

**UNA MIRADA AL TURISMO COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO
EN LAS REGIONES NORTESANTANDEREANAS Y LA SITUACIÓN DEL SECTOR
EN LA COYUNTURA DEL COVID-19**

**A LOOK AT TOURISM AS AN ENGINE OF ECONOMIC GROWTH IN THE
NORTESANTANDEREANAS REGIONS AND THE SITUATION OF THE SECTOR AT
THE COVID-19 JUNCTURE**

Zainy Yisneth Torres Prieto¹
María Lisbeth Mandon Corzo²
Raquel Irene Laguado Ramírez³

Resumen

El presente artículo tiene como finalidad principal aportar una revisión literaria sobre la visión del sector del turismo como una oportunidad atractiva y de apalancamiento en desarrollo económico para las regiones en este caso centrada al departamento de Norte de Santander ubicado en el nororiente de Colombia, el cual tiene un fuerte atractivo turístico que no ha logrado consolidarse como una oferta altamente demandada por los turistas y a su vez, debido a la crisis actual de la pandemia Covid-19 referenciar el panorama en el cual se encuentra el sector, que sin dudas ha sido uno de los más afectados por dicha situación. Para ello, el desarrollo de la investigación bibliográfica se centró en un primer momento en describir la importancia de la actividad turística y su aporte a las economías internacionales, nacional (Colombia) y regional (Norte de Santander), seguido por una descripción de las oportunidades que tiene el sector y de los stakeholders que participan en él; finalmente, se abordó una temática centrada en reseñar aspectos generales del turismo en las regiones Nortesantandereanas. La investigación muestra la importancia del sector turismo como una de las actividades económicas con grandes retos, oportunidades, la cual tiene un crecimiento y aportaciones significativas al desarrollo de las regiones a pesar de la situación actual que ha provocado la crisis sanitaria, además de la oportunidad y alto potencial que tiene Norte de Santander para ver este sector como una de sus principales actividades económicas para su crecimiento y desarrollo.

Palabras claves: Covid-19, Crecimiento Económico, Norte de Santander, Turismo.

Recepción: 05 julio de 2021 / Evaluación 15 agosto de 2021 / Aprobado: 20 septiembre de 2021

¹ Estudiante de Ingeniería Industrial, Universidad Francisco de Paula Santander, Correo electrónico: zainyisnethp@ufps.edu.co, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4076-9506>, https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001951616

² Estudiante de Ingeniería Industrial, Universidad Francisco de Paula Santander, Correo electrónico: marialisbethmc@ufps.edu.co, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6840-2909>, https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001951703

³ Magíster en Organización Industrial, Docente Tiempo Completo de la Universidad Francisco de Paula Santander, adscrito al Grupo de Investigación en Innovación y Gestión Productiva GIINGRPO, Cúcuta-Colombia, Estudiante de Doctorado en Proyectos, Universidad Internacional Iberoamericana UNINI, Correo electrónico: raquelirenelr@ufps.edu.co, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6536-4532>, https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0000595128

Abstract

The main purpose of this paper is to provide a literature review on the vision of the tourism sector as an attractive opportunity and leverage in economic development for the regions in this case focused on the department of Norte de Santander located in the northeast of Colombia, which has a strong tourist attraction that has failed to consolidate as an offer highly demanded by tourists and in turn, due to the current crisis of the pandemic Covid-19 referencing the panorama in which the sector is, which undoubtedly has been one of the most affected by this situation. To this end, the development of the bibliographic research was first focused on describing the importance of the tourism activity and its contribution to the international, national (Colombia) and regional (Norte de Santander) economies, followed by a description of the opportunities that the sector has and the stakeholders that participate in it; finally, a thematic focused on outlining general aspects of tourism in the Nortesantandereanas regions was approached. The research shows the importance of the tourism sector as one of the economic activities with great challenges and opportunities, which has a significant growth and contributions to the development of the regions despite the current situation caused by the health crisis, in addition to the opportunity and high potential that Norte de Santander must see this sector as one of its main economic activities for its growth and development.

Keywords: Covid-19, Economic Growth, Norte de Santander, Tourism.

