

# Caracterización de servicios turísticos de la Reserva Natural Encanto Andino

**Andrea Katerine Martinez Taicus**

**Karol Yineth Rosero Narváez**

Estudiantes del Programa de Ingeniería Ambiental

Universidad Mariana

**Sandra Milena Madroño Palacio**

Docente del Programa de Ingeniería Ambiental

Universidad Mariana

“Una de las actividades predominantes en el Humedal Ramsar laguna de la Cocha, es la explotación de bosques asociada a la extracción maderera para la producción de carbón vegetal, afectando directamente a bosques primarios y secundarios” (Bolaños, Sevilla y Yela, 2011). Sin embargo, al ser un área rica en bosques, algunos de sus habitantes han optado por alternativas de conservación con fines turísticos.

Con base en lo anterior, siendo la Reserva Natural Encanto Andino un lugar de interés turístico, principalmente por la existencia de ecosistemas estratégicos, constituidos por: Humedales, bosque primario alto andino, bosque secundario alto andino y páramo azonal, no cuenta con una caracterización que permita ser base estructural para la identificación de la calidad de los servicios prestados en cumplimiento a lo establecido por la Política de Calidad Turística, la cual busca mejorar la prestación de los servicios turísticos ofrecidos a los turistas, fortaleciendo tanto la gestión de la calidad de las empresas como de los destinos turísticos a través de ICONTEC como Organismo Nacional de Normalización (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016), como también para la formulación de estudios encaminados a la conservación de los recursos naturales, implicando la protección de la fauna y flora silvestre, de tal manera que no se afecte el desarrollo socioeconómico.



*Figura 1. Páramo Azonal, Reserva Encanto Andino.*

Por lo anterior, el objetivo del presente estudio es realizar la caracterización de los servicios prestados por la Reserva Natural Encanto Andino, de tal manera que permita identificar los servicios y la calidad de estos, ya que son fundamentales para la sostenibilidad ambiental y socioeconómica de la reserva. Para alcanzar el objetivo, se emplearon técnicas de observación, encuesta y entrevista, que permitieron llevar a cabo de manera eficiente la identificación de potencialidades y limitantes, correspondientes a los servicios prestados por la reserva natural Encanto Andino. Para la observación, se realizaron distintas visitas a la reserva, en donde se identificaron las características positivas y negativas que determinan las condiciones en las que se encuentra la

reserva natural Encanto Andino. Por otro lado, en la entrevista se hizo preguntas semiestructuradas, con el propósito de obtener información general y de los servicios prestados, esta entrevista se realizó a Conchita Matabanchoy, administradora de la reserva; por último, se realizaron 25 encuestas estructuradas, dirigidas a los visitantes, para la recolección de información de una manera más amplia, siendo esta fundamental para conocer a fondo cuestiones cualitativas, además de tener en cuenta la percepción de los turistas sobre los servicios prestados.

Por consiguiente, se presenta los resultados obtenidos a partir de la metodología planteada, considerando el desarrollo de una matriz elaborada en Microsoft Excel, lo cual permitió la interpretación de resultados mediante gráficos estadísticos, como también la integración de una lista de chequeo para la identificación de los servicios a partir de la observación y evidencias fotográficas.

Tabla 1. *Identificación de servicios turísticos*

Alojamiento	Servicios identificados			
	Restaurante	Guianza	Charlas educativas	Avistamiento de aves
6 %	33 %	33 %	25 %	3 %

De acuerdo con la Tabla 1, se obtuvo como resultado que los servicios de guianza y restaurante son los más utilizados por los visitantes en la reserva con un 33 %, seguido del 25 % en cuanto al servicio de charlas educativas, el 6 % en servicio de hospedaje, y finalmente, el 3 % de los encuestados optan por actividades de avistamiento de aves. Estos valores permitieron analizar la calidad de cada servicio a partir de la experiencia del visitante.



Figura 2. Servicio de restaurante en la Reserva Natural Encanto Andino.

Lo anterior refleja que una de las potencialidades de la reserva, con respecto a la prestación de servicios, es el restaurante, ya que el 88 % de los visitantes consideran que la comida brindada en el restaurante de la reserva es de su agrado, por lo contrario, tan solo el 12 % de los visitantes considera que no lo es, siendo la percepción de los visitantes en su gran mayoría positiva, debido a que se evidencia que los alimentos son frescos, tienen un buen sabor y olor. De esta manera, el 100 % de los visitantes consideran que los alimentos están bien preparados y con buena higiene, de igual forma se demuestra que la calidad de los productos es buena. Teniendo en cuenta que alimentarse bien no es solo consumir una comida sabrosa, sino también una comida segura desde el punto de vista higiénico (Silva, 2002), además, una buena calidad de los alimentos, genera una buena percepción e imagen por parte de los visitantes y, según Caballero (2008), resulta de marcada importancia garantizar la calidad sanitaria e inocuidad de las instalaciones que ofrecen alimentos, previendo de esta manera las posibles enfermedades transmitidas (ETA), pues su repercusión no solo constituye una afectación grave para la salud del consumidor, sino que también influye de forma negativa en la percepción del cliente, incidiendo finalmente en la imagen de la instalación.

De igual forma, el 100 % de los visitantes opinan que la atención fue buena, ya que se evidenció una forma cordial, agradable y oportuna por parte de los encargados, el servicio fue adecuado y de agrado para la mayoría, ya que la cocina tradicional, la calidad de los platos, la hospitalidad, y el servicio son elementos que los turistas valoran de forma positiva dentro de la gastronomía local (Jiménez, López-Guzmán y Santa-Cruz, 2016).

Del mismo modo, el 96 % de los visitantes considera que hay buena ventilación e iluminación, y solo un 4 % opina lo contrario. De igual forma, el 100 % de los turistas consideran que el espacio tiene la capacidad suficiente y estructura adecuada para prestar el servicio, que los pisos y paredes están en

buen estado y que la decoración va con el concepto de la reserva; respecto a esta última, la decoración está enfocada en la parte natural, histórica y cultural, ya que se muestran cuadros y plegables con información histórica y actual de la reserva, se resalta también, la biodiversidad de fauna, ya que alrededor del restaurante se encuentran letreros informativos sobre especies de aves más comunes en el área natural, de igual forma, desde el restaurante se puede apreciar los paisajes y se percibe un ambiente tranquilo. Este aspecto, es una ventaja, debido a que la primera impresión que tiene un turista de un lugar, le formará un criterio y ciertas expectativas. De acuerdo a esa primera impresión, el cliente creará una idea o un prejuicio de los servicios o productos que se ofrece, y éste puede ser positivo o negativo.

Por otro lado, el servicio que más debe ser fortalecido, según los visitantes, es el de guianza, este tiene un precio de \$ 5.000 por persona, se realiza un recorrido por un único sendero en acompañamiento del guía, el cual realiza algunas paradas a lo largo del camino para brindar información relevante de los ecosistemas presentes y de la diversidad de flora y fauna; el recorrido dura generalmente 3 horas, sin embargo, puede extenderse el tiempo dependiendo de las actividades que realicen los turistas, como toma de fotos, contemplación de los paisajes, apreciación de los letreros informativos y descansos.

Con respecto al guía turístico, el 24 % de los visitantes consideran que sí es completa y coherente la información brindada por parte de este, mientras que el 76 % opina que no lo es, es decir, la gran mayoría consideran que la información brindada es escasa, ya que se debería mencionar las potencialidades de los diferentes ecosistemas constituidos por su diversidad de especies de fauna y flora, como también nombrar los servicios ecosistémicos que generan, de tal manera que se genere conciencia ambiental a los visitantes, además, según la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco, Perú (DirCetur), para que exista un enriquecimiento de conocimiento del área visitada:

El profesional guía de turistas debe interpretar, enseñar e informar al turista sobre el patrimonio, la riqueza histórica, natural, socio cultural, acontecimientos o eventos programados de una región, que es visitada por el turista; brindando esta información en el idioma del visitante. (DirCetur, 2009, p. 19).

“Teniendo en cuenta lo mencionado por Pedroso, el guía debe dejar de ser simplemente un orador para convertirse en una persona elocuente de modo que logre conmovir

y persuadir a los receptores del mensaje” (Castro y Sandoval, 2013, p. 28).



Figura 3. Guianza.

Por otro lado, el guía no ha recibido capacitaciones constantes para mejorar su atención, ni maneja un segundo idioma, lo cual es una desventaja, ya que es indispensable que el guía de turismo tenga un buen manejo de la expresión oral y del idioma con el cual pretende dirigirse a su público, es decir, “debe poseer en alto grado una habilidad o *skill* lingüístico denominada expresión oral, esto es, ser capaz de hablar con rigor, fluidez, entonación y pronunciación adecuadas en el idioma en cuestión” (Puchol, 2008, p. 59). En relación a esto, se puede decir que, en caso de que se presenten turistas de otros países en la reserva, que ninguno de los encargados de la reserva hablen un segundo idioma es un factor negativo, ya que puede ocasionar que los turistas no reciban los servicios de manera eficaz, esto no permitirá que exista fluidez en la combinación, por ende, no podrán recibir la información de los ecosistemas y biodiversidad presente en la reserva, haciendo que estos puedan sentirse insatisfechos con el servicio y opten por no regresar.

Con respecto al sendero, un 61 % de los visitantes considera que sí tiene una buena señalización y un 39 % opina que no, esto debido a que en ciertas partes del recorrido, las flechas de señalización se encuentran en mal estado, además, no tienen en cuenta algunos de los criterios generales que debe tener una señalización, los cuales, según el Manual del Senderismo (1997), son: la señalización debe ser suficiente para guiar a una persona sin experiencia, las marcas deben ser colocadas de manera que sean visibles en los dos sentidos de marcha posibles, buscar el soporte más duradero para colocar las señales, ubicarlas

entre el metro y el metro medio de altura, puestas obligatoriamente en la entrada y salida de los núcleos de población, en cruces y cambios de dirección, en las dos orillas de un barranco o río (no es obligatorio si hay puente, pasarela, etc.), en entradas y salidas de masas boscosas y zonas de campo, y cuando ambas no sean evidentes (Comité de Senderos de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, 1997).

En este aspecto, se puede analizar que el mal estado de la señalización puede ocasionar que los visitantes tomen una ruta incorrecta, y con ello, se pierden de observar el páramo azonal, el cual solo se logra visualizar tomando el camino correcto, es decir, se puede desaprovechar el atractivo que ofrece este ecosistema, siendo esto un aspecto negativo que la reserva debe mejorar, especialmente cuando se presentan grandes grupos de turistas provenientes en su mayoría de universidades, ya que un solo guía no es suficiente para estar pendiente de todo un grupo.



Figura 4. Senderismo.

### Conclusiones

La Reserva Natural Encanto Andino, al ser declarada como la zona que integra el Humedal RAMSAR, siendo además parte del corredor biológico andino de la vertiente amazónica colombo-ecuatoriana de importancia regional, comprendida entre el sur de Colombia y el norte de Ecuador, debe aprovechar estos aspectos de manera inteligente, para que los turistas se sientan atraídos por la reserva, debido a la importancia que tiene y por su belleza natural, siendo esto vital para el crecimiento, fortalecimiento y desarrollo económico del sector.

El servicio que debe ser principalmente fortalecido es el de guianza y senderismo, ya que la información brindada por el guía es mínima. Además, la señalización de los senderos se encuentra en mal estado, haciendo que estos aspectos sean un factor determinante al momento de decidir realizar esta actividad por parte de los turistas.

El servicio turístico que cumple en mayor cantidad con los requisitos básicos para la correcta prestación del servicio es el restaurante, ya que este cuenta con una estructura, espacio y decoración adecuada, además, los alimentos son de buena calidad y cumplen con las condiciones de higiene.

### Referencias

- Bolaños, S., Sevilla, G. y Yela, R. (2011). *Señalización turística del puerto La Cocha* (informe final trabajo de grado). Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Colombia. Recuperado de <http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/86267.pdf>
- Caballero, A. (2008). *Temas de higiene de los alimentos*. La Habana: Editorial Ciencia Médicas.
- Castro, L. y Sandoval, L. (2013). *Análisis del perfil comunicativo del guía de turismo en la ciudad de Bogotá* (tesis de pregrado). Universidad EAN, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/6022/SandovalLaura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comité de Senderos de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. (1997). *Manual de senderismo*. Recuperado de <https://www3.uji.es/~sidro/personal/El%20manual%20de%20senderismo.pdf>
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. (2009). *Manual de Calidad para Guías de Turistas*. Cusco-Perú. Recuperado de [https://issuu.com/levlysgutierrez/docs/manual\\_de\\_calidad\\_para\\_gu\\_as\\_de\\_tur](https://issuu.com/levlysgutierrez/docs/manual_de_calidad_para_gu_as_de_tur)
- Jiménez, J., López, G. y Santa-Cruz, F. (2016). Gastronomy and Tourism: Profile and Motivation of International Tourism in the City of Córdoba, Spain. *Journal of culinary science & technology*, 14(4), 347-362.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Política de calidad turística*. Recuperado de [https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/POLITICAS\\_PUBLICAS\\_4.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/POLITICAS_PUBLICAS_4.PDF)
- Puchol, L. (2008). *Hablar en público. Nuevas técnicas y recursos para influir a una audiencia en cualquier circunstancia* (4.ª ed.). Díaz de Santos.
- Silva, J. (2002). *Manual de controle higiênico-sanitário em alimentos* (5.ª ed.). São Paulo: Varela.