto de la Cruz desde el cual se observa todo Salento, este llama la atención por sus escaleras coloridas y algunos establecimientos que se encuentran en el camino a la cima; y por último, el Eco parque el Mirador, el cual se encuentra a unos pasos del Mirador el Alto de la Cruz, con la diferencia de que en este mirador se puede disfrutar de la zona de avistamiento de aves, el paisaje y también permite el ingreso de vehículos para una mayor comodidad.

8.4. Caracterización de los destinos y actividades que privilegia el turista mochilero que visita el municipio de Salento

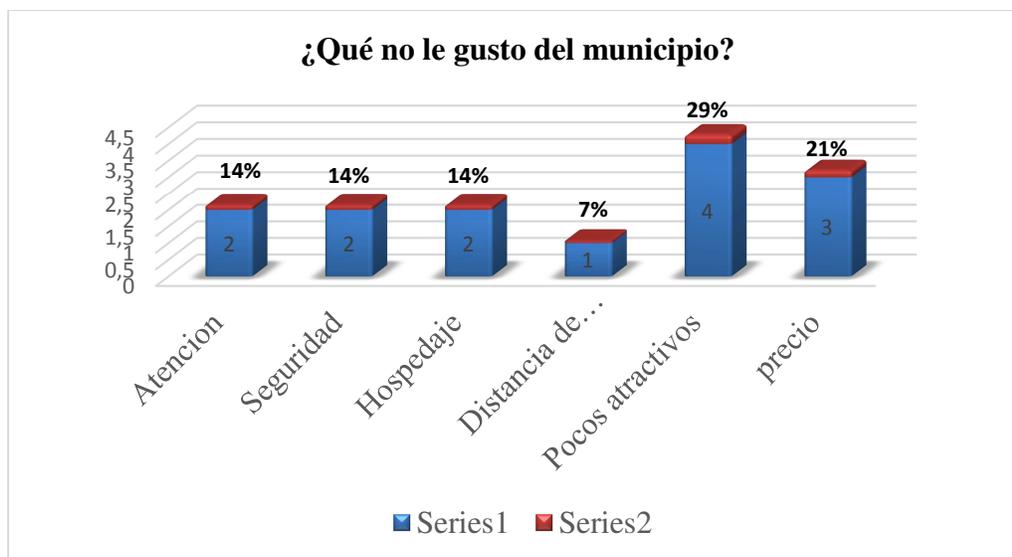
Para la caracterización de estos destinos y actividades se inicia con el análisis de las preguntas de la encuesta diseñadas para este fin, continuando con una matriz de las entrevistas realizadas a tres administradores de establecimientos especializados en turistas mochileros, la cual contiene nueve preguntas con las respuestas dadas por cada uno de los entrevistados y su respectiva interpretación; este capítulo finaliza con unas fichas en las cuales se caracterizan esos destinos y actividades que privilegia el turista mochilero que visita el municipio de Salento.

8.4.1. Análisis de la encuesta.



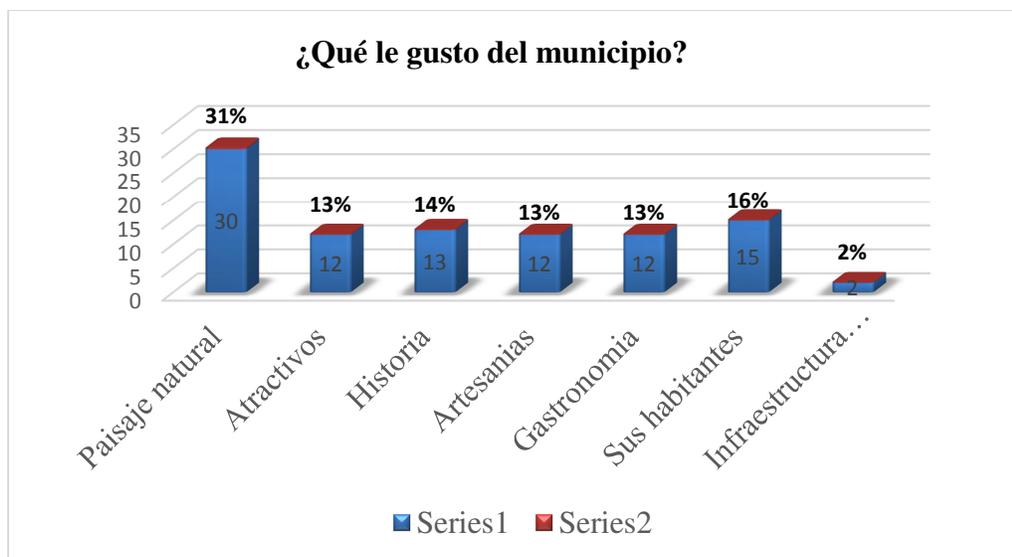
De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, se puede observar que el lugar más visitado por los turistas mochileros en Salento con un 26% es el Valle de Cocora, esto, porque es el principal atractivo del municipio ya que es allí donde se encuentra el árbol Nacional de Colombia (La palma de cera), además que es un lugar ecológico en el que se pueden realizar diferentes actividades y es a través de este donde se puede llegar a lugares como el volcán Machín, el parque de los Nevados, estrella de agua, etc...es el punto de partida para las largas caminatas que realizan algunos mochileros; Seguido del Valle de Cocora, con un 19% se encuentra el Parque principal de Salento, la calle real, con un 20%, que es el camino que conduce a los miradores, una calle completamente comercial en donde se encuentran las famosas artesanías y diferentes restaurantes para todos los gustos.

Con un 17% se encuentra el Mirador Alto de la cruz, un lugar un poco abandonado pero que ofrece una vista perfecta del municipio de Salento; A unos pasos del Alto de la cruz, se encuentra el Eco parque el mirador, un lugar adecuado para que los turistas obtengan una vista perfecta del paisaje cultural cafetero, este lugar fue visitado por el 12% de los encuestados; Por último, y con solo un 5% se encuentra la vereda Boquía.



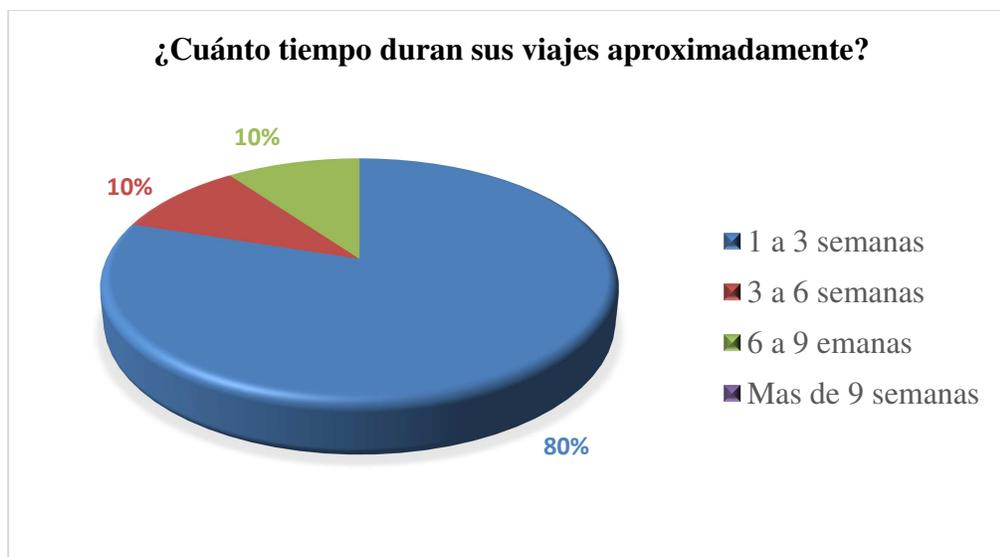
Esta es una pregunta que arroja resultados positivos, ya que más del 50% de los encuestados prefirieron no contestarla argumentando que les había gustado todo y que no tenían problema con nada, en cuanto a los que contestaron, se puede observar que al 29% no le gusta que tenga pocos atractivos, pues a ellos les gusta tener muchos lugares por visitar y desafortunadamente Salento es un municipio pequeño con atractivos interesantes pero quizás insuficientes; otro aspecto que le disgusta y lo demostraron el 21% de los encuestados es el precio, algo que puede ser ocasionado por el costo de las artesanías. Siguiendo al precio, con un 14% cada uno, están la atención, seguridad y hospedaje.

El hospedaje en Salento es bastante variado ya que piensan en todos los presupuestos, por lo que la calidad también varía, si un mochilero tiene un presupuesto alto, se hospeda en los mejores lugares con las mejores camas, si por el contrario su presupuesto es bajo, puede hospedarse en camas pero en habitaciones compartidas y no con tanta calidad como la que quizás espera.



Esta pregunta contó con una mayor cantidad de respuestas por parte de los encuestados, algo que es positivo para el municipio ya que se evidencia que es más lo que les gusta a los turistas mochileros que lo que les disgusta.

En este aspecto los mochileros coincidieron, con un 31%, en que lo que más les gusta es el paisaje natural, un aspecto que tiene mucha relevancia en la región cafetera, pues el Paisaje Cultural Cafetero fue declarado como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, lo que hace que los turistas lleguen a la región para verlo y los que no lleguen con ese fin, se interesen en él. Otros aspectos que les gustan a los mochileros son los habitantes de Salento, con un 16%, seguido de la historia del municipio, con un 14% y con el mismo porcentaje, los atractivos, artesanías y gastronomía los cuales obtuvieron un 13% cada uno. En último lugar se encuentra la infraestructura vial con un 2%.



En cuanto a la duración de los turistas mochileros en el municipio de Salento, el 80% de los encuestados afirman que es de una a tres semanas, esto puede estar causado por tres factores básicos:

- El primero es la falta de atractivos mencionada anteriormente
- El segundo, es porque algunos mochileros se internan en el Valle de Cócora para realizar caminatas que duran varios días y los llevan a otros municipios o ciudades del país
- Por último, puede ser causado porque Salento, es un lugar de paso, un municipio al que se llega porque está entre las ciudades de Medellín y Cali, las cuales son bastante visitadas y paradas obligadas para este tipo de turistas.

Otro aspecto importante que también deja esta pregunta es que ningún turista se hospeda en el municipio por más de nueve semanas, esto se evidencia en que esta opción no tuvo ningún porcentaje, y que aunque hay quienes se quedan entre tres y nueve semanas son muy pocos, pues cada una de las opciones obtuvo apenas un 10%, esto por lo mencionado anteriormente.

8.5. Sistematización y análisis de las entrevistas realizadas en el municipio de Salento.

Tabla 1.

Análisis de las entrevistas

Preguntas	Administrador Hostal Walkers	Administrador Hostal la Serrana	Administrador Restaurante Donde Lucy	Interpretación
1. Qué motiva a los turistas mochileros a visitar el municipio de Salento?	El Valle de Cocora, y el Tour del Café	El fin del sometimiento de la guerrilla que afectaba el municipio, el voz a voz, las montañas, la gente, la palma de cera, lo económico que es el municipio.	La tranquilidad, los hostales especializados, los restaurantes para mochileros que piensan en el presupuesto y los paisajes	Las personas entrevistadas resaltan los paisajes como la principal motivación que tienen los turistas mochileros de visitar el municipio, aunque también resaltan algunos atractivos turísticos, además de la tranquilidad y cultura del pueblo.
2. ¿Cuáles son los lugares turísticos de Salento más visitados por los turistas mochileros?	El valle de Cocora, el Tour del Café, el paisaje como tal y el pueblo.	El Valle de Cocora, Estrella de Agua, El Tour de Café en las fincas cafeteras, el Mirador, el Cerro la Cruces y como tal el pueblo.	El valle de Cocora, colibrí, Boquía, las cascadas, las fincas cafeteras, como "El Ocaso" y "Don Elias"	Las personas entrevistadas coinciden en que el lugar más visitado por los turistas mochileros es el Valle de Cocora, aunque también resaltan El Tour del Café ya que permite un acercamiento más profundo

				con la cultura cafetera.
3. Existe intercambio cultural entre los turistas y la población local de Salento?	Por supuesto que sí, ellos se interesan por la cultura y algunos comparten hasta la comida con los habitantes del municipio.	Si claro, solo con que dos culturas entren en contacto genera un intercambio, además a Salento llegaron muchos extranjeros y se casaron, tuvieron hijos, pusieron sus negocios...con el solo hecho de que un extranjero llegue y ponga su música, se genera un intercambio.	Si claro, ellos vienen y se interesan por todo: Por la gente, la cultura, la comida y nosotros como locales intentamos orientarlos y aprender de ellos.	Los tres entrevistados afirman que si hay un intercambio cultural, pues los mochileros llegan buscando conocer e interactuar con la cultura del municipio y lo hacen por medio de la comida, la música y compartiendo con los habitantes de Salento.
4. ¿Qué concepto se llevan los turistas mochileros de Salento como destino turístico?	Que los tratan demasiado bien y que los van a ayudar en lo que necesiten.	Que es un lugar muy tranquilo, seguro barato e ideal para descansar.	Muy bueno, de hecho aparecemos en Lonely Planet en una lista que ellos sacaron y nunca hay un mal comentario	Los turistas mochileros se llevan un buen concepto el municipio, pues los tratan bien, es un lugar tranquilo y económico y tiene lo que ellos buscan.
5. ¿En términos económicos, hay aportes con la llegada de turistas mochileros al municipio?	Sí, todos en Salento tienen su negocio porque es un punto de venta muy bueno.	Si claro, la economía de Salento se sostiene es por el turismo ya sea local o extranjero, aunque el local es solo en época de	Si, ellos tienen que pagar hospedaje, comida, arreglo de ropa, su cerveza, así que si es un aporte muy grande.	Definitivamente si hay un aporte económico por parte de los turistas mochileros al municipio, pues son turistas que llegan todo el año y a pesar de que algunos

		<p>festividades y descansos nacionales, pero el extranjero es todo el año y aunque hay turistas extranjeros que no son mochileros, el 80-90% lo son.</p>		<p>consumen y gastan poco, el solo hecho de que lleguen, paguen hospedaje, alimentación y hagan uso de los servicios que se les ofrecen, hace que se impulse la economía de Salento.</p>
<p>6. ¿Cree usted que Salento se posiciona como un destino turístico para mochileros?</p>	<p>Si, por lo que le había dicho anteriormente, la zona verde y los paisajes.</p>	<p>Si, de hecho ya lo está, desde hace unos cinco años Salento se convirtió en un paso obligado entre Medellín y Cali, por eso ya está consolidado.</p>	<p>No solo para mochileros porque aquí viene mucha gente que no lo es.</p>	<p>Dos de las tres personas entrevistadas afirman que definitivamente Salento si se posiciona como un destino turístico para mochileros, incluso el señor Cristian del hostel La Serrana, considera que desde hace aproximadamente cinco años ya está posicionado; Don Jorge, del restaurante Donde Lucy, considera que Salento se posiciona como un destino turístico para todos los turistas y no solo para mochileros.</p>

<p>7. ¿Considera que el municipio de Salento cuenta con las facilidades turísticas necesarias que permitan la estadía de los turistas mochileros?</p>	<p>Salento tiene todo: Supermercados, cajeros, transporte, aquí todo es muy fácil.</p>	<p>Si, tiene todos los servicios, aunque el transporte es un poco precario pero si, tiene todo.</p>	<p>Si, los Willys son los que los llevan a todos lados, y hay hoteles para todos los precios.</p>	<p>Los tres entrevistados coinciden en que Salento si cuenta con todas las facilidades turísticas que se requiere para garantizar la estadía de los mochileros, y aunque algunos afirman que el transporte es adecuado, Don Cristian del hostel La Serrana considera que hay fallas en este aspecto, pues los buses que trasladan a los turistas a municipios cercanos o ciudades como Armenia, no están en las mejores condiciones.</p>
<p>8. ¿Cuánto es el gasto promedio de un turista que visita el municipio de Salento?</p>	<p>Por dos días por ahí \$100.000-\$180.000, eso depende del mochilero.</p>	<p>Es difícil saberlo, pero creo que entre \$50.000 y \$100.000 al día, eso depende del mochilero porque puede ser uno muy rico que gaste poco o puede ser uno que venda manillas para sobrevivir.</p>	<p>Todo depende del tiempo que se vaya a quedar, pero por ahí entre \$70.000-\$80.000 diarios.</p>	<p>El gasto diario promedio de un turista mochilero de acuerdo a las personas entrevistadas es entre \$50.000 y \$100.000, aunque fueron enfáticos al afirmar que este rango varía según el tipo de mochilero, pues hay algunos que cuentan con más recursos y se hospedan en hostales más</p>

				costosos y su gasto es mayor.
9. ¿De qué países los visitan principalmente los turistas mochileros?	De todo el mundo, pero principalmente Argentina, España, Francia, Israel e Italia.	Principalmente Estados Unidos, Australia, Francia, Canadá, Argentinos (muchísimos) y muy pocos de Latino América.	De todas partes del mundo, aunque no sabía pero un estudio de Cámara y Comercio dijo que de Venezuela no vienen.	En este aspecto no hay mucha claridad al decir de cuál es el país que más llegan, pues son enfáticos al decir que llegan de todo el mundo, aunque coinciden en que de países latinos como Venezuela o Brasil, casi no llegan.

Nota: Autoría propia.

9. Capítulo 3

9.1. Diseño de matriz de fortalecimiento para el municipio de Salento

Este capítulo inicia con una contextualización de la llamada matriz DOFA, allí se resaltarán los aspectos más relevantes que se deben tener en cuenta a la hora de realizarla; El capítulo continuará con la realización de la matriz DOFA, donde se pondrán en evidencia las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se lograron identificar en el trabajo de campo y registradas en el diario de campo; Finalmente y a partir de las estrategias diseñadas en la matriz DOFA, se procederá a realizar la propuesta de la matriz de fortalecimiento para el turismo mochilero en el municipio de Salento, Quindío, teniendo en cuenta el intercambio cultural deseado por los turistas mochileros.

9.2. ¿Qué es la matriz DOFA? Características y metodología para su elaboración

La matriz DOFA, FODA o Matriz de TOWS, es una herramienta de análisis que permite identificar aspectos claves de un destino, empresa o situación específica.

La valoración global de las fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas se conoce como análisis SWOT en inglés o análisis DAFO en español. El análisis externo busca oportunidades y amenazas creadas por el entorno. El análisis interno se centra en las fuerzas y debilidades de la compañía. En la planificación estratégica, la compañía encaja sus capacidades con las oportunidades creadas por el entorno y emprende acciones para minimizar las amenazas que proceden de él. (Kotler, Bowen, Makens, Rufin, & Reina, 2007, pág. 56)

Lo anterior indica que la matriz DAFO es un análisis de factores internos y externos de una organización, los factores internos son las fortalezas y debilidades de la organización o destino, y los factores externos son las oportunidades y amenazas creadas por el entorno. El análisis concluye con la creación de estrategias para cada uno de los aspectos analizados.

9.2.1. Análisis externo.

El análisis externo consiste en identificar todos aquellos aspectos que no son controlables por la organización o destino, pero que influyen directamente en ella; en este análisis se identifican las oportunidades y amenazas con las que cuenta el destino.

9.2.2. Oportunidades.

Las oportunidades son aquellos aspectos que pueden ayudar al destino a mejorar y generar estrategias de éxito.

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. (Talancón, 2007, pág. 115).

De acuerdo a lo anterior, se puede decir que las oportunidades no son controlables por el destino pero son importantes ya que pueden contribuir al éxito del mismo, además que permite ajustar las estrategias para mejorar.

Las oportunidades pueden clasificarse con relación a su atractivo y a la probabilidad de éxito. La probabilidad de éxito de una compañía depende no sólo de que sus puntos fuertes guarden relación con los requisitos para operar en relación con ese público objetivo, sino también de que esos puntos fuertes excedan la posición de la competencia. La compañía que obtenga mejores resultados será aquella que pueda generar el mayor valor para el consumidor y mantenerlo a lo largo del tiempo. (Kotler, Bowen, Makens, Rufin, & Reina, 2007).

Esto aporta un aspecto fundamental en el sentido de que se deben identificar los aspectos en los que la compañía supera a la competencia y que la idea es generar valor para el cliente o turista, además de que ese valor sea perdurable. Esto, en términos turísticos quiere decir que la experiencia que el turista tenga en el destino sea tan satisfactoria que quiera volver.

9.2.3. Amenazas.

Las amenazas son aquellos aspectos que pueden afectar negativamente a la compañía o destino, así como las oportunidades contribuyen al éxito, las amenazas contribuyen al fracaso, por lo que su correcta y oportuna identificación es fundamental. (Talancón, 2007) Afirma: “Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales” (p. 115). Lo anterior reafirma lo mencionado inicialmente, ya que si las amenazas no son identificadas oportunamente pueden causar serios problemas.

9.2.4. Análisis interno.

El análisis interno, comprende todos los aspectos que, si pueden ser controlados por la empresa o destino, es decir, identificar las fortalezas y debilidades que hacen que se encuentre en una posición determinada.

9.2.5. Fortalezas.

Las fortalezas son todas las cosas buenas de la organización o destino, es lo que los hace diferenciarse de la competencia. McConkey; Stevenson, citados por Talancón (2007) afirman que: “Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia” (p. 115). Es decir, que las fortalezas también incluyen al personal y la forma correcta de realizar su labor dentro de la organización, esto en el caso de un destino, incluiría a los diferentes operadores que hacen que se destaque ante sus competidores.

9.2.6. Debilidades.

Las debilidades son todos aquellos aspectos que hacen que la organización pierda valor y clientes. Henry, citado por (Talancón, 2007), las define como: “Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil” (p. 115). Es decir, una debilidad es todo aquello que la empresa no hace correctamente y que debe ser mejorado para obtener mejores resultados.

9.3. Aspectos a tener en cuenta para la construcción de la matriz FODA

Para concluir esta parte teórica, se presenta un cuadro en el que se muestran los aspectos a tener en cuenta en cada uno de los análisis propuestos por la matriz.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Capacidades fundamentales en áreas claves. Recursos financieros adecuados. Buena imagen de los compradores. Ser un reconocido líder en el mercado. Estrategias de las áreas funcionales bien ideadas. Acceso a economías de escala. Aislada (por lo menos hasta cierto grado) de las fuertes presiones competitivas. Propiedad de la tecnología. Ventajas en costos. Mejores campañas de publicidad. Habilidades para la innovación de productos. Dirección capaz. Posición ventajosa en la curva de experiencia. Mejor capacidad de fabricación. Habilidades tecnológicas superiores.</p>	<p>No hay una dirección estratégica clara. Instalaciones obsoletas. Rentabilidad inferior al promedio. Falta de oportunidad y talento gerencial. Seguimiento deficiente al implantar la estrategia. Abundancia de problemas operativos internos. Atraso en investigación y desarrollo. Línea de productos demasiado limitada. Débil imagen en el mercado. Débil red de distribución. Habilidades de mercadotecnia por debajo del promedio. Incapacidad de financiar los cambios necesarios en la estrategia. Costos unitarios generales más altos en relación con los competidores clave.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Atender a grupos adicionales de clientes. Ingresar en nuevos mercados o segmentos. Expandir la línea de productos para satisfacer una gama mayor de necesidades de los clientes. Diversificarse en productos relacionados. Integración vertical (hacia adelante o hacia atrás). Eliminación de barreras comerciales en mercados foráneos atractivos. Complacencia entre las compañías rivales. Crecimiento más rápido en el mercado.</p>	<p>Entrada de competidores foráneos con costos menores. Incremento en las ventas y productos sustitutos. Crecimiento más lento en el mercado. Cambios adversos en los tipos de cambio y políticas comerciales de gobiernos extranjeros. Requisitos reglamentarios costosos. Vulnerabilidad a la recesión y ciclo empresarial. Creciente poder de negociación de clientes o proveedores. Cambio en las necesidades y gustos de los compradores. Cambios demográficos adversos.</p>

Figura 5. *Matriz DOFA.* Thompson y Strikland (1998), citados por Talancón (2007)

9.4. Matriz DOFA para el municipio de Salento

Tabla 2.
Matriz DOFA

Factores internos	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Salento cuenta con una gran riqueza natural y cultural • Cuenta con una gran oferta de establecimientos y servicios para este segmento de viajeros. • Existe interés en fortalecer el turismo en el municipio. • Los habitantes del municipio están siempre dispuestos a recibir a los turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de señalización para los turistas • Los establecimientos de los servicios de alojamiento y alimentación no cuentan con el registro nacional de turismo • No cuentan con atractivos suficientes para el turista viajero • Aumento exagerado del precio causado por la llegada masiva de turistas.
Factores externos	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • El municipio cuenta con un reconocimiento a nivel nacional e internacional • Aprovechamiento de las zonas naturales y culturales como atractivos. • Incremento del turismo incentivado por acuerdos de paz. • Infraestructura vial y de telecomunicaciones en óptimas condiciones permitiendo la conectividad entre ciudades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se evidencia un gran deterioro de los atractivos naturales del municipio. • Incremento de los precios en los productos y servicios como consecuencia de la especulación de los prestadores de servicios turísticos. • Falta de presencia policial en los diferentes destinos que se encuentran fuera del casco urbano. • Algunos municipios vecinos están diseñando productos turísticos que pueden convertirse en competencia para Salento.

Nota: Autoría propia.

9.5. Plan de mejoramiento

El plan de mejoramiento es un formato que integra las estrategias diseñadas con un presupuesto sencillo y los objetivos que se esperan lograr con cada una de estas estrategias.

El plan de mejoras integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización, para que sean traducidos en un mejor servicio percibido. Dicho plan, además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas.

Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se proponen alcanzar y diseñar la planificación de las tareas para conseguirlos. (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2016, pág. 4)

De acuerdo a la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2016):

El plan de mejoras permite:

- Identificar las causas que provocan las debilidades detectadas.
- Identificar las acciones de mejora a aplicar.
- Analizar su viabilidad.
- Establecer prioridades en las líneas de actuación.
- Disponer de un plan de las acciones a desarrollar en un futuro y de un sistema de seguimiento y control de estas.
- Negociar la estrategia a seguir. (p. 4).

Lo anterior indica una metodología para realizar correctamente el plan de mejoramiento, con las estrategias diseñadas para Salento.

9.6. Plan de mejoramiento para el municipio de Salento, Quindío

Tabla 3.

Plan de mejoramiento para el municipio de Salento

ACTIVIDAD O PROYECTO DE DESARROLLO	FACTOR	ASPECTO A EVALUAR	OBJETIVO	ACCION	DESCRIPCION	META	RESPONSABLE	FECHA DE EJECUCION		COSTO O VALOR
								INICIO	FIN	
Falta de señalización para los turistas	Debilidad	Señalización	Señalar adecuadamente los atractivos y lugares de interés turístico	Plan de señalización	Se recomienda realizar la señalización de los diferentes atractivos con los que cuenta el municipio, de tal manera que posibilite la ubicación de los viajeros que visitan Salento	100% de atractivos y puntos turísticos	Secretaría de planeación e infraestructura física	Marzo de 2019	Octubre de 2019	\$ 10.000.000
Los establecimientos de los servicios de alojamiento y alimentación no cuentan con el registro nacional de turismo	Debilidad	Formalización y servicio al cliente	Mejorar la atención y servicio al cliente	Capacitaciones	Realizar campañas de capacitación para el personal que tenga contacto directo con los turistas, esto con el fin de mejorar el servicio ofrecido, además de concientizar a los prestadores de la importancia de contar con el Registro Nacional De Turismo en tanto que la legalidad les otorga beneficios importantes.	70% de los prestadores de servicio turísticos	Alcaldía municipal	Febrero de 2019	Agosto de 2019	\$ 3.000.000
No cuentan con atractivos suficientes para el turista viajero	Debilidad	Diversificación de la oferta	Generar nuevos productos turísticos	Creación de productos turísticos	Se recomienda realizar productos turísticos alternativos a los ya existentes que permitan la diversificación de las actividades turísticas con el fin de hacer de Salento un municipio más atractivo e interesante para el turista mochilero, logrando así un posicionamiento del municipio en el mercado	3 nuevos productos turísticos	Secretaría de educación y cultura	Mayo de 2019	Febrero de 2020	\$ 15.000.000
Aumento exagerado del precio causado por la llegada masiva de turistas	Debilidad	Arbitrariedad	Regularizar los precios del transporte intermunicipal	Controlar precios	Se recomienda a la alcaldía municipal realizar la regulación de precios principalmente en transporte, esto con el fin de evitar que sigan excediendo su costo, pues son el único medio de transporte que se mueve en Salento y los turistas se ven obligados a pagarlo para continuar con sus actividades	Disminución de quejas en 70% por cobros irregulares	Secretaría de hacienda	Febrero de 2019	Febrero de 2020	

Se evidencia un gran deterioro de los atractivos naturales del municipio.	Amenaza	Medio ambiente	Promover entre los turistas el cuidado y preservación de los atractivos naturales	Establecer sanciones	Incentivar el cuidado y preservación de los atractivos, mediante charlas cortas a los turistas tomando medidas que lleven a penalizar a quienes no lo hagan.	Disminución del 20% del daño causado por el turismo	Secretaría de Agricultura, medio ambiente y desarrollo rural.	Mayo de 2019	Agosto de 2019	
Se evidencia un gran deterioro de los atractivos naturales del municipio.	Amenaza	Medio ambiente	Preservar el medio ambiente y mitigar los impactos negativos del turismo sobre el mismo.	Aplicación de normas	Se debe considerar aplicar las normas de protección, sostenibilidad y capacidad de carga en las áreas naturales, ya que se tiene un control mínimo de las actividades que realizan en los entornos naturales, se sabe que estas son parte importante del turismo y por lo mismo deben preservarse para que tengan una vida útil duradera y el medio ambiente no se vea afectado.	Aplicación del 100% de las normas de sostenibilidad	Secretaría de Agricultura, medio ambiente y desarrollo rural.	Enero 2019	Diciembre de 2019	\$ 5.000.000
Incremento de los precios en los productos y servicios como consecuencia de la especulación de los prestadores de servicios turísticos.	Amenaza	Arbitrariedades	Disminuir el aumento de los precios causado por la especulación	Combatir la especulación	Incrementar la vigilancia en aquellos establecimientos que ofrezcan productos y servicios turísticos, esto con el fin de combatir la especulación y evitar el aumento exagerado en los precios causados por esta.	Precios acordes al producto o servicio en el 100% de establecimientos	Secretaría de hacienda	Febrero de 2019	Febrero de 2020	
Falta de presencia policial en los diferentes destinos que se encuentran fuera del casco urbano.	Amenaza	Seguridad	Incrementar la seguridad en el municipio	Aumentar la vigilancia	Aumentar la presencia policial en el municipio, especialmente en aquellos atractivos ubicados fuera del casco urbano, para generar más confianza entre los turistas que visitan el municipio.	Presencial policial en el 100% de los atractivos	Policía municipal	Enero de 2019	Julio de 2019	
Algunos municipios vecinos están diseñando productos turísticos que pueden convertirse en competencia para Salento.	Amenaza	Promoción	Promocionar turísticamente a Salento a nivel nacional	Promocionar	Realizar una campaña de promoción de Salento como destino cultural, mostrando sus productos y atractivos turísticos, para que esto, sumado a las estrategias mencionadas anteriormente, posicionen a Salento como destino turístico mochilero.	Incremento del 50% de turistas nacionales	Secretaría de educación y cultura	Febrero de 2019	Marzo de 2020	\$ 50.000.000
TOTAL										\$ 83.000.000

Nota: Autoría propia.

10. Conclusiones

El turismo Backpacker, está tomando cada día mayor relevancia en el mundo, esto, porque es un viaje en el que no hay reglas, no hay itinerario, se hace de manera relajada, sin horarios y con poco presupuesto, además que se realiza en cualquier parte del mundo, logrando así que este tipo de turismo adquiera mayor reconocimiento y se convierta en el tipo de viaje que prefieren las personas jóvenes y aventureras en este se destaca el intercambio cultural ya que generalmente quienes emprenden estos viajes buscan conocer la cultura con los destinos en los diferentes factores que ellos ofrecen como lo son los atractivos turísticos respectivos y los habitantes de los diferentes destinos.

Destinos como Salento, que no son tan reconocidos en otros tipos de turismo, han encontrado en el turismo mochilero una alternativa económica que además los ha llevado a obtener un reconocimiento a nivel mundial, también los habitantes son un gran factor ya que, así como Salento posee los atractivos turísticos los habitantes poseen la historia el amor y la cultura como tal.

Salento es un municipio ideal para el turista mochilero, pues cuenta con atractivos, como el Valle de Cocora, casa del árbol Nacional de Colombia, miradores que permiten apreciar perfectamente el paisaje cultural cafetero el cual fue declarado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad, reconocimiento que ha logrado un mayor interés por parte de los turistas en visitar el municipio; No obstante, la cultura y tradición que se evidencia en municipio, reflejada especialmente en aspectos como costumbres, folclor y gastronomía típicas de la región cafetera, hacen que Salento se convierta en un municipio con reconocimiento entre los turistas mochileros. Efectivamente existe un intercambio cultural entre los turistas mochileros y los habitantes del municipio, esto se evidencia en la forma como los viajeros se involucran en la gastronomía, muestran interés en conocer la cultura cafetera, mediante el recorrido por las fincas cercanas las cuales realizan diferentes tours en los que muestran el proceso de cosecha y recolección del café; comparten su música, artesanías, arte, algunos para poder solventar sus gastos y se adaptan e integran al municipio. El tipo de turista mochilero que visita Salento, es en gran parte del género masculino, que se encuentra entre las edades de 21 y 30 años, procedentes de países europeos como Francia, Alemania y España, su presupuesto es mínimo, por lo que se hospedan en hostales y se transportan en colectivo, buscando una experiencia turística asociada a los entornos

culturales y naturales, este se evidencia cuando se observa que el turista recurre a los habitantes para informarse, saber la historia y también pedir recomendaciones de los sitios para visitar y desarrollar su intercambio cultural.

Los habitantes locales están abiertos a la recepción de turistas, ya que su cultura los lleva a ser personas amables, generosas y atentas a las necesidades de quienes lo necesitan, siempre recibiendo al turista con una sonrisa y con toda la disposición de mostrar y enseñar su cultura, además de aprender de lo que ellos quieran compartir, es por esto que el municipio tiene gran acogida por el turista mochilero.

Es necesario diversificar la oferta turística del municipio a partir del diseño de productos alternativos, diferenciados, creativos y accesibles que permitan una mayor oferta para los viajeros extranjeros.

En el trabajo se puede concluir que el turista mochilero puede lograr que esta modalidad sea un turismo de masa, ya que como se evidencia a lo largo de este trabajo, viajan de manera descomplicada pero con demandas; además de esto presupuestan el gasto de su viaje dependiendo los servicios y atractivos que el destino pueda ofrecer.

11. Recomendaciones

Se plantea que la institución Universitaria Agustiniiana puede generar un aporte muy significativo con el programa de Hotelera y Turismo en términos de asesoría, esto con el propósito de mejorar el producto turístico; también podría abordar en forma de capacitaciones los temas de calidad y servicio al cliente haciendo de Salento un municipio abierto a los turistas; no obstante, se piensa que el beneficio sería mutuo ya que esto generaría que los estudiantes a lo largo de su carrera estudiantil puedan adquirir experiencia y poner en práctica el conocimiento adquirido y a Salento como se mencionó anteriormente, lo ayudarían a pulirse en términos de turismo ya que aún son un poco débiles frente a otros municipios o lugares turísticos.

Explorar otros posibles lugares en el municipio que puedan ser utilizados turísticamente, esto con el fin de ampliar o reinventar los recorridos actualmente, teniendo en cuenta la diversidad natural y cultural con la que cuenta Salento, para lograr de esta manera, que el recorrido de los turistas sea más satisfactorio y obtengan un mejor aprendizaje de la diversidad natural y la cultura del eje cafetero.

Generar más conciencia tanto a locales como visitantes sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, especialmente en el Valle del Cocora, principal atractivo turístico, donde se encuentra la palma de cera, árbol nacional. Debe ser prioridad no solo para el municipio y departamento, sino para el Gobierno, la preservación y cuidado de la palma de cera, pues es evidente el deterioro en el que se encuentra y como país no nos podemos permitir acabar con nuestro árbol Nacional.

El municipio de Salento podría iniciar todo el proceso con el Viceministerio de turismo para certificarse como destino sostenible, ya que cuenta con las condiciones en términos de infraestructura, aspectos ambientales y culturales, esto va a repercutir en la llegada de más turistas mochileros en el sentido que ellos buscan y priorizan aquellos destinos que velen por el cuidado y conservación del medio ambiente.

Salento cuenta con una serie de atractivos naturales y culturales necesarios para el desarrollo del turismo lo cual permite trabajar en el para que sea reconocido y elegido por el viajero mochilero a nivel mundial; si se tienen en cuenta aquellos aspectos mencionados en este proyecto, Salento, podría posicionarse y mejorar su competitividad en el mercado turístico mundial.

Se recomienda que la administración municipal junto con los prestadores de servicios turísticos, buscando el apoyo del Viceministerio de turismo, la oficina departamental de cultura y turismo y de quienes competa, busquen fortalecer la calidad en la prestación de los servicios, ya que esto es un elemento muy importante que permitirá que se hable bien del destino una vez que los turistas han viajado e interactuado con el municipio, pues comentarán su experiencia con más viajeros lo cual generará una publicidad voz a voz y esto es de gran importancia para fomentar este turismo y posicionar a Salento como un lugar predilecto para el desarrollo de las actividades de su preferencia y el intercambio cultural que ellos buscan.

12. Referencias

- Conceptos básicos para la gestión destinos turísticos.* (2014). Lima, Perú: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.
- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. (6 de 15 de 2016). *uantof.cl, Universidad de Antofagasta*. Obtenido de http://www.uantof.cl/public/docs/universidad/direccion_docente/15_elaboracion_plan_de_mejoras.pdf
- Barrado Timón, D. A. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación Geografico-Territorial. . *Estudios Turísticos*, 50.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Pearson educación.
- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y ventas de servicios turísticos*. Madrid: Gesbiblo.
- Centro de Investigaciones sociológicas, (. (2017). *Centro de Investigaciones sociológicas, (CIS)*. Obtenido de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/quesunaencuesta.html
- Centty, D. (2006). *Manual metodológico para el investigador científico*. Obtenido de Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm>
- Cerda Gutiérrez, H. (2011). *Los elementos de la investigación*. Bogotá: Magisterio.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2008). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Izacar, S. (2007). *ProQuest Ebook Central*. Recuperado el 9 de 11 de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliounesp/reader.action?docID=3429877&query=muestreo+#>
- Kotler, Bowen, Makens, Rufin, & Reina. (2007). *Marketing para turismo*. España: Prentice Hall.
- Maoz, D., & Cabello, A. M. (2007;2014). *Revistas Científicas de la Universidad de Murcia*. Obtenido de revistas.um.es/turismo/article/download/203071/164301
- Martín Cabello, A., & García Manso, A. (2015). *Aprender a través del viaje: el turismo mochilero como experiencia educativa*. Recuperado el 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005024>
- Martinez, V. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n?auto=download

- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Recuperado el 30 de octubre de 2018, de Universidad Nacional Autónoma de México:
http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf
- Ministerio de Cultura. (s.f.). *Sedbolivar.gov.co*. Obtenido de
<http://www.sedbolivar.gov.co/archivos/Normatividad/Avisos/2010/Guia%20plan%20de%20accion.pdf>
- Ministerio de Cultura. (s.f.). *Sedbolivar.gov.co*. Obtenido de
<http://www.sedbolivar.gov.co/archivos/Normatividad/Avisos/2010/Guia%20plan%20de%20accion.pdf>
- Navarro, D. (2014). *Cuadernos de turismo*. Recuperado el octubre de 2018, de dialnet.unirioja.es:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5034765.pdf>
- Olmos, L., & García, R. (2013). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Parainfo.
- OMT. (s.f.).
- OMT, G. d. (2002). Reunión OMT. Madrid.
- Organización de las Naciones Unidas para la ciencia, l. e. (2003). Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural de la humanidad. New York.
- Pat, L., & Calderón, G. (2012). Gestión turística. 50. Valdivia, Chile.
- Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo, (. (2015). *DATATUR, Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México*. Obtenido de SECTUR, Secretaría de Turismo: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Embajada de Suiza en Perú. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Recuperado el septiembre de 2018, de swisscontact.org:
https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf
- Pulido, De la Calle, & Velasco. (2013). *Turismo Cultural*. Mexico: Trillas, S.A. de C.V.
- Respaldiza, L. (Diciembre de 2014). *Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local*. Recuperado el Octubre de 2018, de academia.edu:
https://www.academia.edu/12204804/Turismo_cultural_una_oportunidad_para_EL_DESARROLLO_LOCAL
- Richards, & Raymond. (2000). Trends and challenges in creative tourism. Tilburg, Países bajos.
- Spreggero, M. A., & Velázquez, F. D. (2016). *Turismo Backpacker: Viajar como Mochileros*. Santa Fe.
- Talancón, H. (2007). La matriz FODA: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. Xalapa, México.

Tamayo y Tamayo, M. (2014). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa, S.A.

Vera, O., & Vera, F. (2013). *Evaluación del nivel socioeconómico: presentación de un escala adaptada a una población de Lambayeque*. Recuperado el septiembre de 2018, de dialnet.unirioja.net:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4262712.pdf>

Colombia. Congreso de la República. Ley 300. (30, Julio, 1996). Ley General de Turismo. Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Bogotá.

Colombia. Congreso de Colombia. Ley 397. (7, Agosto, 1997). Ley General de la cultura. Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Diario Oficial. Barranquilla, p. 1.

Colombia. Congreso de Colombia. Ley 1558. (10, Julio, 2012). Por la cual se modifica la Ley 300 - Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Bogotá, pp 1-2.

Decreto sobre exención del impuesto a servicios turísticos, 2646 (2013).

Decreto sobre la devolución del impuesto a turistas extranjeros, 1903 (2014).

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (10 de julio de 2012). Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-Ley general de turismo, La Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. [Ley 1558]. Recuperado de:
http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

Secretaria de Comercio, Industria y Turismo (7 de Agosto de 1997). Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. [Ley 397]. Recuperado de:
https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/ley_397_de_1997_ley_general_de_cultura.pdf

Ministerio de Hacienda y Crédito Público (20 de Noviembre de 2013). Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos. [Decreto 264]. Recuperado de:
http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

Ministerio de Hacienda y Crédito Público (1 de octubre de 2014). Por el cual se reglamenta la devolución del Impuesto sobre las ventas a los turistas extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes en el territorio nacional y a los visitantes extranjeros no residentes en Colombia por la compra de bienes gravados, Brealizadas en las Unidades Especiales de Desarrollo Fronterizo. [Decreto 1903]. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo

13. Anexos

Diario de Campo

27 de septiembre

02:53 pm

Acabamos de llegar a Salento, y ya hemos encontrado que los mochileros se transportan en caballo, y también los vimos en los conocidos aquí como yipaos. Y también van en grupos, no hemos visto mochileros solos, sino en grupos.

4:34 pm

Encontramos un grupo de muchachos, había uno ecuatoriano, uno argentino, uno francés y otro libanés, y nos contaron que él libanes se unió a ellos, al viaje en el camino. No nos dijeron exactamente dónde pero él no venía con el grupo.

28 de septiembre

11:18 am

Llegamos hace aproximadamente media hora, en este momento hay un evento en la plaza principal en el que están muchos de los mochileros como viendo de qué trata, y todo eso son como condecoraciones a policías y los mochileros están en la plaza intentando averiguar qué es lo que pasa, notamos que son como muy curiosos y se interesan por la cultura.

12:22

La actividad comienza a bajar un poco, no se ven tantos turistas mochileros así por el municipio, esto debido a la hora del almuerzo que hace que baje un poco su ritmo, hemos encontrado bastantes, son muy amables, tienen sus guías del país, de hecho son muy pocos los que no las tienen, se han adaptado muy bien al idioma por lo que son raros los que no hablan español, algo que ha facilitado el proceso de las encuestas y la comunicación con ellos.

12:46

Nos encontramos almorzando en un restaurante para mochileros y acaban de llegar unos argentinos que se costean el viaje cantando y mostrando su folclor.

Encuesta

	UNIVERSITARIA AGUSTINIANA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA
	EL TURISMO MOCHILERO EN EL MUNICIPIO DE SALENTO COMO UNA FORMA DE EXPERIENCIA CULTURAL	ENCUESTA

PERFIL DEL TURISTA MOCHILERO QUE VISITA EL MUNICIPIO DE SALENTO

La presente encuesta se enmarca en el trabajo de investigación: "El turismo mochilero en el municipio de Salento como una forma de experiencia cultural", que se realiza en el programa de Hotelería y turismo de la Universitaria Uniagustiniana.

La información aquí consignada será de manejo exclusivo del investigador, por lo cual se solicita atentamente responder lo más sinceramente posible.

La información aquí consignada tiene un carácter eminentemente académico.

Derrotero de preguntas:

ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

Género _____

Edad _____

Estado Civil _____

Procedencia _____

1. Cómo realiza el viaje:

- Solo
 Acompañado

2. ¿Cuánto tiene presupuestado gastar en la visita?:

- \$50 - \$100 USD
 \$100 - \$200 USD
 \$300 - \$400 USD
 \$400 - \$500 USD

3. ¿Visita este lugar por primera vez?

- Si
 No

4. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza frecuentemente?

- Hotel
 Hostal
 Finca Hotel
 Posada Turística
 Camping

5. ¿Qué medio de transporte utiliza?

- Flota Intermunicipal
 Colectivo
 Automóvil
 Moto
 Bicicleta
 Equino

ASPECTOS MOTIVACIONALES

6. ¿Cuál es el motivo principal de su visita?
- Turismo
 - Experiencia Cultural
7. ¿Por qué decide realizar sus viajes como mochilero y no bajo la modalidad que ofrecen las agencias de viajes?
- Porque puede organizar su propio itinerario
 - Porque puede visitar localidades interactuando con la cultura
 - Por el tipo de transporte que utiliza
 - Porque no realiza las excursiones tradicionales
 - Por el tiempo en que realiza los viajes y su duración

- Seguridad
- Hospedaje
- Distancia de un atractivo a otro
- Pocos atractivos
- Precios

11. ¿Cuánto tiempo duran sus viajes aproximadamente?

- 1 a 3 Semanas
- 3 a 6 Semanas
- 6 a 9 Semanas
- Más de 9 semanas

ASPECTOS PREFERENCIALES

8. ¿Qué lugares del municipio va a visitar o visitó?
- Valle de Cócora
 - Parque principal de Salento
 - Calle Real
 - Ecoparque el Mirador
 - Mirador Alto de la Cruz
 - Vereda Boquía
9. ¿Qué le gusta del municipio?
- Paisaje Natural
 - Atractivos
 - Historia
 - Artesanías
 - Gastronomía
 - Sus Habitantes
 - Infraestructura Vial
10. ¿Qué no le gustó del municipio?
- Atención

Entrevista

 UNIVERSITARIA AGUSTINIANA UNIAGUSTINIANA <i>Escribir en ti</i>	UNIVERSITARIA AGUSTINIANA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	FECHA
	EL TURISMO MOCHILERO EN EL MUNICIPIO DE SALENTO COMO UNA FORMA DE EXPERIENCIA CULTURAL	ENTREVISTA

La presente entrevista se enmarca en el trabajo de investigación: "El turismo mochilero en el municipio de Salento como una forma de experiencia cultural", que se realiza en el programa de Hotelería y turismo de la Universitaria Uniagustiniana.

La información aquí consignada será de manejo exclusivo del investigador, por lo cual se solicita atentamente responder lo más sinceramente posible.

La información aquí consignada tiene un carácter eminentemente académico.

Derrotero de preguntas:

1. ¿Qué motiva a los turistas mochileros visitar el municipio de Salento?
2. ¿Cuáles son los lugares turísticos de Salento más visitados por los turistas mochileros?
3. ¿Existe intercambio cultural entre los turistas y la población local de Salento?
4. ¿Qué concepto se llevan los turistas mochileros de Salento como destino turístico?
5. ¿En términos económicos, hay aportes significativos con la llegada de turistas mochileros al municipio?
6. ¿Cree usted que Salento se posiciona como un destino turístico para mochileros?
7. ¿Considera que el municipio de Salento tiene las facilidades turísticas necesarias (alojamiento, alimentación, transporte y entretenimiento) que permitan la estadía de los turistas mochileros?
8. ¿Cuánto es el gasto promedio de un turista mochilero que visita el municipio de Salento?
9. ¿De qué países nos visitan principalmente los turistas mochileros?