Introducción

La contribución del turismo en el desarrollo de las regiones y su importancia en el crecimiento económico ha sido identificado y afirmado desde hace mucho tiempo. A escala mundial, el turismo es un sector económico de gran impacto y ha realizado grandes contribuciones a generación y creación de puestos de trabajo, contribución de enormes ingresos y promoción de la prosperidad económica, por lo que es visto como una industria de rápido crecimiento (Zadeh Bazargani & Kiliç, 2021; Restrepo, 2019; Arrieta, Lora y Sánchez, 2018). Así mismo, este sector interviene en las inversiones de nueva infraestructura y la competencia entre empresas locales y empresas de otros países turísticos. El turismo involucra otras industrias económicas por sus efectos directos, indirectos e inductivos, aumenta los ingresos y puede conducir al uso activo de economías de gran escala por parte de las empresas nacionales (Schubert et al., 2011; Mercado, 2018; Agredo, 2019).

El sector turismo complejo y el desarrollo de su definición conceptual se ha desarrollado desde hace muchos años, no obstante, la definición adoptada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) indica la industria turística como aquella que incluye actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de los que habitan normalmente, con fines de ocio, visita a familiares, amigos, por negocios y otros (Sancho et al., 2019; Ortega, Pérez y Acosta, 2020). Por otra parte, es importante enfatizar que el turismo puede tener diferentes etimologías; de igual, manera existen diversas escuelas historiológicas que intentan determinar la evolución de este hecho social. Sin embargo, la composición de este hecho no se ha considerado con mayor precisión. Según algunos autores, su origen es el ocio. Otros dicen que es una relación (entre quiénes o qué, varía según el autor), o incluso un sistema (Ardila, 2015; Bernal, Rodríguez y Ortigón, 2020).

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Dianne en (Dredge, 2010) plantea que el Estado y sus organizaciones turísticas son los que poseen la influencia directa y poderosa en la producción de la imagen e identidad de un lugar; Por ello, dada a la complejidad del sector cada país cuenta con un sistema administrativo entorno a esta importante área; en Colombia el organismo responsable de la gestión de la industria turística es el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que es la entidad líder del sector, el cual es responsable de la economía y la política general de desarrollo social del país, en el cual quedan enmarcadas también las operaciones relacionadas al turismo, así mismo la oficina de Turismo (del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo), realiza en 2003 el primer plan sectorial turístico para el periodo 2003-2006 (MinCIT, 2003). Este documento presenta la situación actual de la industria, los indicadores turísticos más importantes, la situación de la competitividad, las metas a corto-medio plazo, ejes temáticos sobre lo que se desarrollará el plan, y finalmente un plan de inversiones (Díaz Olariaga, 2015).

Ramírez en (Pinzón, 2015), menciona, que, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha centralizado en el Fondo Nacional de Turismo (Fontur) los esfuerzos por hacer del turismo un motor del sector económico y del desarrollo nacional, tomando en cuenta las dinámicas internacionales.

El turismo en Norte de Santander

El desarrollo de la investigación se enfocó en el departamento de Norte de Santander, el cual se encuentra ubicado al nororiente colombiano y es uno de los 32 departamentos del país, cuenta con zona fronteriza con Venezuela. Está conformado por 40 municipios y la ciudad capital es san José de Cúcuta con una superficie aproximada de 21.648 km cuadrados (Ramirezparis-Colmenares & Sepulveda-Yañez, 2013). El departamento cuenta con diversas riquezas tanto históricas, económicas, culturales y naturales (paramos, selvas, llanuras, fuentes hídricas, entre otros) (Riaño, 2021); lo que permite que la región tenga amplias posibilidades de desarrollo turístico de diferentes tipos. Así mismo, gracias a estos atractivos 14 municipios que representan alrededor del 44% de los 32 que constituyen la región Nortesantandereana son considerados y avalados por el MinCIT como destinos turísticos (Gobernacion Norte de Santander, 2015).

En la actualidad, según cifras del Plan de desarrollo del Departamento Norte de Santander 2020-2023 (Gobernacion Norte de Santander, 2020) el territorio posee una oferta de 626 prestadores de servicios turísticos debidamente avalados y con vigencia en el Registro Nacional de Turismo, donde 385 están asociados con alojamiento y hostales, 230 son agencia de viajes, 16 empresas dedicadas al transporte terrestre y 5 gestores profesionales de eventos como congresos, ferias, entre otros.

Los departamentos de Colombia al igual que a nivel nacional cuentan con organismos encargados del desarrollo, promoción y gestión de la actividad turística y Norte de Santander no es la excepción, el ente encargado de dichas actividades en la región se conoce como la Corporación Mixta de Promoción de Norte de Santander, la cual es una entidad sin ánimo de lucro del sector privado que se encarga de la promoción de los sectores económicos del departamento y la frontera, especialmente del turismo.

La coyuntura del sector turismo en tiempos de COVID-19

El Coronavirus es altamente transmisible, causando estragos en la economía mundial y la

industria de viajes y turismo es uno de los sectores más devastados (Y. Yang et al., 2021). El COVID-19 (declarado como pandemia por la OMS el 12 de marzo de 2020) tiene un impacto significativo en los sistemas económicos, políticos y socioculturales mundiales. Las estrategias y medidas de comunicación sanitaria (por ejemplo, distanciamiento social, prohibiciones de viajes y movilidad, cierres comunitarios, campañas de permanencia en el hogar, cuarentena propia u obligatoria, control del hacinamiento) estrategias que se han implementado para contener la propagación ocasionado retrasos, demoras o cambios en viajes, afectando el turismo y las actividades de ocio a nivel mundial (Sigala, 2020).

Las restricciones de viajes globales sin precedentes y los pedidos para hacer que las personas permanezcan en casa en lo posible, están causando la alteración más severa de la economía global desde la Segunda Guerra Mundial. Con prohibiciones de viajes internacionales que impactan a más de un 90% de la población a nivel mundial y restricciones generalizadas sobre reuniones públicas y movilidad comunitaria, el turismo cesó en gran medida en marzo de 2020 (Gössling et al., 2020). Así mismo, Gössling expresa en (Hall et al., 2020) que las pandemias son diferentes a muchos otros desastres y crisis que ha experimentado el turismo. Aunque, al igual que con cualquier otro ciclo de atención al turismo relacionado con desastres, la confianza del consumidor y de la industria aumentará y disminuirá en relación con los informes de los medios sobre los impactos del COVID-19.

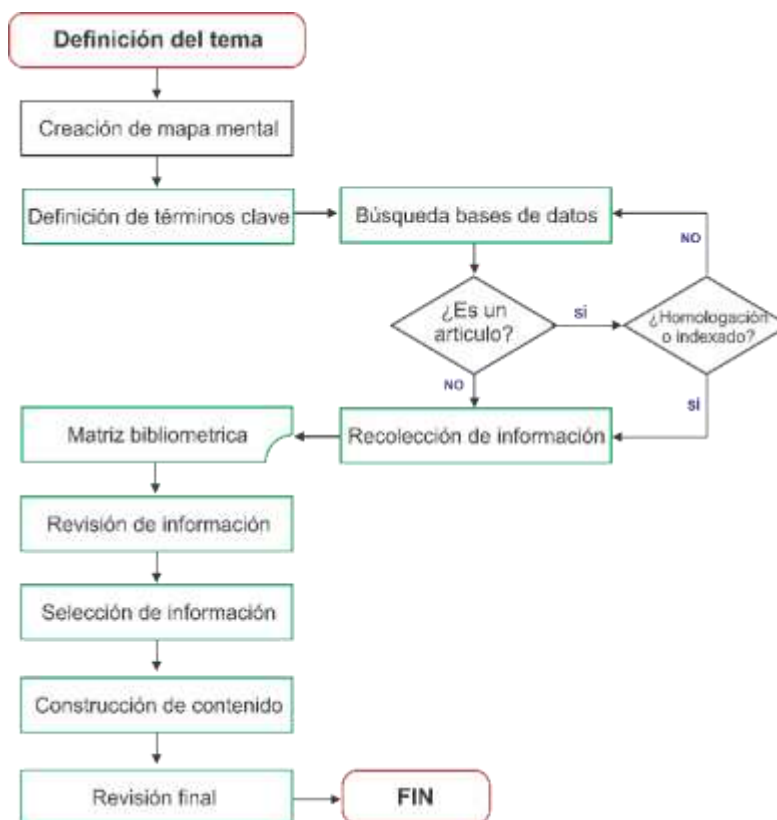
El presente artículo expone una revisión bibliografía acerca del turismo como motor de desarrollo económico, referencia la situación del sector a causa del Covid-19 y así mismo expone las oportunidades que tiene la región de Norte de Santander a través del turismo para potenciar su economía apoyados en la información brindada por los entes gubernamentales encargados de la gestión y promoción de la actividad turística

Metodología

La investigación en el presente artículo está enfocada en una revisión documental y análisis de la literatura del sector turismo; la búsqueda se basó en conceptos, cifras y programas desarrollados a nivel internacional, nacional (Colombia) y regional (Norte de Santander); en este análisis se recopiló, ordenó y conceptualizó la información obtenida. La información está basada en artículos científicos, libros, proyectos y documentos oficiales, los cuales se limitaron a un periodo de 10 años comprendido entre 2010-2021. Las bases de datos consultadas fueron Scielo, Scencedirect, Google académico, Redalyc; en las cuales se definieron palabras claves como Turismo, crecimiento económico, Covid-19, Colombia y Norte de Santander.

Para la búsqueda documental primero se definió un diagrama de flujo (Figura 1) con el objetivo de tener una esquematización del proceso de construcción adecuado del presente documento.

Figura 1. Diagrama de flujo metodológico



Fuente: Elaboración propia

Primeramente, para iniciar la ubicación de documentos se determinaron términos claves que facilitaban la recopilación de investigaciones relacionadas con la temática a abordar estos términos claves fueron: Turismo, crecimiento económico, COVID -19, Colombia, Norte de Santander y a su vez se utilizaron operadores booleanos como “AND” y “OR”, los cuales posibilitaron la integración de términos y que la búsqueda fuera efectiva.

Para la búsqueda documental que alimenta el desarrollo del documento se consultaron diferentes bases de datos de acceso libre que facilitaron la ubicación de información; las bases empleadas fueron Sciendirect que tiene gran importancia investigativa a nivel internacional y aportó el 40% de los documentos utilizados, también se empleó Google académico que brinda la posibilidad de acceder a una gran variedad de literatura académica y donde se extrajo el 33% de la información utilizada, seguido por Redalyc el cual aportó el 17% , por el buscador Dialnet se obtuvo un aporte del 6% y finalmente, Scielo aportó el 4% de los documentos. La relación sobre el uso de las bases de datos y su porcentaje de aporte al desarrollo del presente artículo de revisión se puede ver en la tabla 1.

Tabla 1. Utilización bases de datos

Base de datos	Cantidad	%
Artículos	56	82,4%
Documentos oficiales	7	10,3%
Trabajos de grado	3	4,4%
Libros	2	2,9%
Total	68	100%

Así mismo, se tuvieron en cuenta diferentes tipos de documentos investigativos para poder recopilar información de calidad y oportuna al desarrollo del tema; se utilizaron un 82,4% de artículos investigativos, 10,3% documentos oficiales, un 4,4% de trabajos de grado y, por último, un 2,9% de libros. Las cifras descritas anteriormente, se pueden observar en la tabla 2, que aporta una relación entre la cantidad de cada tipo de documento y porcentaje en la cantidad total de referentes integrados en el desarrollo.

Tabla 2. Relación tipo de documentos

Base de datos	Cantidad	%
Sciendirect	26	38,2%
Scielo	3	4,4%
Google académico	23	33,8%
Dialnet	4	5,9%
Redalyc	12	17,6%
Total	68	100%

Por otra parte, se puede analizar el crecimiento de la investigación y publicación de temas relacionados con el turismo y su importancia económica en un periodo de tiempo comprendido entre los años 2010 a 2021. Este análisis da la oportunidad de examinar que la investigación turística cada vez toma más importancia e incluso en la época actual donde este sector se ha visto ampliamente afectado a raíz de la pandemia COVID -19.

Turismo y economía

Importancia del turismo en la economía de las regiones

El turismo tiene un rol cada vez más relevante en las economías nacionales y globales. El gasto de los turistas en compras, alojamiento en hoteles, servicios de alimentación, transporte, atracciones para los visitantes, entretenimiento, etc. contribuye sustancialmente a las economías en desarrollo y desarrolladas al generar el producto interno bruto (PIB), crear empleo y brindar oportunidades de desarrollo socioeconómico (Wu et al., 2012).

La hipótesis de crecimiento impulsado por el turismo (TLGH) postula que el turismo se considera un factor o sector estratégico potencial para el crecimiento económico (Seetanah, 2011); en términos de turismo internacional, este ofrece fuertes exportaciones de servicios y tiene un potencial increíble para crear puestos de trabajo mientras que el desarrollo del turismo interno

puede estimular significativamente el consumo interno y dirigir la actividad económica hacia un crecimiento que favorezca impactos indirectos en todas las áreas económicas (Jucan & Jucan, 2013).

La industria turística se posiciona como un motor de desarrollo económico a nivel internacional, con mayor fuerza en regiones en vida de desarrollo, siendo estas zonas geográficas con culturas diversas y amplios recursos naturales (Agüera & Moral Cuadra, 2016). Por lo tanto, el turismo se ha convertido en una herramienta que permite a los países desarrollarse económicamente, por lo tanto, es una oportunidad valiosa para mejorar la calidad de vida de sus habitantes (Sánchez-Rivero & Cárdenas-García, 2014).

Cifras sobre la economía en el sector turismo

Cifras a nivel mundial. Para McIntosh en (Lolly et al., 2013) el turismo ha crecido exponencialmente hasta lograr un posicionamiento como actividad económica muy importante a nivel mundial; tanto es así que algunos países este sector es uno de los productos pioneros en sus economías y contribuye significativamente en sus operaciones comerciales convirtiéndose en una fuerza de rápido crecimiento económico. Según datos de la Organización Mundial del Turismo, el turismo internacional participa en un 29% en las exportaciones totales de servicios y un 6 % de bienes a nivel mundial; lo que le permite ocupar el quinto lugar después de industrias tradicionales como combustibles, químicos, alimentos y productos automotrices. La industria turística en algunos países en desarrollo corresponde a la actividad que mayor injerencia tiene sobre las exportaciones, situándose como un factor fundamental en el desarrollo local (Toro et al., 2015).

Según (Ramírez Montañez, 2014) señala que la actividad turística ha venido desarrollándose a lo largo del tiempo como una de las principales fuentes de la economía de las regiones. En los últimos 20 años diversas zonas en países emergentes han apostado a esta actividad como un motor de desarrollo para las regiones la cual contribuye significativamente en la generación de empleo y riqueza.

Cifras a nivel nacional. Según (Vargas Leira, 2017) el concejo mundial de viajes y turismo (WTTC) especifica que para el caso de Colombia según estimaciones la contribución total del turismo al PIB en 2014 fue el 5,9 por ciento con una proyección de crecimiento del 4 por ciento anual promedio en los próximos 10 años; concentro el 6,1 por ciento de los empleos del país con una expectativa de incremento del 2,2% para la década siguiente; tuvo una participación del 8 % del monto total de las exportaciones y se espera que aumente a un 3,1 por ciento; también, se invirtió un 3,7% total de las inversiones en áreas del turismo. Además, cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el periodo del 2011 al 2017, en el país se presentaron notables crecimientos en los principales indicadores turísticos: aumento un 69% la llegada de visitantes internacionales, un 52 por ciento en la generación de divisas, incrementó un 19% con respecto a nuevos empleos y así mismo, en un 74 por ciento en la incursión de emprendimientos en el sector, impulsando una oferta de esta actividad en el alrededor de 281 municipios a nivel nacional (Gutiérrez Quiroga et al., 2021).

En Colombia los destinos turísticos con mayor afluencia de visitantes se ubican en zonas de playa como Cartagena con 26,1 % y santamarta con 25,9 por ciento, esta tendencia va en concordancia por la motivación principal de los viajeros de salir de vacaciones a un lugar de descanso con la familia (Rodríguez & Granados, 2017). Así mismo se puede evidenciar la importancia del turismo en otros sectores a nivel país ya que la evolución de esta actividad en la

participación del comercio, hoteles y restaurantes en el Producto Interno Bruto (PIB) colombiano ha mostrado una inclinación al alza, superando en el 2015 en 1,2% la participación del 2001 (Brida et al., 2017).

Cifras a nivel regional (Norte de Santander). Hernández en (Gabriel Brida et al., 2011) expresa que, a nivel regional, se distingue al turismo como un sector dinamizador en las economías locales. Tomando un nivel alto de importancia para el diseño de los planes de desarrollo regional y nacional, donde aumentan los esfuerzos de las inversiones, promoción, diseño de nuevos productos turísticos, investigación de mercado, los estímulos para los emprendedores turísticos e infraestructura. En el último plan de desarrollo 2020-2023 se evidencia que, a nivel de competitividad turística, según el ICTRC de 2019 Norte de Santander se ubica en la posición número 17 dentro de 31 departamentos, participando del turismo en el PIB del 4,73%, en un 8 por ciento en generación de empleo, con un ingreso de turistas internacionales de 110.606 pero con una informalidad del sector del 83,04% (Gobernación Norte de Santander, 2020).

Según Guerrero y Espinosa el departamento de Norte de Santander ubicado al nororiente de Colombia cuenta con un potencial turístico multisectorial con baja exploración en algunas de sus regiones. La actividad económica del turismo se incluye constantemente en los planes de desarrollo y se formulan proyectos con voluntad política hacia esta actividad considerando la como una de las mejores alternativas para la proyección del departamento en las próximas décadas y con la meta de establecer a Norte de Santander como un destino turístico fuerte para el país, con un mercado potencial de viajeros de Venezuela, Brasil y el caribe (GuerreroVargas & Espinosa, 2017).

Afectaciones económicas del sector turismo a raíz del COVID-19. La industria del turismo se ha visto afectada en gran medida a la pandemia, a finales de diciembre de 2020 se confirmó que arribo de turistas internacionales disminuyó en un 72% en los primeros 10 meses del mismo año según cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT). La industria del turismo ha sido tradicionalmente muy sensible a los riesgos socioeconómicos, políticos y ambientales, pero también es una industria muy resistente (Salinas Fernández et al., 2022). Así mismo en (Gössling et al., 2020) se enuncia que la economía mundial se contrajo en un aproximado del 0,9% en el año 2020 por debajo de la previsión de incremento del 2,5%, según el departamento de asuntos económicos y sociales de la Organización de Naciones Unidas (ONU) y advierten que la probabilidad de que la pandemia debilite los esfuerzos por lograr los objetivos de desarrollo sostenible planteados para el 2030.

En términos de impacto económico según lo manifestado por la OMT en (Wassler & Fan, 2021), la industria del turismo está experimentando una grave crisis económica inducida por el coronavirus, y esto se ha informado en todo el ecosistema turístico. Se estima que las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial podrían disminuir entre un 20% y un 30% en 2020, lo que provocaría una pérdida potencial de entre 30 000 y 50 000 millones de dólares estadounidenses. En muchas de las ciudades del mundo, los viajes planificados se redujeron; esto produjo una fuerte caída del consumo y la alta demanda de cancelaciones incrementando la inestabilidad financiera, poniendo a las empresas en situaciones críticas, con repercusiones en la oferta de empleo del sector y en la salud financiera del propio Estado, especialmente en lugares con mayor dependencia del turismo (Costa & Allis, 2021).

A causa de los riesgos de la pandemia de COVID-19, se ha afectado la valoración de las empresas al cambiar las expectativas y al cambiar la tasa de rendimiento requerida. Debido al impacto de la pandemia en la industria de viajes y turismo, se estima que la reducción de los

esperados flujos de efectivo en estas empresas. Por ejemplo, las restricciones de viaje y los pedidos desde casa reducen el número de pasajeros de las aerolíneas y en última instancia disminuyendo los ingresos. Junto con el aumento del riesgo debido a la incertidumbre sobre la duración de la pandemia, los precios de las acciones de las empresas de viajes y turismo han caído drásticamente (Carter et al., 2021).

En (Rivas Ortega et al., 2021) se sintetizan los principales impactos de la pandemia en la industria turística como se reflejan en la figura 2. Es importante destacar que la pandemia ha asestado un duro golpe a los sectores del turismo y el ocio a nivel mundial, incluido el subsector de la hostelería y toda su cadena de valor (Duro et al., 2021); sin embargo, una vez que se haya resuelto la crisis, el turismo y todos sus subsectores se enfrentarán a oportunidades ilimitadas para marcar el rumbo. Si se aprovechan las oportunidades, se verá una creación de meta-trayectos en todo el sistema de producción turística mundial. El punto clave es asegurarse de que los cambios sean para mejor (Niewiadomski, 2020).

Figura 2. Principales impactos del coronavirus en el sector turismo a nivel mundial



Fuente: Adaptado a partir de (Rivas Ortega et al., 2021)

Sector turismo como oportunidad de crecimiento económico

Stakeholder's dentro del sector turismo

El concepto de Stakeholder's según Freeman en (Todd et al., 2017) hace referencia a "cualquier grupo o individuo que pueda afectar o se vea afectado por el logro de los objetivos de la empresa". Este concepto es aplicable al sector, puesto que la industria del turismo involucra a un gran número de actores diversos que operan tanto individual como colectivamente en pro del éxito de la gestión turística en el destino. Por tanto, en un concepto específico las partes interesadas se refieren a aquellos grupos o individuos que están asociados con iniciativas de desarrollo turístico y pueden verse afectados por las decisiones y actividades relativas a esas iniciativas (Waligo et al., 2013).

En un destino turístico, las partes interesadas pueden incluir: el gobierno (internacional, nacional, regional y local); departamentos gubernamentales vinculados al turismo; organizaciones de turismo internacionales, nacionales, regionales y locales; promotores y empresarios turísticos, operadores de la industria turística; negocio no turístico y la comunidad, incluidos los grupos comunitarios locales, los grupos de pueblos indígenas y los residentes locales (Saito & Ruhanen, 2017). Todos estos y más actores; son responsables de la 'experiencia del cliente' en el turismo, este consiste en un conjunto variado de experiencias, comenzando con el mostrador de inmigración y el despacho de aduanas en el aeropuerto. Incluso el estado de las carreteras y la actitud de la población local deben considerarse influencias, además de la calidad del alojamiento en hoteles y el disfrute derivado de las visitas turísticas. comenzando por el mostrador de inmigración y el despacho de aduanas en el aeropuerto (Gopalan & Narayan, 2010).

Hoy en día se puede identificar una gran cantidad de partes involucradas en el fenómeno del turismo, por tanto, se vuelve aún más difícil encontrar puntos en común entre ellas. Es importante destacar que existen Stakeholder's con un nivel de importancia crítico dado sus recursos financieros y asociados, como lo son hoteles y el gobierno (Bornhorst et al., 2010) pero no hay que dejar a un lado que hay una variedad de partes relevantes en la gestión turística que pueden impactar positiva o negativamente en el éxito del sector. De modo que se necesita una mejor comprensión de esta complejidad y se debe inculcar un sentido de responsabilidad compartida en todas las partes interesadas relevantes (Birendra et al., 2021).

El turismo hace parte de la actividad económica que contribuye a fortalecimiento del desarrollo socioeconómico de un destino determinado. Por lo tanto, es fundamental trabajar con base en el desarrollo sostenible, y tener en cuenta a todos los actores interesados a nivel local y que tienen incidencia en el turismo (Orgaz Agüera et al., 2015). Es por esto por lo que se reconoce que el turismo es una cadena de valor, donde se destaca el apoyo, el compromiso y la cooperación de las partes interesadas del turismo que son fundamentales para impulsar el turismo sostenible (Roxas et al., 2020).

Otras actividades que crecen con el turismo

Los lugares turísticos no muchas veces son visitados por sus atractivos, por ello es importante que influyan otras actividades que complementen el desarrollo turístico como aspectos culturales, naturales, paisajísticos y gastronómicos (Castellón Valdez & Fontecha Fontecha, 2018). La combinación de todas estas actividades permite una dinamización de los turistas que buscan destinos auténticos, donde puedan apreciar, participar y percatarse de la cultura e involucrarse por las experiencias que le proporcione la gastronomía local (Lasten et al., 2014) con la finalidad de crear experiencias únicas en el sector turístico.

Según (M. H. Chen, 2010) el sector hotelero en la expansión del turismo puede tener una fuerte influencia en el desempeño corporativo de las empresas hoteleras. Por un lado, el crecimiento de las actividades turísticas mejora directamente el desarrollo de la industria hotelera al incrementar la tasa de ocupación y, por lo tanto, los ingresos por ventas. Así mismo, el desarrollo del turismo contribuye significativamente al mejoramiento del entorno empresarial, lo que tiene un efecto indirecto sobre el desempeño corporativo de las compañías hoteleras.

Es importante considerar que el sector hotelero está influenciado en gran medida por las características del lugar. De hecho, la literatura previa ha demostrado que las características del destino turístico afectan significativamente la rentabilidad y la supervivencia del hotel (Lado-Sestayo & Fernández-Castro, 2019). Por ende, se puede entender que el turismo tiene una estrecha relación con el sector hotelero, ya que este sector principalmente se desarrolla donde existan actividades turísticas y el crecimiento de esas actividades turísticas contribuye a la dinamización de las economías hoteleras.

Así mismo (Papatheodorou, 2021) expresa que la demanda de transporte aéreo es en gran parte de naturaleza derivada, es decir, muy pocos pasajeros vuelan por volar; la mayoría de la gente vuela para ir algún lugar y hacer algo en específico. En otras palabras, la demanda de transporte aéreo depende en gran medida de actividades especialmente fijas en su mayoría relacionadas con el turismo de ocio, negocios, visitas a amigos y familiares y otros fines.

En (Bieger & Wittmer, 2006) se afirma que la actividad turística aumenta la capacidad de asientos de las aerolíneas programadas para el aeropuerto de una región y a su vez la capacidad de asientos de una aerolínea tiene un impacto estadísticamente significativo en la demanda turística; por ende, se puede interpretar que existe una correlación entre estos dos sectores, es decir, si uno crece el otro se ve positivamente beneficiado y viceversa. Así mismo, en (Alsumairi & Hong Tsui, 2017) se enuncia que más del 50% de los turistas internacionales eligen aerolíneas como medio de transporte para viajar entre destinos, especialmente para distancias de largo recorridos.

Todas estas complejas actividades se combinan para hacer de la economía un motor importante a nivel global, desempeñando un papel en la globalización, a la desterritorialización y la creación de sitios de entretenimiento que puedan generar fondos económicos (Alfredo Argentino, César Dachary ; Stella Maris, 2013).

Los sitios emblemáticos y sus alrededores

Para (Vanhove, 2011) un destino turístico es "un área geográfica específica bajo una o más autoridades gubernamentales que atrae a los visitantes desde una distancia considerable por sus atracciones y ofrece instalaciones de alojamiento de pago". En (C. H. Yang et al., 2010) los autores expresan que, para atraer turistas internacionales, muchos países centran sus esfuerzos en desarrollar sitios de viajes con características distintivas. Aunque la construcción de instalaciones recreativas modernas, como casinos, parques de atracciones, rascacielos complejos, etc., es en realidad una de las estrategias factibles para promover la industria del turismo, la abundancia y diversidad de recursos naturales y culturales son ampliamente reconocidas como esenciales activos turísticos para que un país pueda desarrollar su industria.

Los sitios emblemáticos de un destino turístico no se inventan simplemente en la campaña o la publicidad turística, sino que se basa principalmente en los significados históricos y culturales que se comunican con frecuencia y se incorporan a las conversaciones y actividades cotidianas de la gente, lo que quiere decir es que estos sitios se crean en relación con acontecimientos sociales, culturales, económicos y políticos más allá del turismo (J. Chen & Chen, 2017).

Retos del sector en tiempos del covid-19

Por su parte, (Brouder, 2020) indica que el turismo se enfrenta ahora a un reinicio tal como lo hizo después de los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 y la crisis financiera mundial de 2008. