

**IMPACTO DE LAS TICS EN LA GESTION EMPRESARIAL  
DEL SECTOR TURISTICO EN NORTE DE SANTANDER**

CASANOVA BASTO, ANGELICA KARINA

RAMIREZ PARTIDA, IVANNA ANDREA

RIOS VALENCIA, SOLMYHYARIT

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR SEDE CUCUTA

PROGRAMA ACADEMICO COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SAN JOSE DE CUCUTA

2019

# **IMPACTO DE LAS TICS EN LA GESTION EMPRESARIAL DEL SECTOR TURISTICO EN NORTE DE SANTANDER**

Autores:

CASANOVA BASTO, ANGELICA KARINA

RAMIREZ PARTIDA, IVANNA ANDREA

RIOS VALENCIA, SOLMYHYARIT

*Proyecto Final de Trabajo de investigación presentado como prerrequisito para optar título de  
Profesional en Comercio y Negocios Internacionales.*

Tutor:

MG. ENMANUEL NAVA SARMIENTO

Asesor metodológico:

MG. ENMANUEL NAVA SARMIENTO

UNIVERSIDAD SIMON BOLIVAR SEDE CUCUTA

PROGRAMA ACADEMICO DE

COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

SAN JOSE DE CUCUTA

2019

## RESUMEN

El propósito del proyecto consistió en determinar el impacto que tenían las Tecnologías de la Información y Comunicación para ayudar al aumento de la gestión empresarial dentro del departamento y como los diferentes tipos de turismo, como lo son el turismo cultural, el ecoturismo y el turismo cultural, pueden contribuir de manera significativa al desarrollo económico de la región.

El mismo se apoya en una investigación bajo una metodología con paradigma positivista, enfoque cuantitativo y diseño descriptivo. En dicho proyecto, se determinó la necesidad de elaborar una encuesta como técnica de recolección de datos, en el cual el instrumento es un cuestionario estructurado en veintiún (21) preguntas con alternativas de respuesta (EN TOTAL DESACUERDO, EN DESACUERDO, INDIFERENTE, DE ACUERDO y TOTALMENTE DE ACUERDO). Dicho instrumento, fue aplicado a estudiantes, personal administrativo y obrero de la Universidad Simón Bolívar.

Por último, el proyecto arrojó resultados favorables, donde la mayor parte de la población encuestada, está de acuerdo con que el departamento no se encuentra 100% en condiciones de recibir turistas a pesar del arraigo que presenta más del 50% de los encuestados; aun así, la población está consciente de que las TICs unidas al turismo pueden ser un generador de desarrollo económico.

Descriptores: Turismo, Tecnología de la Información y Comunicación, Gestión Empresarial, Desarrollo Económico.

## CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE GRÁFICAS .....	6
TITULO .....	7
INTRODUCCION .....	8
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA .....	10
Planteamiento Del Problema.....	10
Formulación del problema.....	14
Delimitación.....	14
Espacial	
Conceptual	
Temporal	
Justificación.....	15
Objetivos.....	17
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
CAPÍTULO II	
MARCO REFERENCIAL .....	18
Antecedentes.....	18
Marco Teórico.....	22
Marco Conceptual.....	25
Marco Contextual.....	28

Marco Legal .....	30
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLOGICO .....	35
Paradigma .....	35
Enfoque de la Investigación .....	36
Población y Muestra .....	38
Instrumento de recolección de datos .....	40
Operacionalización de variables .....	41
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	46
Resultados .....	46
Discusión de resultados.....	67
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	71
Conclusiones .....	71
Recomendaciones .....	73
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	74
ANEXOS	
Anexo 1. Encuesta.....	79

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1 .....	46
Gráfica 2 .....	47
Gráfica 3 .....	48
Gráfica 4 .....	49
Gráfica 5 .....	50
Gráfica 6 .....	51
Gráfica 7 .....	52
Gráfica 8 .....	53
Gráfica 9 .....	54
Gráfica 10 .....	55
Gráfica 11 .....	56
Gráfica 12 .....	57
Gráfica 13 .....	58
Gráfica 14 .....	59
Gráfica 15 .....	60
Gráfica 16 .....	61
Gráfica 17 .....	62
Gráfica 18 .....	63
Gráfica 19 .....	64
Gráfica 20 .....	65
Gráfica 21 .....	66

**IMPACTO DE LAS TICS EN LA GESTION EMPRESARIAL DEL SECTOR  
TURISTICO EN NORTE DE SANTANDER**

## INTRODUCCION

La capital del Norte de Santander, la ciudad de Cúcuta, llamada ciudad de los árboles se ha convertido en una puerta de paso para Venezuela, por la ubicación fronteriza que posee con el vecino país. En el ámbito del turismo la existencia de esta proximidad puede visualizarse como una oportunidad que ha de ser aprovechada por la región norte santandereana ante la cercanía que posee entre sus municipios, lo cual ofrece a los turistas, quienes no tienen una estadía prolongada, la oportunidad de conocer y visitar la mayoría de los sus atractivos.

La perla del norte como también es conocida se encuentra rodeada por varios poblados que cuentan, al igual que la ciudad, con diversidad de atractivos turísticos, comida exótica y un ambiente acogedor; dentro de los lugares históricos por visitar en Cúcuta se resaltan la Casa del General Santander, el Templo Histórico y la Casa de la Bagatela; dentro de su gastronomía se resalta la turmada, la sopa de mute, el cabrito y el pastel de garbanzo.

La ciudad cuenta con un ambiente cálido, sin embargo, varios de los poblados aledaños presentan un clima templado que le permite a los turistas disfrutar de diferentes ambientes, en la mayoría de sus poblados se cuenta con estructuras históricas al igual que la ciudad, entre ellas se resaltan parques nacionales e iglesias, con historias de épocas antiguas por contar. De este modo, Cúcuta y sus poblados tienen un alto potencial turístico, que debe ser aprovechado, pero a pesar de esto, los municipios de Norte de Santander no cuentan con una guía turística clara, en la cual se encuentren ubicadas zonas de interés y zonas que se encuentran sin visitar aun, pero que pueden ser un punto ecoturístico.

En el presente trabajo se busca proponer una vitrina fundamentada en la TIC para visibilizar a nivel mundial los atractivos turísticos que posee el Norte de Santander, de manera que se convierta en una plataforma para el comercio y negocios internacionales, promueva la identidad

cultural y ecoturística y de este modo sea un recurso para fomentar la productividad y competitividad regional.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según la Organización Mundial del Turismo (2007) se denomina como turismo a un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios”, dicho fenómeno desempeña en la economía de una región un rol decisivo, que además aporta a mejorar la calidad de vida a través del crecimiento de los diferentes sectores económicos de la zona receptora y que así mismo debe contribuir al desarrollo cultural.

Cataluña es un claro ejemplo de cómo el turismo puede ser parte del desarrollo económico, tanto de una ciudad como de una nación, que desde el año 2015 según la Generalidad de Cataluña, el turismo aporta un 12% al PIB del país. Además, Barcelona es según Trip Advisor, es la 5ta ciudad más atractiva para los turistas en el mundo, lo que nos indica que el turismo puede generar en gran medida un crecimiento económico.

En los últimos años el sector turismo de Cúcuta se ha visto retraído por diferentes variables, sin embargo, siendo más específicos en los dos últimos años el sector ha mostrado una mejoría, en comparación con el año 2014, en el 2015 el flujo de pasajeros nacionales incremento a 31,4% gracias a la reestructuración de las instalaciones y nuevas vías aéreas; a pesar de esto la cifra de pasajeros internacionales es desalentadora siendo del 9,4%. La crisis que vivenció Cúcuta desde el año 2015 con el cierre de la frontera trajo consigo una fuerte caída del sector turístico en los últimos meses del año iniciando en septiembre, y que hasta el momento le ha sido difícil recuperarse.

También se puede resaltar las deficiencias existentes en el nivel de gerencia y gestión en el sector turístico, puesto que, el turismo es un servicio que es prestado, en su mayoría, por empresas, y el gobierno, que tienen bajo su responsabilidad la gestión del turismo el cual se encuentra de la mano con las empresas privadas. Pero más allá de solo un problema gubernamental, un cucuteño que desconoce los recursos y patrimonios culturales difícilmente llegara a preocuparse por el cuidado de los mismos o de promover un turismo ecológico, de igual manera no podrá potencializarlos para atraer foráneos, y los turistas tampoco se encontraran interesados en conocer un lugar olvidado y que no sea llamativo; a pesar de esto aún llegan turistas a la perla del norte pero la desorientación a los atractivos turísticos generan fatiga y desmotivación.

En el departamento de Norte de Santander, la gobernación no tiene propuestas claras del turismo en sus municipios, y la única acción que han hecho es la creación de páginas web con un poco de historia de los puntos más frecuentados de los municipios e información sobre sus gastronomía, historia y tradiciones que suelen ser tediosas para el lector debido a que no es una forma entretenida de revisar las paginas, solo se remontan a textos que no llaman la atención del turista.

Si bien Colombia es reconocida a nivel mundial por sus problemas internos y por el narcotráfico lo que ha hecho que se limiten las actividades turísticas, en los últimos años esos conflictos han disminuido y las diferentes entidades tanto públicas como privadas han hecho esfuerzos muy grandes para cambiar la imagen del país, para que se empiece a construir un desarrollo favorable de este sector. En la actualidad Colombia ha tenido un fuerte crecimiento, y en el período del 2002 al 2006 la llegada de turistas subió a 14.5% anual, mientras que la media internacional fue de 4,5 (DNP, Plan sectorial de turismo 2008-2010). En 2007 el turismo

representaba el 2,1% del PIB y se encontraba en la tercera línea de exportación después del petróleo y el carbón. (Según las cifras del MINCIT). Colombia ha sabido insertarse en la dinámica global y entre el 2010 y 2014, el país ha recibido cerca de tres millones de viajeros por año y ha recibido alrededor de US\$21.250 millones de ingresos. Estas cifras son el resultado del enfoque de una política dirigida a poner mayor énfasis en la oferta turística y a incrementar los recursos para la promoción del país. Adicionalmente esto le ha traído a Colombia el reconocimiento como líder regional en materia de turismo y ha sido un modelo para los demás países emergentes. (MINCIT, 2016).

Actualmente Colombia ha sido reconocida internacionalmente como un país que ha logrado salir adelante pese a las dificultades que ha tenido el turismo en el país. El secretario general de la Organización mundial del Turismo, Tale Rifai (2011) ha mencionado que: “Colombia es un país con un futuro maravilloso, que está en el mapa del turismo mundial, donde en los últimos años ha generado grandes inversiones en infraestructura turística, en la calidad de los productos que ofrece y en el desarrollo del capital humano para atender al sector [...] Colombia es un país que se ha ganado el respeto del mundo, un país espectacular”. Las fortalezas de Colombia en materia de competitividad se centran en la apertura internacional, presentando una de las políticas más liberales en visado, también es un país rico en especies y biodiverso con una cultura bastante variada lo que le ha hecho ganar un gran reconocimiento.

Desde el 2000 el gobierno colombiano ha fortalecido siete productos turísticos los cuales son: sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ecoturismo, deportes y aventura, ferias y fiestas y ciudades capitales. (Aguilera, Bernal et al, 2006) El objetivo general del plan sectorial de turismo (2014-2016) es: “posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y reconocido en los mercados nacionales, por su

multiculturalidad y mega diversidad. Con una oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz.”

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuál es el impacto de las tics en la gestión empresarial del sector turístico en Norte de Santander?

## **DELIMITACIÓN**

### **ESPACIAL**

La presente propuesta de investigación se llevará a cabo en el departamento de Norte de Santander, Colombia.

### **CONCEPTUAL**

Para el diseño de este proyecto se tendrán en cuenta los siguientes términos: turismo, ecoturismo, tecnología de la información y comunicación, productividad, competitividad y crecimiento económico

### **TEMPORAL**

El proyecto se efectuará tomando como base de estudio el periodo comprendido entre los años 2018-2019.

## JUSTIFICACIÓN

Colombia es un gran atractivo turístico para los extranjeros, según migración Colombia en el boletín de julio de 2015, el flujo de viajeros nacionales y extranjeros, en puesto de control aéreo fue de 3390.53 y 200.228 respectivamente, sin embargo, en el Norte de Santander se muestran cifras menos alentadoras en el sector turismo, siendo sus entradas nacionales de tan solo 1.482 y extranjeras de 1.225, para reconocer la magnitud de estas cifras es necesario realizar una comparación con la capital de Colombia, que es Bogotá, debido a que el aeropuerto de dicha ciudad es el que registra mayor número de migraciones, Bogotá y Cúcuta obtuvieron el 84,11% y 0,34% de participación migratoria respectivamente, la capital nortesantandereana se encuentra en un gran desnivel que deja al sector turístico en desventaja, estas cifras pueden ser atribuidas a la poca promoción e inversión que tiene la ciudad.

Se puede destacar que producto del éxodo venezolano, la frontera colombo venezolana ha alcanzado la cifra de más de 100.000 venezolanos diarios cruzando la frontera según un artículo del diario El Tiempo, donde estableció como Cúcuta la primera parada para el éxodo venezolano y donde de ahí se dirigen previamente a sus ciudades de destino.

Los beneficios son muchos; para la ciudad, será el centro de atención de los extranjeros por su nuevo material tecnológico y fácil acceso, ampliación de focos turísticos, expansión territorial por nuevas inversiones, más interés de ubicar infraestructura histórica fundamentadas. Para el ciudadano natal podrá interactuar con personas externas de la ciudad, conocer su propia cultura y enseñarla. Para los proveedores, exhibir sus mercados y/o empresas regionales, agilizar su proceso de publicidad y obtención de forma eficaz de cliente.

De este modo se puede generar un cambio positivo en el ámbito económico al atraer una mayor cantidad de turísticas, para los poblados y parques naturales que posee la región de norte de Santander, con el fin de beneficiar a las poblaciones más desfavorecidas por la falta de turismo que estas presentan y de este modo generar un impacto en la región, pero siendo amigables con el medio ambiente, ayudando a preservar la naturaleza, mientras se explora la belleza que esta nos da.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Determinar el impacto de la implementación de una herramienta tecnológica para la gestión del turismo en Norte de Santander.

### **ESPECIFICOS**

✓ Identificar las clases de turismo temático que se pueden ofertar en un corredor turístico en Norte De Santander.

✓ Conocer la percepción del ciudadano cucuteño respecto al uso de una aplicación tecnológica para incentivar el turismo en Norte de Santander.

✓ Enunciar los beneficios de la implementación de una aplicación tecnológica para el desarrollo empresarial de la oferta turística en el departamento Norte de Santander

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

El turismo se encuentra adscrito a la Organización Mundial de Turismo, el cual se rige por sus programas y reglas, así como por las experiencias e iniciativas de organizaciones multilaterales privadas. Con el lanzamiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Objetivos de Desarrollo Sostenible, Naciones Unidas ha hecho un llamado a los gobiernos para que estos “maximicen el potencial del turismo en la erradicación de la pobreza desarrollando estrategias apropiadas en colaboración con los principales actores del turismo y las comunidades indígenas y locales” (UN, 2001 pp.28). Esto le da un reconocimiento al potencial del turismo para el logro de los ODM y los ODS, particularmente, para “combatir la pobreza, conservar el ambiente, fortalecer el rol socioeconómico de las mujeres y promover una asociación mundial para el desarrollo”. (AECID, 2011)

El modelo del turismo ha ido cambiando con el tiempo, después de la segunda guerra mundial, donde se impulsó el turismo bajo el modelo fordista que trajo consigo paquetes estandarizados a bajo precio enfocado en destinos de sol y playa. Sin embargo, este modelo empieza a perder importancia en los años 70s debido a la crisis del petróleo y a los diferentes cambios sufridos por la globalización. En esta época surge la “Nueva Era del Turismo”, un nuevo paradigma que estuvo caracterizado por la división de la demanda y de la oferta, las nuevas tecnologías, y aparición de nuevos consumidores más exigentes que buscaban calidad y sostenibilidad. (Quintero, 2009 citando a Fayos-Solá, 1996: 59,62)

El turismo se encuentra regido por el Ministerio de comercio industria y turismo, el cual realizó la política de mercadeo y promoción turística de Colombia, con la finalidad de crearle un impulso al país como un “destino turístico de clase mundial”. Dicha promoción se realiza desde hace más de 40 años y la misma se inicia como una estrategia técnica y especializada de la gestión pública y privada del sector (MINCIT, 2009). Al pasar los años, los gobiernos promovieron campañas para lograr posicionar al país como un destino turístico, donde algunas de ellas resultaron exitosas y sirvieron de referencia para las actuales políticas de promoción. A continuación, se encuentran las siguientes propuestas:

*“Las campanas de la Corporación Nacional de Turismo, que para promover el turismo doméstico adelantó las siguientes: “Turista satisfecho trae más turistas” (1970), “Enamórese de su Colombia” (1975), “Por las rutas de Colombia” (1985), “Quédate en Colombia” (1986), “Vale turístico nacional” (1987), “Colombia: tu nuevo destino” (1991), “Colombia: para amarla hay que andarla” (1994), y para el mercado receptivo, con ocasión de la conmemoración de los 500 del descubrimiento de América, la campaña “Colombia, el país continente” (1992) y “Colombia: el mundo en un solo lugar” (1994). Igualmente, la Corporación Nacional de Turismo-CNT realizó el diseño de las marcas turísticas nacionales “Colombia tiene otro color” (1976) inspirado en una mariposa tricolor y la famosa espiral tricolor “Sol muisca de Colombia para el mundo” (1991), que fue el ícono de toda la promoción turística nacional e internacional del país durante quince años. La exitosa y recordada campaña de promoción del turismo doméstico “Vive Colombia Viaja por ella”, que en sus cuatro fases, ejecutadas entre 2001 y 2006 por el Ministerio de Desarrollo Económico y posteriormente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, consolidó la cultura de viaje de los colombianos. Esta campaña incursionó en los mercados internacionales prioritarios fronterizos. El surgimiento de la estrategia de imagen país como soporte para la generación de exportaciones, inversión y turismo para la nación: “Colombia es pasión” (2005). El lanzamiento de la campaña de promoción para el mercado internacional, “Colombia, el riesgo es que quieras quedar”, (2007), que desarrolla el componente turístico de la marca*

*país. El Plan Sectorial de Turismo 2007 – 2010 “Colombia: Destino turístico de clase mundial”, el cual plantea una visión del turismo para el año 2020 que argumenta todas las propuestas para el sector y establece que las regiones turísticas serán especializadas en productos competitivos (MINCIT, 2009).*

La idea de crear un modelo de promoción turística está basada principalmente en lograr una estabilidad económica en el sector turístico, donde hubiese una cooperación, tanto del sector público como privado que fue propuesta por la ley 300 de 1996 y se dio por la necesidad de vincular los productos turísticos a una oferta determinada, debido a que anteriormente los estudios sobre promoción no tenían presente una oferta competitiva. Producto de la ley 300 de 1996 se dio el cambio que se estaba buscando durante año y se transformó la promoción turística a través de dos principios fundamentales: el primero es que está se haría en función de productos determinados que conformen clústeres o conglomerados de oferta y segundo se harían por el sector privado (Cárdenas, 2001).

En los diferentes gobiernos se buscó una promoción turística con la finalidad de poder competir en un entorno económico internacional que actualmente se encuentra caracterizado por la globalización, “en donde las tendencias de consumo de los turistas nacionales e internacionales marcan la pauta de la demanda de productos que conforman la oferta del sector y definen una contribución importante a la competitividad turística del país” (MINCIT, 2009). Durante el periodo del expresidente Álvaro Uribe, se realizaron diversos estudios de competitividad turística para lograr identificar los principales clústeres, esto generó que en el 2005 el CONPES aprobó la política sectorial de turismo para poder tomar las medidas requeridas y así fortalecer la institucionalidad, es por ello por lo que la participación interinstitucional a nivel regional y nacional facilitó el funcionamiento y el monitoreo del desarrollo turístico en el país.

La consolidación del turismo nacional se fue dando gracias a la campaña “vive Colombia, viaja por ella” que tuvo un gran éxito y la cual permitió recuperar la confianza de los colombianos para volver a visitar diferentes destinos nacionales, además de esto la estrategia de la Seguridad Democrática consolidó aún más la confianza y el reconocimiento de todos los sectores del gobierno. Los porcentajes de ocupación hotelera promedio nacional se incrementaron alrededor de diez puntos, pasó de 43% en el 2001 a 53% en el 2004, pero a pesar de esto, se identificaron fallas en la calidad de la prestación de servicios al compararlos con estándares internacionales. Como primer lineamiento de este periodo se plantea el enfoque de la competitividad, apoyándose en cuatro ejes básicos: tecnología, educación, desarrollo empresarial y diferenciación de productos. (MINCIT, 2006).

Durante el periodo presidencial del presidente Santos el sector del turismo resultó ser una prioridad para las políticas de gobierno, y se trazó como meta hacer del turismo de naturaleza una de las grandes apuestas del país y a incrementar los recursos de inversión en este sector. Las cifras demuestran el cumplimiento de este compromiso: el presupuesto de inversión creció 137% en los últimos tres años, recursos que se han dirigido a 110 proyectos de infraestructura turística. (MINCIT, 2013). El presidente Santos se pronunció diciendo que “Si queremos consolidar a Colombia como un destino de clase mundial, hay que preparar a los destinos para recibir a los visitantes, tanto en infraestructura como en promoción”. Por esta razón se ha invertido en la construcción y adecuación de muelles, malecones, centros de convenciones, miradores, caminos, y en la renovación de las campañas de promoción nacional e internacional del país. (Salcedo, sf)

## MARCO TEÓRICO

El turismo el cual se evidencia como una rama joven de las políticas económica general (Bote y Marchena, 1996), la cual se encuentra sujeta a cambios producto de la globalización, el cual es un acto cambiante, donde la política turística representa un puente para lograr pasar de la teoría a la práctica y lograr tener una oferta y una demanda turística estable donde se pueda tener ganancias en lugar de pérdidas.

Cada vez que la globalización nos afecta, debemos encontrar la forma de adaptarnos a ella, la cual, según Pulido, J (2012) define a la globalización de la actividad turística, es decir, el aumento de los viajes de larga distancia y por tanto, del turismo internacional, lo que hace necesario que todas las instituciones supranacionales vayan adquiriendo competencias. Lo que quiere decir, que a medida que el mundo se vaya globalizando, en este caso, Colombia deben aplicar nuevas y mejoradas leyes que estén en pro a turismo para así poder generar un mayor ingreso y de este modo poder incrementar la economía del país.

Por otro lado, se considera de gran importancia resaltar que según la Organización Mundial del Turismo, el destino, comprende las “actividades que las personas realizan durante un viaje o su estancia en lugares distintos al de su entorno habitual”, es decir, que a cada lugar que va una persona, fuera de su lugar de residencia, se considera un destino, el cual no solo puede ser uno, sino varios; con respecto a esto se tiene algunas teorías en el marco del marketing turístico, como lo son.

Fernández, Fuster (1985) Modelo extremadamente simple basado en la interrelación entre origen y destino.

Mariot (2003) Interrelación origen - destino. Existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa.

El modelo de Palhares (2002) Interrelación entre origen y destino. Estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.

El modelo de Lundgren (2003) Criterios para su clasificación. En base a estos criterios surgen cuatro tipos de destinos turísticos. Destinos metropolitanos, destinos urbanos periféricos, destinos rurales periféricos, destinos de ambiente natural.

Pearce (2003) Propone un modelo espacial de turismo que se centra especialmente en la descripción de los tipos de flujos turísticos. De residentes, de turistas domésticos y de turistas internacionales.

Petrocchi (2001) el modelo propuesto por Inskeep describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por el ambiente natural, cultural y socioeconómico, los elementos de la industria turística y la posibilidad de consumo del producto turístico.

Moscardó (en Cooper 2001 et al.) Presenta interrelaciones más detalladas, colocando los elementos en una secuencia lógica y describiendo al turismo como un proceso circular. El turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino.

Hall (2001) Presenta interrelaciones más detalladas. Según el modelo, de la esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos.

En cuanto al ecoturismo, se tienen varios conceptos donde algunos lo sostienen como una expresión del desarrollo sostenible (Björk, 2000; Fennell, 2003). Otros sustentan que está fuertemente entrelazado con experiencias educativas (Blamey, 2001; Buckley, 1994), y algunos

lo ven como una mezcla del turismo de naturaleza, turismo de aventura y turismo cultural (Wight, 1993b). Sin embargo, Wight (1993b) añadió una perspectiva ética, afirmando que el ecoturismo sólo se da cuando se cumplen unos principios éticos. Por consiguiente, aunque el ecoturismo está relacionado con otras formas de turismo, es la perspectiva ética lo que lo distingue de otras formas de turismo. Es por ello por lo que podemos afirmar que el ecoturismo es un fenómeno en el cual se ha complementado lo social, ecológico y económico, para así formar una sola idea llamada ecoturismo (Björk, 2000; Weaver, 2005)

## MARCO CONCEPTUAL

Según la OMT (2005-2007) el turismo “es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. El turismo además de esto representa un fuerte sector que impulsa la economía y se ha logrado consolidar como un fenómeno estructural de alcance internacional. (Quintero, 2009)

El turismo en el 2000 ocupaba el tercer lugar entre los sectores exportadores de los países en desarrollo. Por otra parte, en los 12 países donde vive el 80% de los pobres del Planeta, el turismo es una de las actividades generadoras de crecimiento. El turismo dentro de la cooperación internacional está enfocado hacia desarrollo, y ha sido definido por las orientaciones de los organismos especializados de Naciones Unidas (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Organización Internacional del Trabajo) en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y por resoluciones del Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD) de la OCDE (AECID, 2011). por consiguiente, el fomento de las inversiones en el turismo sostenible, incluidos el ecoturismo y el turismo cultural, lo cual puede consistir en crear empresas pequeñas y medianas y facilitar el acceso a recursos financieros, entre otras cosas mediante iniciativas de microcréditos para las comunidades pobres, indígenas y locales de zonas con gran potencial ecoturístico.

A este respecto, subrayamos la importancia de establecer, en caso necesario, directrices y reglamentos apropiados, de conformidad con las prioridades y leyes nacionales, para promover y apoyar el turismo sostenible” (ONU 2012) según Benítez, A. (2014, p.166). Desarrollar procesos de investigación de mercado, con la finalidad de redefinir algunos productos turísticos en función

de las necesidades reales de la demanda, también permitirá identificar plenamente los segmentos de mercado, para desarrollar acciones de mercadeo efectivas. La innovación de los emprendimientos turísticos incluirá el uso de sistemas de información y comunicación que garantice el cumplimiento efectivos de reservas, uso de redes sociales, manejo contable, administración del talento humano, seguimiento postventa y más acciones. Además, en el área turística, es vital geo referenciar los destinos y productos turísticos.

El término ecoturismo fue definido inicialmente en la conferencia de las naciones unidas para el medio ambiente humano que se celebró en Estocolmo en 1972, presentado ante el público el término Ecodesarrollo. Pero fue el arquitecto mexicano Héctor Ceballos Lascuráin quien en 1983 creó el término y los conceptos básicos del Ecoturismo. Reconocido por las autoridades del turismo mundial (OMT), las naciones unidas (ONU), la unión mundial para la naturaleza (UICN), el congreso de expertos de la naturaleza (AJEST), y por diferentes escritores. Según la TIES (The International Ecotourism Society), define el término ecoturismo como "El viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales." Y lo clasifica en tres categorías; Ecoturismo enfocado únicamente a la conservación de la naturaleza; ecoturismo enfocado a la cultura local y patrimonio histórico junto a los enfoques de la categoría; ecoturismo con una visión socialmente sustentable en busca de una mejor calidad de vida a la población receptora.

En forma paralela, las empresas del sector turismo deben orientarse al logro de un esquema de integración en sus procesos a través del desarrollo de mecanismos de cooperación e identificación de atributos a favor de la territorialidad de la región, al centrar su accionar en la consolidación de redes empresariales turísticas.

Además, cabe recalcar que los competidores crecen de modo exponencial alrededor del mundo y que los consumidores han evolucionado en sus hábitos de consumo, sus requerimientos y sus necesidades, lo que hace complejo, entonces, el camino hacia la sostenibilidad (Sandoval, 2015).

El término “destino” es un concepto extenso, diverso y complejo de definir debate sin fin. No obstante, en la mayor parte de las definiciones revisadas es posible encontrar puntos coincidentes que casi siempre ponen énfasis sobre el aspecto geoespacial del fenómeno y sobre aquellos de funcionamiento en términos económicos (mercado, producto) y psicológicos (motivación del consumidor) (Boualem et al., 2011). Pero a pesar del fenómeno turístico, dicho concepto está unido a una dimensión espacial, haciendo que las practicas turísticas, se envuelvan en la movilidad y desplazamiento. Además, se entiende que los turistas que realizan un viaje, y se desplazan de su ciudad de origen, son influenciados en su mayoría por textos e imágenes las cuales, son proyectadas en los medios de comunicación; y esto se produce, debido a que el turismo es un bien de consumo intangible, y lo que hace que el consumidor lo quiera adquirir son las promesas de satisfacción que el destino pueda llegar a ofrecer. (Bignami, 2002; Skidmore y Koller, 2002)

## MARCO CONTEXTUAL

El departamento de Norte de Santander, según el Fondo Nacional de Turismo (2014), es un destino importante dentro del territorio colombiano, debido a que está motivado a la existencia de valores históricos, socioculturales, ambientales y económicos. El mismo, posee una ubicación envidiable por limitar con la República de Venezuela al nororiente colombiano.

Dentro del municipio de San José de Cúcuta, se diseñó el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), el cual entró en vigor en el 2011 y culminará en el 2020. En el documento se pudo identificar la “ampliar la oferta turística con base en los atractivos físicos y ambientales del municipio” (p. 5), donde se incluyen diversos programas y proyectos para gestionar el uso sostenible del patrimonio.

Teniendo en cuenta la oferta de grandes atractivos turísticos del departamento, se puede observar la amplia y variada categorías que posee. En primer lugar, se encuentra el patrimonio histórico y cultural que posee el departamento, el cual se ve representado en complejos, centros históricos y zonas patrimoniales, las cuales se encuentran distribuidas por el territorio norte santandereano. En este caso, se puede resaltar el complejo histórico ubicado en Villa del Rosario, Ocaña, Playa de Belén, Pamplona que son ejemplo del legado urbanístico y arquitectónico de los siglos XVIII al XX.

Según el Fondo Nacional de Turismo (2014), indico que “dentro del departamento abundan las edificaciones religiosas como lo son las iglesias, catedrales, santuarios y ermitas, así como las edificaciones de uso civil y doméstico como los edificios, casas y museos, parques, plazas y monumentos”, lo que genera una rica oferta para el sector turístico, donde no se quedan atrás los

escenarios naturales, la oferta gastronómica y numerosos espacios al aire libre que se pueden transformar en unas opciones recreativas y turísticas.

También podemos encontrar balnearios, localizados en los municipios del Zulia, San Cayetano, Pozo Azul, La Garita, Chinácota y Bochalema, que se presentan como destinos para descansar. Otro lugar representativo de la ciudad de Cúcuta es el malecón, el cual cuenta con escenarios de recreación y diversión y es el lugar predilecto de los habitantes de la ciudad en horas de la noche. (FONTUR, 2014)

Dentro del municipio, se encuentra el Área Natural Única de “Los Estoraques”, el complejo lagunar de Chitagá, Cúcota y Silos. El Parque Nacional Natural Tamá y una variada oferta de ecosistemas en los cuales podemos encontrar el semidesértico, bosques secos tropicales y de niebla, páramos, riquezas hídricas y de más, que conforman la reserva ambiental del departamento. (FONTUR, 2014)

El departamento de Norte de Santander, además de su abundante flora, fauna y ecosistemas, cuenta con una población de 1.367.708 y proyecta para el 2019, 1.402.695; donde se prevé un aumento de la concentración de la población en el área metropolitana de Cúcuta que será aproximadamente de 892.732 habitantes, los que representan el 63.6% del total del departamento.

En la participación de sexos, continúa el predominio de la población femenina con 50.4% con respecto a la masculina, la cual representa un 49.6%. Así mismo la tasa estimada de crecimiento en el departamento es de 0.86%, cifra que se encuentra por debajo del promedio nacional, el cual está en 1.16%. (DANE, 2016)

## MARCO LEGAL

En Colombia el turismo se encuentra regido por la ley 1558 de 2012 (Congreso de Colombia, 2012), la cual tiene como objetivos fundamentales como lo son, el fomento, la promoción y el desarrollo de la actividad turística y la misma se encuentra regulada por el Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo, dirigido por el ministro y el viceministro de turismo. Dadas las circunstancias que estaban afectando la competitividad del turismo en la nación, el Estado definió la creación de un impuesto con el fin de mejorar la promoción y la competitividad del sector turístico en la nación.

Algunos decretos por los cuales se rige el turismo son:

2010

Decreto 2438 de 2010. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la responsabilidad de las Agencias de Viajes en la prestación de servicios turísticos.

Resolución 0958 del 20 de abril de 2010. Por la cual se establecen unas disposiciones en desarrollo la Ley 1225 de 2008, sobre parques de diversiones, atracciones y dispositivos de entretenimiento, en todo el territorio nacional.

Decreto 774 de 2010. Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con el derecho de retracto en la venta de tiempo compartido turístico.

2011

Resolución 4896 del 7 de diciembre de 2011. Por la cual se establecen los requisitos para la actualización de la inscripción de los Guías de Turismo en el Registro Nacional de Turismo

Resolución 4895 del 07 de diciembre de 2011. Por la cual se incluyen unos centros comerciales para determinar aportantes de la Contribución Parafiscal para la Promoción del

## Turismo

Resolución 4322 de 2011. Por la cual se reglamenta el artículo 6° de la Ley 1171 de 2007.

Descuentos en servicios turísticos para adultos mayores de 62 años clasificados en los niveles I o II del SISBÉN.

2012

Resolución 5033 de 2012. Por la cual se establecen las normas para el otorgamiento de la Medalla al Mérito Turístico.

Resolución 0161 de 2012. Por la cual se establecen los requisitos de inscripción en el Registro Nacional de Turismo de los Arrendadores de Vehículos para Turismo y se deroga la Resolución 0460 de 2010.

Decreto 2503 de 2012. Por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 22 de la Ley 1558 de 2012. "Reglamentación de la administración y venta de bienes con vocación turística extintos e incautados".

2013

Decreto 2646 de 2013. Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para servicios turísticos

Decreto 2183 de 2013, "Por el cual se regula la elaboración y registro de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y se dictan otras disposiciones".

2014

Decreto 1903 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, realizadas en las Unidades Especiales de Desarrollo Fronterizo".

Resolución 2804 de 2014 "Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística".

2015

Decreto 1820 de 2015. Por el cual se dictan medidas dentro del estado de emergencia para incentivar la actividad económica y la creación de empleo.

Resolución 148 de 2015. Por la cual se reglamente el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.

Resolución 2877 de 2015 "Por la cual se conforma el Comité Interno de Proyectos del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR- y se establecen sus funciones"

Resolución 2876 de 2015 "Por la cual se conforma el Comité de Bienes de Fontur y se establecen sus funciones"

Resolución 3159 de 2015. "Por la cual se crea el Comité de Turismo, Paz y Convivencia".

Resolución No. 3160 de 05 de octubre de 2015 "Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística".

Resolución 3860 de 2015 "Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística" que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015.

2016

Circular 002 de 2016 "Cobro IVA por servicios prestadores"

Circular 003 de 2016 "Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo"

Circular 004 de 2016 "Información sobre impacto del IVA en servicios"

Decreto 297 de 2016 "Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012"

2017

Decreto 355 de 2017 "Por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 Y 7 del Decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de

Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012".

Decreto 229 de 2017 "Por el cual se establecen las condiciones y requisitos para la inscripción y actualización en el Registro Nacional de Turismo y se modifican en su integridad las secciones 1,2 Y 3 del capítulo 1 del título 4 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo"

Decreto 2158 de 2017 "Por el cual se adiciona el Capítulo 9 al Título 4 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social" Colombia es un país que ha logrado cambiar la imagen negativa que el mundo tenía, es decir, paso de tener una negativa producto del narcotráfico y el conflicto armado que se vivió, y paso a tener una imagen positiva que se encuentra en un proceso de paz el cual comenzó por la comunicación, esto produjo que el mundo comenzara a ver a Colombia como un país que tiene grandes riquezas naturales y culturales, en la cual la cultura se encuentra enriquecida por

atractivos turísticos. Este proceso de transmitir una imagen positiva al mundo comenzó con la marca del país “Colombia es pasión” y su derivada turística “Colombia, el riesgo es que te quieres quedar”, estas fueron algunas de las estrategias de comunicación que fueron desarrolladas con la finalidad de “transmitir una imagen real, libre de los estereotipos y prejuicios derivados de una etapa histórica traumática, ya dejada atrás en su mayor parte y en trance de superación plena en un horizonte inmediato” (OMT, 2009)

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

A continuación, se describe la metodología, bajo el paradigma positivista, un enfoque cuantitativo, con un diseño descriptivo.

#### **PARADIGMA**

El positivismo esta visto como una epistemología híbrida, en la cual se une en racionalismo en el empirismo, del mismo modo la lógica deductiva y la lógica inductiva. Este paradigma, también se ha denominado hipotéticamente deductivo, cuantitativo, empírico-analista y racionalista. Es por ello que el positivismo “denota un enfoque filosófico, teoría o sistema basado en la opinión de que en la vida social, así como el sentido de las ciencias naturales experiencias y su tratamiento lógico y matemático son la fuente exclusiva de toda la información que vale la pena” (Adler, 1964, pág. 520). Es decir que, para el positivismo clásico, toda ciencia para ser considerada así debe adaptarse a los paradigmas de las ciencias naturales, el cual se caracterizaba por el monismo metodológico, el método fisicomatemático, la explicación causal y la predicción.

Lo que importa para el positivismo es la cuantificación y la medición. Esto se lleva a cabo por medio de cuantificar y medir una serie de repeticiones, de ahí se llega a formular las tendencias, a plantear nuevas hipótesis y a construir teorías, pero a través del conocimiento cuantitativo. De este modo se llega a contar todo por medio de la estadística, por medio de muestras. (Orozco, 1997:31)

## **ENFOQUE**

En primera instancia, el trabajo de investigación se le aplicó el enfoque cuantitativo para determinar resultados numéricos utilizando la técnica de la encuesta.

## **ENFOQUE CUANTITATIVO**

Gómez (2006:121) señala que, bajo la perspectiva cuantitativa, la recolección de datos es equivalente a medir. De acuerdo con la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo con ciertas reglas. Muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él

Este enfoque investigativo plantea la unidad de la ciencia, esto quiere decir, la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales (Bonilla y Rodríguez, 1997). Esto ha llevado a algunos investigadores de las ciencias sociales a tomar como punto de referencia ciertos métodos para la investigación, que conllevan a las ciencias naturales para ser trasladadas al estudio social de forma mecánica.

Los estudios de corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable (Galeano, 2004:24).

Durante el proceso de cuantificación numérica, el instrumento de medición o de recolección de datos juega un papel central. Por lo que deben ser correctos, o que indiquen lo que interesa medir con facilidad y eficiencia. Por su parte Gómez (2006:122) define que un instrumento de

medición adecuado: Es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente; en términos cuantitativos, se captura verdaderamente la realidad que se desea capturar, aunque no hay medición perfecta, el resultado se acerca todo lo posible a la representación del concepto que el investigador tiene en mente.

## **MÉTODO**

El método deductivo se asocia a la investigación cuantitativa. Hyde (2000) afirma que el razonamiento deductivo que comienza con las generalizaciones, tratando de ver si estas generalizaciones se aplican a casos específicos.

Para Calduch (2012) establece que:

*El método de la investigación es el conjunto de tareas, procedimientos y técnicas que deben emplearse, de una manera coordinada, para poder desarrollar en su totalidad el proceso de investigación. En adición, el método de investigación está directamente condicionado por el tipo de investigación que se realiza. Calduch (2012) agrega que Bunge lo define como un procedimiento para tratar un conjunto de problemas. Cada clase de problemas requiere un conjunto de métodos o técnicas especiales.*

Debe utilizarse un criterio práctico en elaboración de la sección dedicada al método de investigación. En este orden de ideas, deben exponerse todas las actividades del proceso de investigación que ayuden a cualquier otro investigador en replicar completamente la investigación. Esto facilitará la revisión de los resultados obtenidos en la investigación. Además,

establece un protocolo en las actividades de investigación. Simultáneamente demanda la aplicación del rigor científico, disminuye los riesgos de cometer incongruencias y asegura la confiabilidad de las conclusiones de la investigación científica (Calduch, 2012).

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **POBLACIÓN**

Todo estudio requiere en su fase de preparación, la determinación del tamaño de la poblacional. Esta es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones. La población puede ser definida como el conjunto finito o infinito de elementos.

*“La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finitos o infinitos de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos de estudio”*

*Arias, F. (ob. cit)*

La población tomada para la problemática en estudio está constituida en su totalidad por los estudiantes, el personal administrativo y el personal docente de la universidad simón bolívar sede Cúcuta.

### **MUESTRA**

*“La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población”.*

*Arias, F. (ob. cit)*

Aunque si una muestra que ocupara toda la población proveería de datos más exactos y confiables, se toma una población de muestra, un grupo reducido seleccionado bajo un criterio, de tal manera que se realice la recolección de información dentro de un rango de costo y tiempo aceptable.

Por otra parte, existen diversos métodos para seleccionar dicho conjunto que forma parte de la población. Según Larios, I. y Figueroa, G. (2010) uno de los métodos de muestreo más confiables es el muestreo aleatorio estratificado. Dicho método de muestreo consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí, llamadas estratos, que poseen gran homogeneidad con respecto a una característica. Ambas autoras plantean que el objetivo de este método de muestreo es asegurar que cada estrato de interés se encuentre bien representado en la muestra.

Una vez definidos los estratos, según las autoras citadas anteriormente se calcula un tamaño muestra apropiado para la investigación, y luego se reparte entre los distintos estratos definidos en la población, de manera proporcional.

Según Tamayo y Tamayo (2002) “La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.114). El autor citado anteriormente, precisa que cuando una población es muy grande, y por lo tanto no todos los individuos pueden ser analizados, se toma una muestra representativa de la misma.

## **INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso utilizado por parte de los investigadores para acercarse a los fenómenos y extraer de los mismos la información. (Sabino 2000, pág. 150) Por tal motivo, para realizar la fase de diagnóstico, se empleó un cuestionario como método de recolección. Según Hurtado (2000) un cuestionario es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre la cual el investigador desea obtener información. (pág. 469)

El cuestionario utilizado, es de preguntas de escala y nominales. Según Stevens (1951) para este tipo de cuestionarios, se establecen previamente las opciones que puede elegir el encuestado, y como las preguntas son de escala, se pueden presentar varias opciones de respuesta. (pág. 79) Dicho instrumento está compuesto por veintiún (21) preguntas, las cuales tienen como opción de respuesta EN TOTAL DESACUERDO, EN DESACUERDO, INDIFERENTE, DE ACUERDO y TOTALMENTE DE ACUERDO. El cual está compuesto por las siguientes variables turismo, con sus dimensiones ecoturismo, turismo de salud y turismo cultural; la segunda variable las tecnologías de la comunicación y la comunicación (TICs), con sus dimensiones que son implementación de las TICs en el proceso de aprendizaje y sistema de comercialización y distribución; por último, crecimiento económico, con las dimensiones de desarrollo económico local, producto interno bruto e inversión.

## OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIBALES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO
<b>TURISMO</b>	Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros.	ECOTURISMO	<p>¿Sería bueno la creación de las tic en cuanto al turismo para así incentivar a las personas que conozcan un poco más de nuestra región, logrando saber un poco más por medio de la tecnologías?</p> <p>¿Generalmente usa las TICS para conocer aspectos turísticos de los lugares hacia donde quiera dirigirse?</p> <p>¿Existen lugares que se puedan considerar como ofertarles para realizar ecoturístico?</p> <p>¿Sería una buena idea implementar al turismo servicios que se fusionen tales como alimentación, actividades físicas y recorridos en torno a fomentar el reciclaje?</p>	ENCUESTA ESTRUCTURADO

---

TURISMO DE  
SALUD

¿Considera que la  
región posee las  
ofertas suficientes  
para brindar el  
servicio de salud  
tanto en el  
departamento como a  
turistas provenientes  
del extranjero?

¿Según su  
conocimiento sobre el  
turismo de salud, no  
hay suficientes  
paquetes de servicios  
creados para la  
satisfacción de la  
demanda que se  
encuentra presente en  
el departamento en la  
actualidad?

¿Considera asequible  
tener en el viaje un  
seguro para nuestro  
cuidado y atención en  
caso de emergencias  
e imprevistos?

---

TURISMO  
CULTURAL

¿Se siente  
identificado con el  
patrimonio cultural?

¿Cree que algunas de  
las partes turísticas o  
atractivas están  
adecuadas para  
recibir turistas  
interesados en la  
cultura de la región?

---

---

¿Está de acuerdo con que se adecuen algunos lugares específicos dentro de los patrimonios culturales para la venta de productos referentes a las características más relevantes del departamento?

<b>TIC (TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN)</b>	<p>En la llamada nueva economía, el papel que desempeñan las instituciones del conocimiento es estratégico, en particular, aquellas entidades dedicadas a la educación, así como otras organizaciones orientadas a impulsar investigación y desarrollo (I+D), innovación,</p>	<p>Implementación de las TIC en el proceso de aprendizaje</p>	<p>¿Considera necesario efectuar las estrategias de marketing para la implementación de la tecnología y la comunicación en busca del fomento turístico?</p> <p>¿Son suficientes las tic como herramientas y servicios tecnológicos para presentar soluciones innovadoras y de desarrollo al turismo?</p>	<p>ENCUESTA ESTRUCTURADO</p>
--	---	---	--	------------------------------

---

	<p>generación e intercambio de Conocimiento y nuevas tecnologías. Podría plantearse que las sociedades del conocimiento ya existían desde antes, pero lo que realmente no tiene precedentes es la rapidez y magnitud con la que se generan, difunden y</p> <p>Expanden estos conocimientos (Casas y Dettmer, 2004).</p>	<p>sistema de comercialización y distribución</p>	<p>¿Las Tic se hacen presentes como a mediadoras de cultura-ciudadano?</p> <p>. ¿Se puede considerar las Tic como generadoras de bienestar y transformación digital para el turismo?</p>	
<b>CRECIMIENTO ECONÓMICO</b>	<p>Según (Anzil Federico, 2002): “El concepto de crecimiento económico se refiere al incremento porcentual del producto bruto interno de una economía en un período de tiempo”.</p>	<p>Desarrollo económico local</p>	<p>¿Conoce los efectos del turismo en la disminución de las desigualdades sociales?</p> <p>¿El bienestar de la población es proporcional con el empleo generado por la falta de turismo?</p> <p>¿Está de acuerdo con que el turismo contribuye a disminuir las tasas de</p>	<p>ENCUESTA ESTRUCTURADO</p>

---

desempleo en la  
región?

¿Existiría un aumento  
de ganancias o de  
rentabilidad a la hora  
de dar a conocer el  
turismo en la región?

---

Producto  
interno bruto

¿Es posible  
considerar como una  
solución de  
oportunidad  
económica, el  
aumento tanto del  
conocimiento cultural  
como el arraigo por  
las raíces de la región  
por parte de los  
ciudadanos e incluso  
extranjeros?

---

Inversión

¿Es bueno invertir en  
las tic para dar a  
conocer un poco más  
sobre el turismo?

¿El turismo sirve para  
fomentar el  
crecimiento  
económico de un  
país?

---

## CAPÍTULO IV

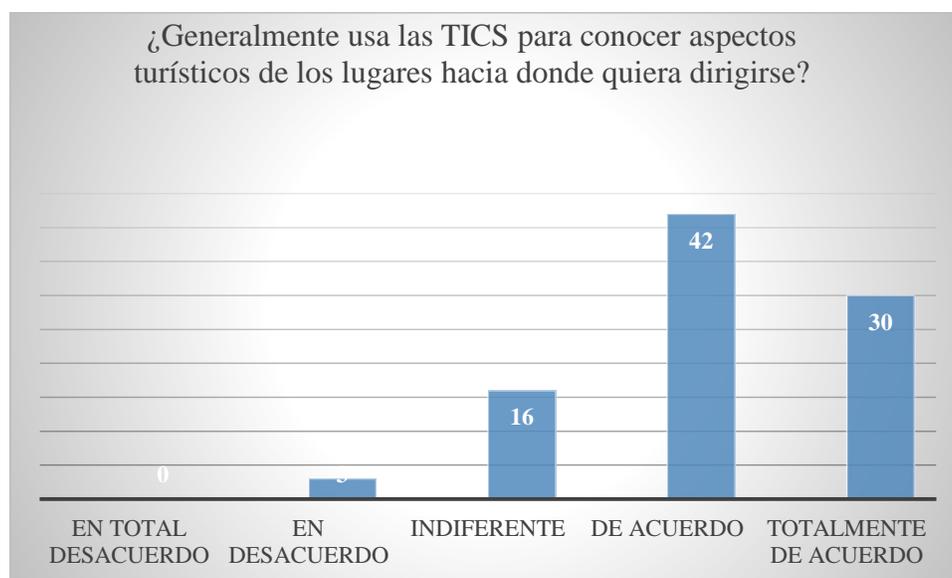
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

**GRAFICA 1.** ¿Sería bueno la implementación de las tic en cuanto al turismo para así incentivar a las personas que conozcan un poco más de nuestra región, a través de las tecnologías



De acuerdo con los resultados obtenidos anteriormente, se puede concluir que más del 50% del personal administrativo junto con los estudiantes encuestados, presentan total concordancia con la implementación de las TICs en busca de fomentar e implementarlas como estrategia para el turismo en la región.

**GRAFICA 2.** ¿Generalmente usa las TICS para conocer aspectos turísticos de los lugares hacia donde quiera dirigirse?



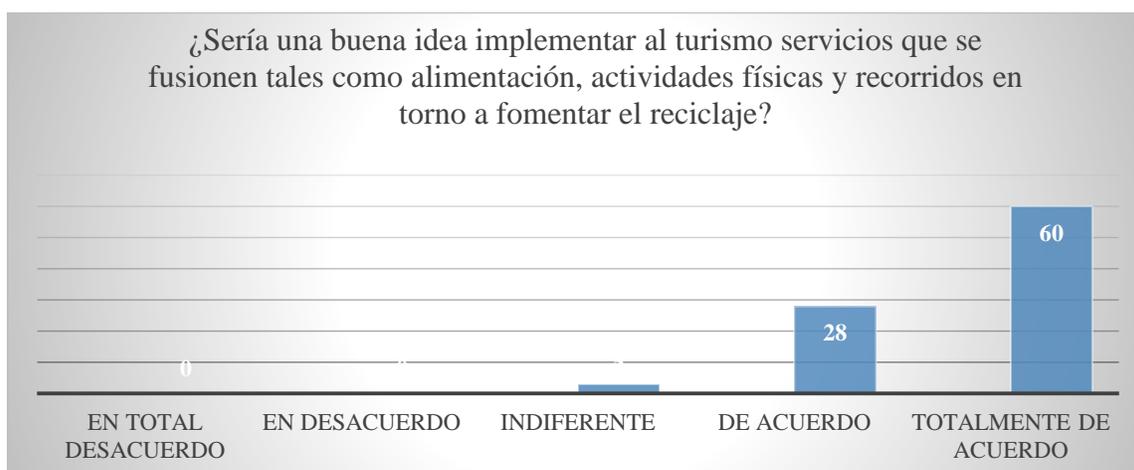
De acuerdo con los anteriores resultados obtenidos, se puede diagnosticar que el personal encuestado junto con los estudiantes, a pesar de no poseer gran conocimiento en el uso e implementación de las TICs, han logrado adecuarlas a su vida cotidiana para el uso de las mismas en cuanto a su elección para el turismo.

**GRAFICA 3.** ¿Existen lugares que se puedan considerar como ofertables para realizar ecoturismo?



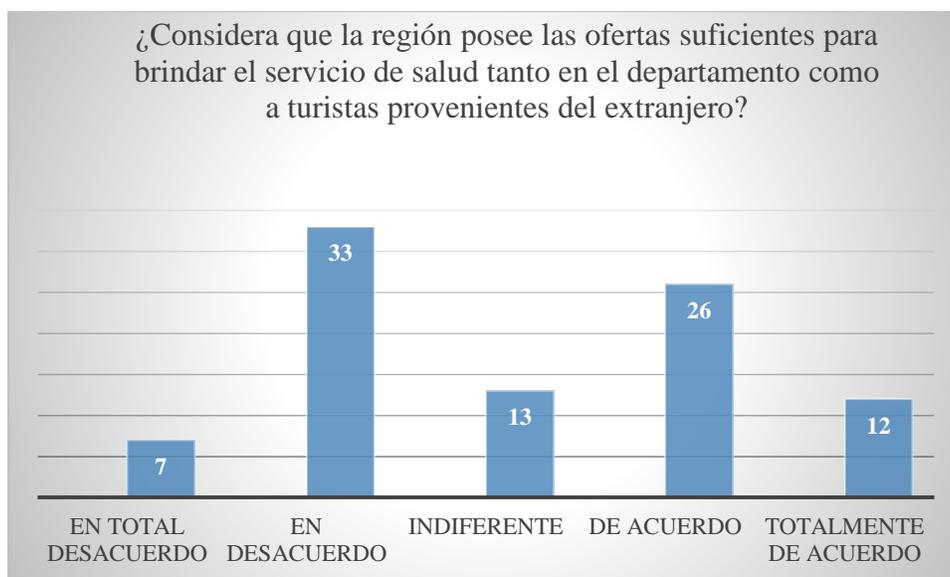
En el total de personas encuestadas, se observa como más del 50 % posee total seguridad del departamento como generador de ecoturismo, donde solo se debe además de reforzar la elección de dichos lugares, crear una amplia oferta de productos acordes al mismo sector para así lograr llevarlo al mercado.

**GRAFICA 4.** ¿Sería una buena idea implementar al turismo servicios que se fusionen tales como alimentación, actividades físicas y recorridos en torno a fomentar el reciclaje?



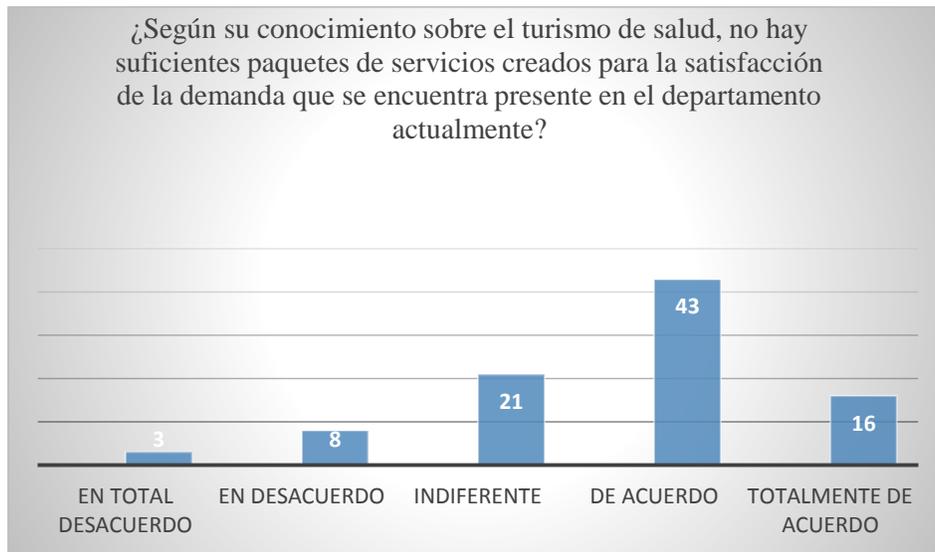
Al igual que el caso anterior, las personas muestran seguridad y total afirmación de una nueva implementación del sector servicios como una nueva herramienta, para llegar así generar el reciclaje por medio de este sector, donde además de dar a conocer a las personas nuevas modalidades turísticas, se busca llegar al cuidado de los mismos.

**GRAFICA 5.** ¿Considera que la región posee las ofertas suficientes para brindar el servicio de salud tanto en el departamento como a turistas provenientes del extranjero?



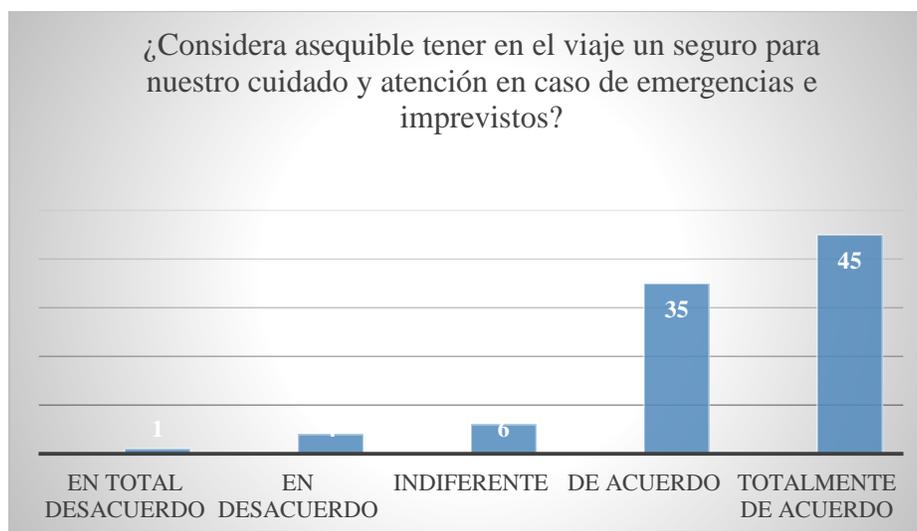
A pesar de que la región norte santandereana posee dicha oferta de servicios, se observa como el personal encuestado anteriormente es consciente de la falta de creación en cuanto a paquetes turísticos en este caso de salud, para así llegar a atraer tanto personas del extranjero, como ofrecérsele a las mismas de la ciudad.

**GRAFICA 6.** ¿Según su conocimiento sobre el turismo de salud, no hay suficientes paquetes de servicios creados para la satisfacción de la demanda que se encuentra presente en el departamento actualmente?



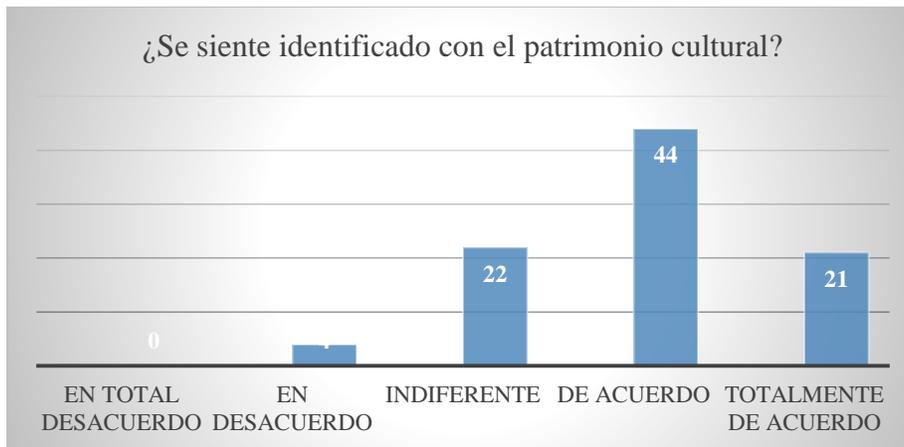
De acuerdo con los anteriores resultados mencionados, se observa como las dos preguntas antepuestas, llevan a concluir como en el departamento no se han hecho presentes la creación de paquetes en cuanto al sector servicios, debido a que se posee demanda por satisfacer en el departamento, aun sin pasar por alto que si se poseen tanto los recursos como las personas con capacidades para la creación de los mismos, consiguiendo así hacer presente su oferta a futuro.

**GRAFICA 7.** ¿Considera asequible tener en el viaje un seguro para nuestro cuidado y atención en caso de emergencias e imprevistos?



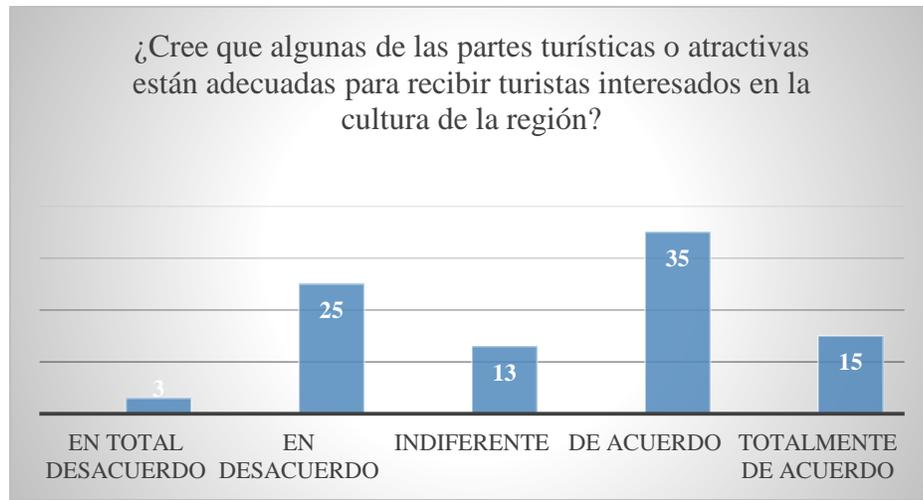
Como se concluye en los resultados obtenidos en la encuesta, más del 70% del personal evaluado se encuentra de acuerdo en la obtención de un seguro para hacer de su viaje uno más seguro, debido a que se debe dejar de lado, que en cualquier viaje tanto turístico, como cualquiera de sus otros tipos se pueden llegar a presentar diferentes imprevistos para los cuales se debe estar preparado y por ende asegurados.

**GRAFICA 8.** ¿Se siente identificado con el patrimonio cultural?



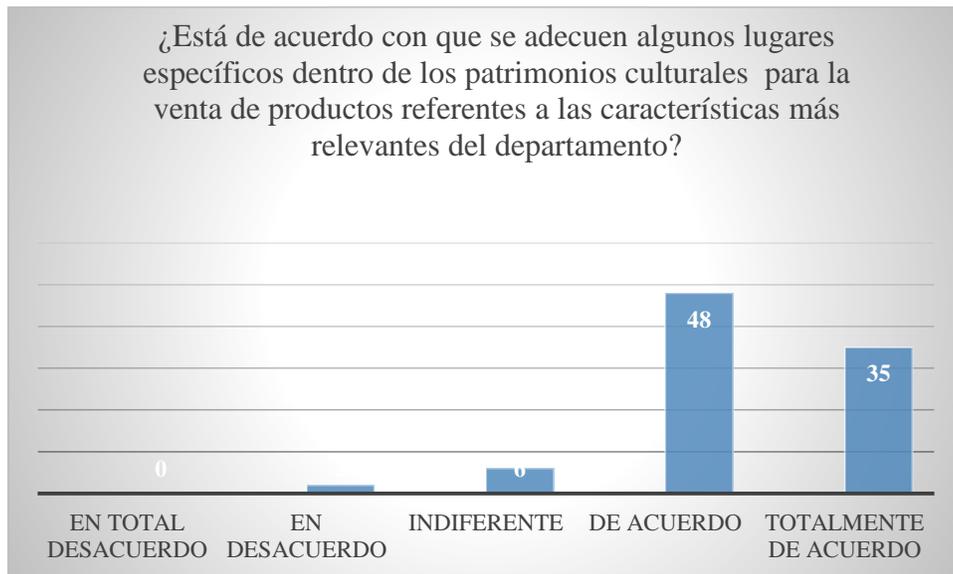
Acorde a los resultados anteriormente vistos, se logra analizar que más del 50% del personal administrativo, junto con los estudiantes se sienten identificados con el patrimonio cultural de la región que se posee, sin olvidar que a pesar de esta gran cifra, se encuentran indiferentes gran parte de los mismos, donde se deben presentar soluciones que conlleven a incentivar a los ciudadanos a tomar conciencia y amor por sus orígenes, riquezas, y características patrimoniales que los identifican.

**GRAFICA 9.** ¿Cree que algunas de las partes turísticas o atractivas están adecuadas para recibir turistas interesados en la cultura de la región?



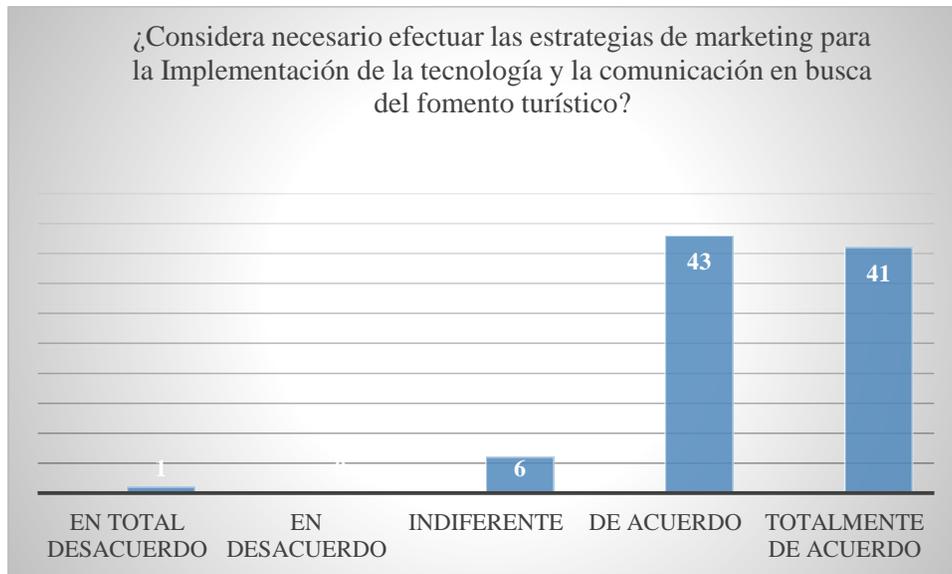
Como se puede ver en los resultados anteriormente obtenidos en la encuesta, gran parte del personal evaluado se encuentra en desacuerdo debido a que si se toma conciencia del estado, de cada uno de los sitios turísticos existentes, presentan tanto falta de inversión como de desarrollo e incluso del mismo mantenimiento, para así lograr brindarles a los posibles extranjeros un servicio satisfactorio y adecuado.

**GRAFICA 10.** ¿Está de acuerdo con que se adecuen algunos lugares específicos dentro de los patrimonios culturales para la venta de productos referentes a las características más relevantes del departamento?



Como se puede deducir, el personal encuestado se encuentra totalmente de acuerdo con la idea de integrar la venta de productos referentes a características relevantes del departamento, puesto que esta es una gran oportunidad para generar empleo, como ingresos al departamento, su misma adecuación y es más que oportunidad para dar a conocer la región y su multiculturalidad.

**GRAFICA 11.** ¿Considera necesario efectuar las estrategias de marketing para la Implementación de la tecnología y la comunicación en busca del fomento turístico?



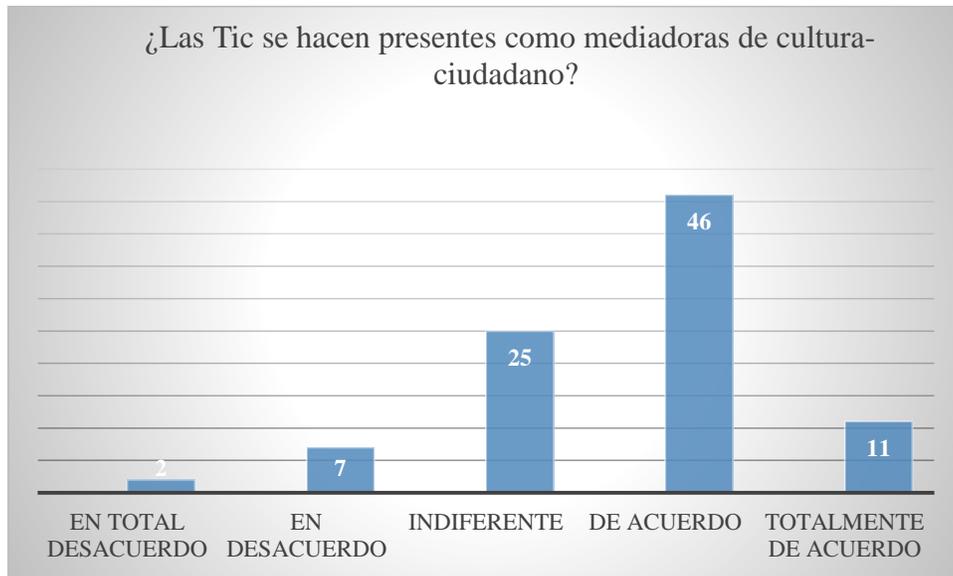
En cuanto a los resultados obtenidos, se puede concluir como la inmersión del marketing en busca de implementar la tecnología y la comunicación en busca del fomento del turismo, se ha hecho más que necesaria, esta estrategia de negocios se ve actualmente como necesaria puesto que permite obtener grandes resultados satisfactorios en los diferentes proyectos donde se ha hecho presente.

**GRAFICA 12.** ¿Son suficientes las TIC como herramientas y servicios tecnológicos para presentar soluciones innovadoras y de desarrollo al turismo?



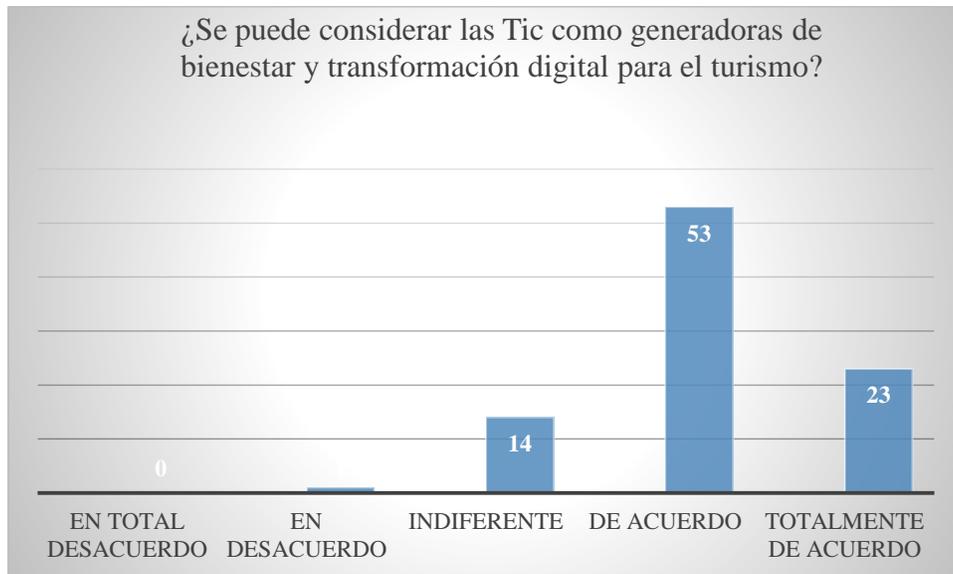
Como anteriormente se menciona la utilización de las diferentes estrategias en busca de obtener gran participación y desarrollo del turismo son más que necesarias, por esto más de la mitad del personal encuestado se encuentra de acuerdo en que las TICs son suficientes como herramienta para la solución de ideas innovadoras para el desarrollo del turismo, mas no se debe olvidar que se deben hacer presente las diferentes estrategias también existentes para obtener así resultados más eficaces.

**GRAFICA 13.** ¿Las Tic se hacen presentes como mediadoras de cultura-ciudadano?



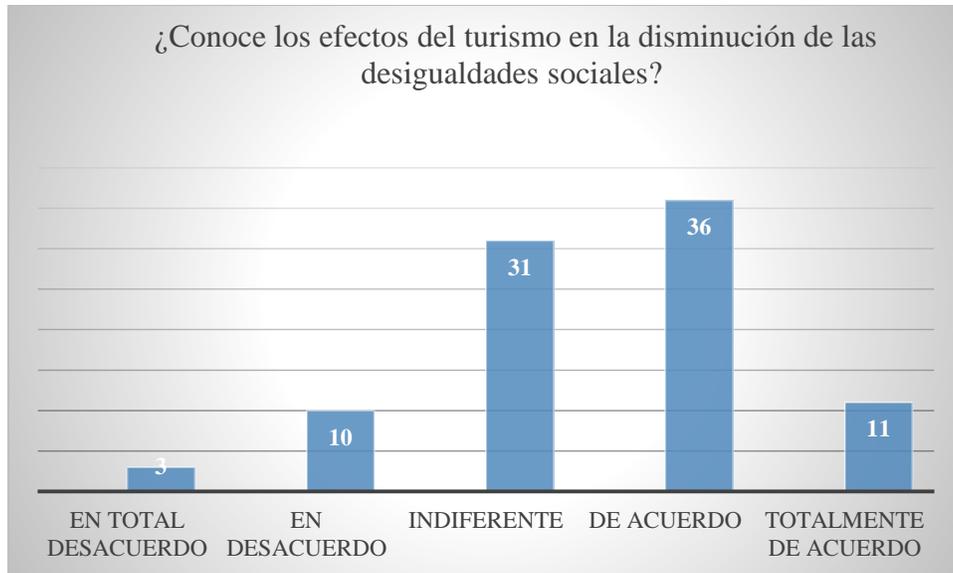
Como se concluye, las Tics son una gran herramienta que permite introducir más el tema cultural en cuanto a los ciudadanos, estas son una gran herramienta que promueven la misma participación, más que ser mediadoras son de gran ayuda, sin dejar atrás que todo inicia desde el amor propio que posea el mismo ciudadano por la región a la que pertenece.

**GRAFICA 14.** ¿Se puede considerar las Tic como generadoras de bienestar y transformación digital para el turismo?



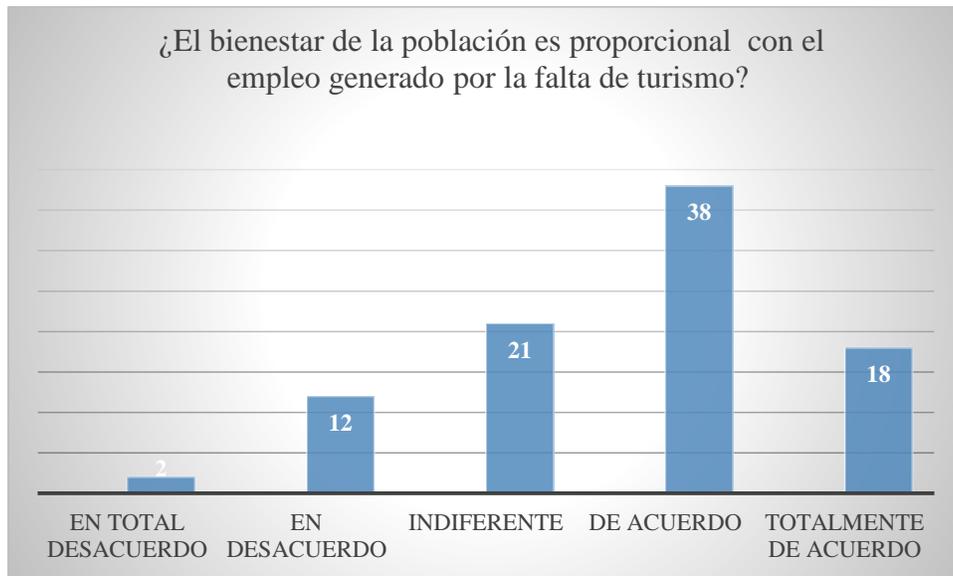
Posteriormente a los resultados obtenidos, el personal encuestado se encuentra prácticamente de acuerdo en que las TICs son de gran ayuda para el fomento de ideas innovadoras que generen gran participación en cuanto a lo que el turismo pertenece, esta herramienta se hace presente como objeto para la transformación digital y bienestar en busca de fomentar e innovar el turismo en la región.

**GRAFICA 15.** ¿Conoce los efectos del turismo en la disminución de las desigualdades sociales?



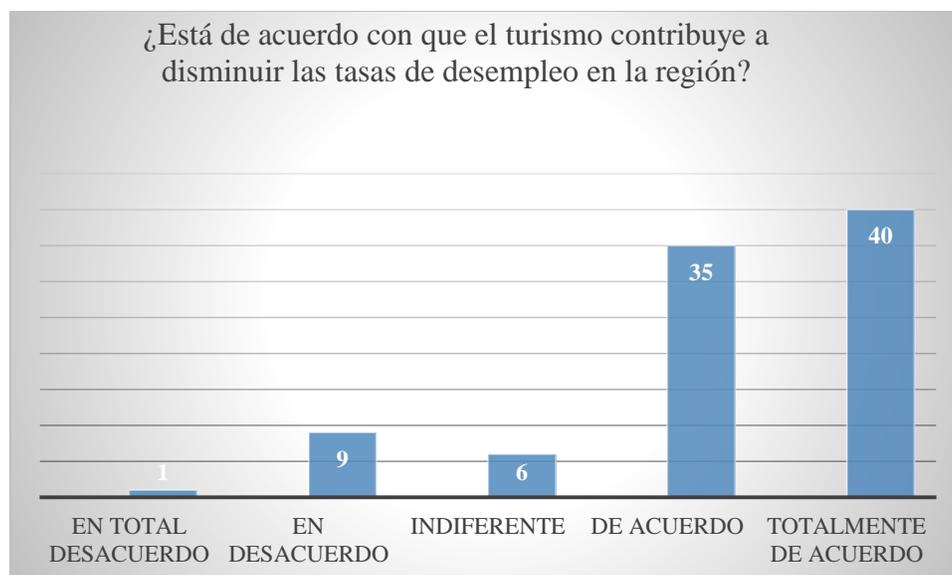
Acorde a los resultados anteriormente vistos, se puede analizar que un gran número de las personas participantes no posee el conocimiento necesario de los efectos que genera el turismo en la desigualdades sociales que se hace presente en la región día a día, la utilización del turismo como enriquecimiento cultural ha permitido que se logre obtener mejores resultados y amor por las diferentes diferencias que se han hecho visibles entre grupos de la misma sociedad.

**GRAFICA 16.** ¿El bienestar de la población es proporcional con el empleo generado por la falta de turismo?



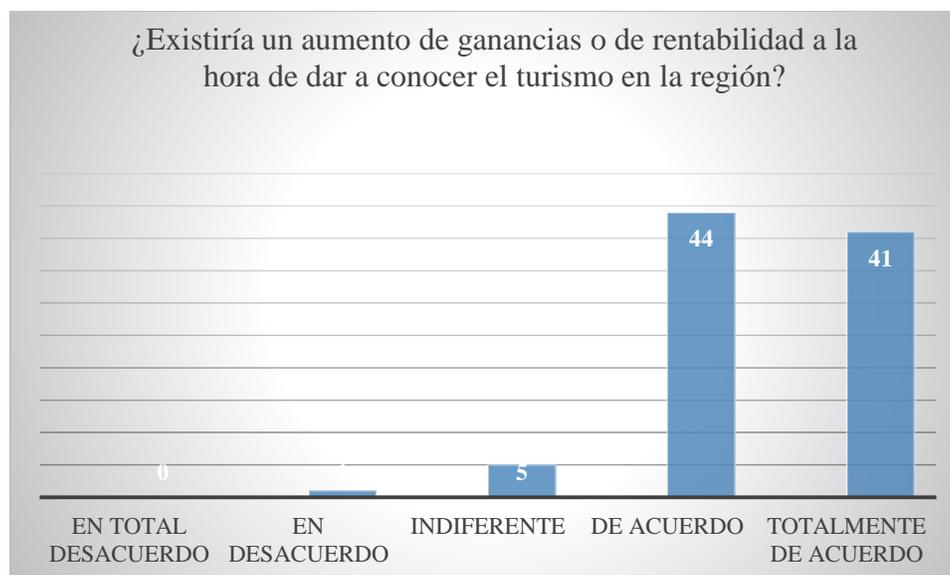
Con lo anteriormente mencionado, el bienestar de la población, también suele depender de las oportunidades que se generan por medio de la inmersión de proyectos en cuanto al turismo de la región, teniendo en cuenta que esta se manifiesta como una oportunidad laboral para los ciudadanos la cual beneficia tanto el fomento del turismo como la entrada de ingresos para el mismo patrimonio cultural, y la población participante.

**GRAFICA 17.** ¿Está de acuerdo con que el turismo contribuye a disminuir las tasas de desempleo en la región?



El personal encuestado, de acuerdo a los resultados anteriores, se encuentra totalmente de acuerdo en que el turismo puede ser un factor el cual se utilice para la generación de empleo y por ende se muestra como una oportunidad para la misma población.

**GRAFICA 18.** ¿Existiría un aumento de ganancias o de rentabilidad a la hora de dar a conocer el turismo en la región?



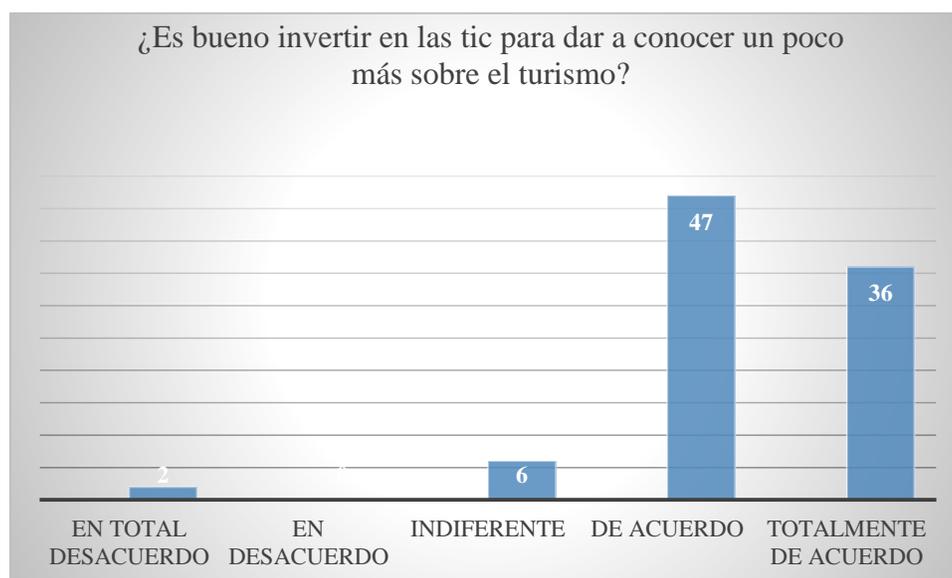
Considerando un resultado donde más del 80% del personal encuestado manifiesta una respuesta positiva en cuanto al aumento posible que se puede llegar a generar por medio del turismo, se deduce a su vez que esta se hace presente como una oportunidad tanto de negocios, como de ayuda a la misma ciudadanía, con múltiples propósitos todos enfocados hacia una mejoría en la misma región.

**GRAFICA 19.** ¿Es posible considerar como una solución de oportunidad económica, el aumento tanto del conocimiento cultural como el arraigo por las raíces de la región por parte de los ciudadanos e incluso extranjeros?



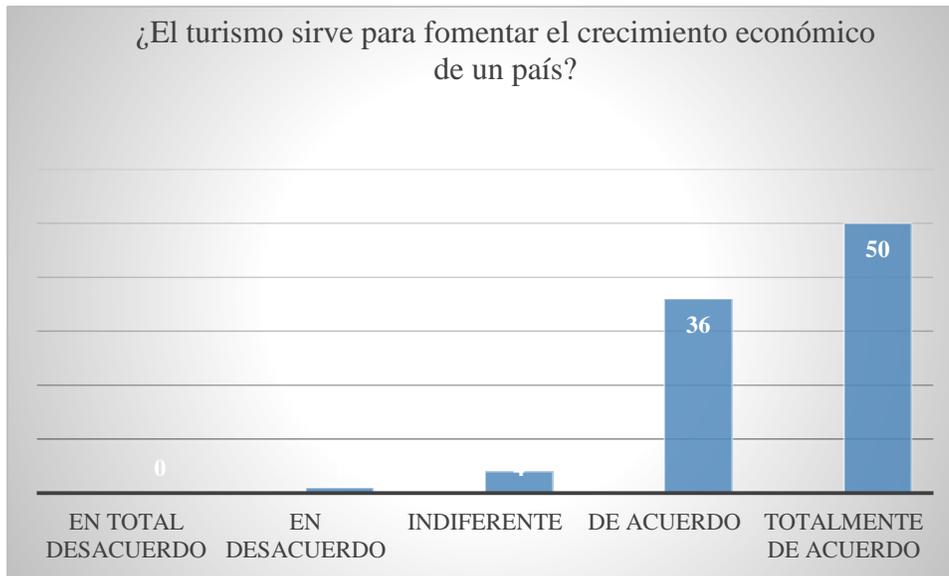
Al igual que el caso anterior, se puede observar, por medio de los resultados presentes que el turismo sigue siendo una muestra la cual se manifiesta en gran parte como una oportunidad para diferentes ámbitos de la región, destacándose uno de estos como lo es la generación de ingresos y oportunidades económicas para la misma, puesto que se llegan a desarrollar diferentes ideas, como la elaboración de características que se destacan en la región, por medio de productos bien sea, textiles, gráficos, la misma diversidad de gastronomía e incluso las personas provenientes del extranjero pueden conllevar a la elaboración de diferentes proyectos innovadores para desarrollarlos en la región en base a sus experiencias y conocimientos provenientes de su estadía en el exterior

**GRAFICA 20.** ¿Es bueno invertir en las TIC para dar a conocer un poco más sobre el turismo?



Acorde a los resultados, se logra presentar a las TICs como una nueva idea de inversión, la cual permite mostrar las diferentes áreas que se llegan a dar conocer del turismo que posee la región, haciendo uso de esta herramienta adecuadamente y logrando obtener resultados de enriquecimiento tanto cultural, como de conocimientos y desarrollo económico.

**GRAFICA 21.** ¿El turismo sirve para fomentar el crecimiento económico de un país?



Como se logra observar el personal encuestado se encuentra, en total asertividad, lo que conlleva la utilización del turismo como generador de crecimiento económico más allá de la región, de un país completo como tal, donde se visualizan países como España donde el 12% de su PIB es debido al turismo, todo esto gracias a la utilización e implantación adecuada del turismo.

## RESULTADOS

Una vez examinado el impacto de las tics en la gestión empresarial del sector turístico en Norte de Santander y de acuerdo a los resultados obtenidos, se logra llegar al análisis de como la falta de diversos campos en los que se puede desempeñar diferentes tipos de turismo, se han perdido grandes oportunidades de desarrollo en la región; para ellos se puede recurrir a las diferentes clases de turismo mencionadas.

*Clases de turismo temático que se pueden ofertar en un corredor turístico en Norte De Santander.*

- **Ecoturismo**

En esta clase de turismo, se logra analizar como gran parte de las personas encuestadas se encuentran totalmente de acuerdo, en la integración de esta nueva modalidad en busca de no solo la creación de más turismo , si no también que vaya de la mano con el cuidado del medio ambiente y por ende que sean las mismas personas quienes ayuden a ser partícipes de esta problemática , sin dejar atrás el enriquecimiento cultural que se pueda obtener de conocer y cuidar los diferentes patrimonios culturales de la región.

- **Turismo de salud**

Este es uno de los campos más vinculados a las nuevas tecnologías, y por ello que se deba plantear un mayor esfuerzo en cuanto a su aplicación, puesto que, basados en los resultados anteriormente obtenidos, se logra ver como esta clase de turismo, se hace presente y conocida

por los ciudadanos en poca proporción, donde por medio de los servicios ofrecidos por las diferentes redes sociales y medios de comunicación se ha logrado poco a poco hacerse presente.

En cuanto a lo que la oferta concierne de este servicio, la implantación de nuevos paquetes turísticos para el mismo, presenta resultados altamente negativos por las personas encuestadas, afirmando que en la región no se cuenta por lo menos con los servicios suficientes para brindarles a ellos una oferta de gran interés.

En este sentido las posibles ideas y soluciones, van encaminadas, a que las oportunidades de generar ingresos provenientes de los tipos de turismo, teniendo en cuenta como este servicio, el cual se destaca por ser desarrollador de alta demanda por parte de las personas tanto del extranjero como de las nacionales, se está desaprovechando por la falta de la implementación de suplencias innovadoras, creación de paquetes turísticos del servicio y desarrollo de las mismas en el departamento.

- **Turismo cultural**

Luego de comparar el número de personas encuestadas con los resultados entorno a su conocimiento y opinión para la implementación de este tipo de turismo con los anteriormente mencionados, se puede observar como más del 50 % solo se hace presente de forma afirmativa, donde las diferentes ideas en busca de lograr el aumento del conocimiento referente al turismo, con el objetivo de generar más arraigo por parte de la región, patrimonio cultural e interés por parte de los extranjeros hacia esta multiculturalidad presente en la región.

Richards (1996a, p. 24) realiza una doble definición de turismo cultural distinguiendo el interés conceptual del técnico. Así, desde un punto de vista conceptual, el autor lo refiere como el movimiento de personas hacia atracciones culturales fuera de su lugar de residencia, con la intención de obtener nueva información y experiencias que satisfagan sus necesidades culturales. Observamos que la motivación del turismo cultural es multidimensional, de manera que el turista no busca una única experiencia en su viaje; mientras que se destaca un desconocimiento del ciudadano hacia su propia región como uno de los factores negativos que más se hace presente a su vez convirtiéndose en una gran problemática para lograr llevar a cabo la realización, crecimiento y fomento del turismo por medio de la ejecución de las TICs como herramienta una fundamental.

***Percepción del ciudadano cucuteño respecto al uso de una aplicación tecnológica para incentivar el turismo en Norte de Santander***

Por ello, se busca lograr la aprobación primordialmente del ciudadano, debido a que basados en los resultados obtenidos, se puede ver como se manifiesta una demanda, que pide se haga vigente una solución innovadora la cual sea no solo en beneficio del conocimiento o reconocimiento en el extranjero de la región, si no que a su vez sea una solución a los problemas en el departamento tales como lo son la falta de empleo para los mismos ciudadanos, seguido a esto la creación de diferentes productos para llevarlos a la venta en los mismos patrimonios culturales que se poseen, logra hacerse presente como otra posible solución para la ciudadanía, sin olvidar que las TICs, y mediante el análisis de los resultados:

Según la opinión de Paciente, P (2013): Las nuevas tecnologías impulsaran el turismo global, su gestión administrativa, la aplicación de las TICs en los países se ha realizado de manera satisfactoria, produciendo ahorro en costes de personal, tiempo empleado por éste y evitar posibles errores a la hora de efectuar su trabajo.

***Beneficios de la implementación de una aplicación tecnológica para el desarrollo empresarial de la oferta turística en el departamento Norte de Santander***

Por otro lado, se debe realizar la creación tanto de paquetes turísticos, que con lleven las diferentes modalidades recreativas que trae consigo posiblemente destacar desde otros puntos de vista la región, bien sea por medio de servicios y productos los cuales se logren aprovechar en la utilización de los diferentes tipos de turismo que se desean ofertar a las personas. Las TICs se hacen presentes en el departamento como una posible solución del desarrollo que se puede obtener por medio del turismo, aun teniendo conocimiento que en el mismo departamento las personas aún no poseen un saber que les permita idealizarse más en lo que a las TICs se trate, sin colocar esto como una desigualdad por su parte si no manifestándose como una afirmación positiva de que son la oportunidad que el departamento puede utilizar para lograr mejor todas las fallas encuestadas y conocidas sobre a lo que el turismo y su implementación se lleva tratando a lo largo de la investigación, presentado a su vez diferentes beneficios como el crecimiento de los ingresos económicos, facilitación de empleos para la falta de oportunidades laborales, desarrollo de la región, llegando hasta un posible incremento en la participación del PIB en el país.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Con la culminación de los logros de los objetivos en la presente investigación, fue posible diagnosticar la necesidad de elaborar una aplicación web, la cual funcione como vitrina turística para el departamento de Norte de Santander. Mediante los datos aportados, se obtuvo que para 81 personas se encuentran de acuerdo y totalmente de acuerdo que sería bueno implementar las Tecnología de la Información y la Comunicación como un aliado para que la región se pueda dar a conocer a nivel tanto nacional como internacional, así como para dar a conocer sectores turísticos como lugares a donde dirigirse dentro del departamento.

Cabe destacar que, para 81 personas, consideran que existe presencia de lugares dentro del departamento que pueden ser ecoturísticos y que aún no han sido explotados de una forma positiva; así como 88 personas, se encuentran totalmente de acuerdo a la hora de implementar servicios, donde se pueda fusionar el reciclaje con la alimentación, actividades físicas y recorridos.

En cuanto a la oferta que el departamento posee para poder brindar el servicio de salud, tanto a turistas nacionales, como a turistas extranjeros, 40 personas se encontraron en total desacuerdo y en desacuerdo, y 13 personas se encontraron indiferentes con respecto al tema, lo que nos genera un panorama de un déficit que podemos encontrar en la región norte santandereana

Al no existir un gran conocimiento sobre el turismo de salud, significa que no hay suficientes paquetes de servicios creados para lograr satisfacer la demanda de turismo que se encuentra actualmente presente en el departamento; por lo tanto, no hay un fomento para que turistas visiten el departamento, lo cual justifica la elaboración y desarrollo de la presente investigación.

Una vez culminada la primera fase, y establecida la existencia de una necesidad de diseñar una aplicación web para el departamento. La segunda fase consistiría en el desarrollo de esta, la cual requerirá el asesoramiento de diversos expertos dentro de distintas áreas, con el fin de garantizar el funcionamiento y efectividad al momento de continuar con la tercera fase, la verificación.

En conclusión, si bien el proyecto determinó la necesidad de la elaboración de una aplicación la cual pudiera incrementar el turismo a través de las TICs, por medio de una aplicación, para poder incrementar el turismo ecológico de la región, el cual fomente el desarrollo y aporte al PIB tanto regional como nacional, lo que ayudaría a un incremento del sector empresarial, y así generar un flujo positivo dentro de la economía, sin dañar el medio ambiente, y las reservas naturales que posee el departamento.

## RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan una serie de recomendaciones relacionadas con el proyecto de investigación:

1. Buscar asesoramiento, con especialistas dentro del área de ingeniería en sistemas para la elaboración de la aplicación web, así como expertos familiarizados con la elaboración de una guía ecoturística, para una posible elaboración de un prototipo a gran escala.
2. Tratar en lo que sea posible, viajar a los municipios a lugares poco explorados (vírgenes), los cuales puedan ser un potencial turístico para el municipio.
3. Se debe buscar, por parte de las empresas y el gobierno, mayor apoyo en el sector turístico, para así considerar el turismo como factor aportante al PIB tanto del departamento de Norte de Santander, como de la nación.
4. Tomar en cuenta la inexistencia de paquetes turísticos para el departamento, lo que genera, que la población no tenga lugares para visitar, producto del desconocimiento por parte del Estado y la población.
5. Presentación de un proyecto a la gobernación de Norte de Santander, en el cual se exprese la necesidad de ampliar la inversión para el sector turismo, donde en conjunto con especialistas en el tema y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se pueda llegar a implantar un plan de acción de reconocimiento de las ventajas turísticas, tanto de salud, ecológicas como patrimoniales y culturales que posee la región.

## BIBLIOGRAFIA

Adler, F. (1964). "Positivism" in Gold. En W. L. J. and Kolb, A Dictionary of the Social Sciences (págs. 520-2). New York: The Free Press.

Arias, F. (2006) El Proyecto de Investigación: Guía para su Elaboración. Editorial Episteme.  
Disponible: <http://biblioteca.unet.edu.ve/db/alexandr/db/bcunet/edocs/TEUNET/2011/pregra>

Benites, N. Albuja, J. Tapia, A. (2014). Retrospectiva, visibilización y revalorización de la herencia cultural del pueblo afro y afroecuatoriano, a través del turismo comunitario para el buen vivir. Recuperado de:

<http://riat.otalca.cl/index.php/test/issue/view/RIAT%20VOL%2010,%20N%202,%202014/showToc>

Bignami, R. (2002) A imagem do Brasil no turismo. Editora Aleph, São Paulo

Björk, P. (2000). Ecotourism from a Conceptual Perspective, an Extended Definition of a Unique Tourism Form. International Journal of Tourism Research, 2, 189-202. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/>.

Blamey, R.K. (2001). Principles of ecotourism. En D.B. Weaver (Ed.), The Encyclopedia of Ecotourism (pp. 4-22). Cambridge: CABI Publishing.

Bonilla, E y Rodríguez, P (1997). Más allá del dilema de los métodos. La investigación en ciencias sociales. 3° edición. Ediciones Uniandes. Santafé de Bogotá

Bote, V y Marchena, M (1996). Política turística, Pedreño. Introducción a la economía del turismo en España. Civitas, Madrid. Pág. 295 – 326.

Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21, 661- 665.  
Recuperado de [www.sciencedirect.com/](http://www.sciencedirect.com/).

Calduch Cervera, Rafael. 2012. Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales- Curso de Doctorado. Universidad Complutense de Madrid.

Casas y Dettmer (2004). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. Recuperado:

<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=d428716b-9015-45e8-845e-b8294b808fcb%40sessionmgr4007&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=47139369&db=ufh>

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo y Brundtland (1989). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE

<file:///C:/Users/BIBLIOTECA3/Downloads/2204-4881-1-PB.pdf>

Day, J.; Skidmore, S. & Koller, T. (2002) “Image selection in destination positioning: A new approach”. Journal of Vacation Marketing

Fennell, D., Dowling, R.K. (2003) Ecotourism Policy and Planning (1st ed.). Wallingford: CABI Publishing.

Fennell, D., Weaver, D. (2005). The Ecotourism Concept and Tourism-Conservation Symbiosis. Journal of Sustainable Tourism. Recuperado de <http://www.tandf.co.uk/journals/online.asp>.

Fondo Nacional de Turismo (2014). Diseño del producto turístico de norte de Santander. Bogota, Colombia. Disponible en:

[https://fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/DISENO\\_DE\\_PRODUCTO\\_TURISTICO\\_NORTE\\_DE\\_SANTANDER\\_TOMO\\_I.PDF](https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/DISENO_DE_PRODUCTO_TURISTICO_NORTE_DE_SANTANDER_TOMO_I.PDF)

Galeano, M. María Eumelia (2004). “Diseño de Proyectos en la investigación cualitativa”. Fondo Medellín, Editorial Universidad EAFIT. Colombia.

Gómez, Marcelo M. (2006): “Introducción a la Metodología de la Investigación Científica”. Edit. Brujas. Córdoba, Argentina.

Hyde, Kenneth F. 2000 “Metodología de la Investigación”. Ed. Mc Graw Hill. Chile.

Hyde, Kenneth F. 2000. Recognising deductive processes in qualitative research. Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 3 Iss: 2, pp.82 – 90

Larios, I. y Figueroa, G. (2010) *El Muestreo y Tipos de Muestreo* [Resumen en línea]. Disponible: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Normatividad turismo. Colombia. Extraído del URL: [http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad\\_turismo](http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/13311/normatividad_turismo)

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCIT) Misión, Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/>

Organización Mundial del Turismo (s.f). Glosario Básico. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Orozco Gómez, G (1997). *la investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Instituto mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMEC). Ciudad de México, México.

Pulido, J (2012). *Política económica del turismo*. Editorial: Larousse, Ediciones Pirámide. Madrid, España.

Quintero Puente, P. (2009) *Desarrollo y competitividad del turismo en Colombia: balance de las políticas y la gestión turística*. Recuperado de: [http://www.banrepcultural.org/sites/default/files/politica\\_turistica\\_colombia\\_por\\_paola\\_quintero\\_0.pdf](http://www.banrepcultural.org/sites/default/files/politica_turistica_colombia_por_paola_quintero_0.pdf)

RICHARDS, G. (Ed.) Cultural tourism in Europe. Oxford: Wallingford, 1996a.

Sabino (2000) El Proceso de Investigación [Libro en línea]. Editorial Panapo. Disponible:  
[http://www.cidar.uneg.edu.ve/DB/bcuneg/EDOCS/TESIS/TESIS\\_PREGRADO/INFORMES%20ODE%20PASANTIAS/IP98882011CDGonzalezEndrina.pdf](http://www.cidar.uneg.edu.ve/DB/bcuneg/EDOCS/TESIS/TESIS_PREGRADO/INFORMES%20ODE%20PASANTIAS/IP98882011CDGonzalezEndrina.pdf)

Sandoval, E., Zárraga, L. & Ruiz, J. (2015). Innovación En El Sector Turismo De Cancún: Evidencias Empíricas (Innovation in the Tourism Sector in Cancún: Empirical)

Stevens, S. S. (1951) Handbook of Experimental Psychology. Nueva York, NY: Wiley.

Tamayo y Tamayo (2002) *Tesis de Investigación: Población y Muestra* Disponible:  
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>.

**ANEXOS**

**ANEXO 1 - ENCUESTA**

**IMPACTO DE LAS TICS EN LA GESTION EMPRESARIAL DEL SECTOR  
TURISTICO EN NORTE DE SANTANDER**

**PROPÓSITO DE LA GUÍA**

La guía tiene el propósito de recoger información que permita analizar la postura, información que se posea en cuanto al turismo y su incidencia en la competitividad y crecimiento económico de la ciudad de Cúcuta, mostrando oportunidades de fortalecimiento de la innovación, desarrollo y creación de oportunidades para el fomento de este. Está diseñada para conocer la relación que existe entre el arraigo y conocimiento del patrimonio cultural, así como los posibles aportes que se puedan recibir en cuanto a este se refiera.

Es importante resaltar que la información suministrada por usted es para fines académicos por lo cual se garantiza total confidencialidad y anonimato de los datos suministrados.

Conteste cada pregunta de acuerdo con su conocimiento y opinión con relación a la siguiente escala

<b>1</b> <b>Totalmente en total desacuerdo</b>	<b>2</b> <b>En desacuerdo</b>	<b>3</b> <b>Indiferente</b>	<b>4</b> <b>De acuerdo</b>	<b>5</b> <b>Totalmente de Acuerdo</b>
---	----------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	--

<b>DIMENSIÓN 1: ECOTURISMO</b>						
		<b>En total desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
<b>TURISMO</b>	1. ¿Sería bueno la creación de las tic en cuanto al turismo para así incentivar a las personas que conozcan un poco más de nuestra región, logrando saber un poco más por medio de las tecnologías?					
	2. ¿Generalmente usa las TICS para conocer aspectos turísticos de los lugares hacia donde quiera dirigirse?					
	3. ¿existen lugares que se puedan considerar como ofertables para realizar ecoturístico?					
	4. ¿sería una buena idea implementar al turismo servicios que se fusionen tales como alimentación, actividades físicas y recorridos en torno a fomentar el reciclaje?					
	<b>DIMENSIÓN 2: TURISMO DE SALUD</b>					
	6. ¿Considera que la región posee las ofertas suficientes					

	para brindar el servicio de salud tanto en el departamento como a turistas provenientes del extranjero?					
	7. ¿según su conocimiento sobre el turismo de salud, no hay suficientes paquetes de servicios creados para la satisfacción de la demanda que se encuentra presente en el departamento en la actualidad?					
	8. ¿considera asequible tener en el viaje un seguro para nuestro cuidado y atención en caso de emergencias e imprevistos?					
<b>DIMENSIÓN3: TURISMO CULTURAL</b>						
	9. ¿se siente identificado con el patrimonio cultural?					
	10. ¿cree que algunas de las partes turísticas o atractivas están adecuadas para recibir turistas interesados en la cultura de la región?					
	11. ¿Está de acuerdo con que se adecuen algunos lugares específicos dentro de los patrimonios culturales para la venta de productos referentes					

	a las características más relevantes del departamento?					
<b>DIMENSIÓN 4: IMPLEMENTACIÓN DE LAS TIC EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE Y COMERCIALIZACIÓN.</b>						
<b>TIC (TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN)</b>	12. ¿considera necesario efectuar las estrategias de marketing para la implementación de la tecnología y la comunicación en busca del fomento turístico?					
	13. ¿Son suficientes las tic como herramientas y servicios tecnológicos para presentar soluciones innovadoras y de desarrollo al turismo?					
	14. ¿Las Tic se hacen presentes como a mediadoras de cultura-ciudadano?					
	15. ¿Se puede considerar las Tic como generadoras de bienestar y transformación digital para el turismo?					
<b>DIMENSIÓN 5: DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL</b>						
<b>CRECIMIENTO ECONÓMICO</b>	16. ¿Conoce los efectos del turismo en la disminución de las desigualdades sociales?					
	17. ¿el bienestar de la población es proporcional con					

el empleo generado por la falta de turismo?					
18. ¿Está de acuerdo con que el turismo contribuye a disminuir las tasas de desempleo en la región?					
19. ¿Existiría un aumento de ganancias o de rentabilidad a la hora de dar a conocer el turismo en la región?					
<b>DIMENSIÓN 6: PRODUCTO INTERNO BRUTO E INVERSIÓN.</b>					
20. ¿es posible considerar como una solución de oportunidad económica, el aumento tanto del conocimiento cultural como el arraigo por las raíces de la región por parte de los ciudadanos e incluso extranjeros?					
21. ¿Es bueno invertir en las TIC para dar a conocer un poco más sobre el turismo?					
22. ¿el turismo sirve para fomentar el crecimiento económico de un país?					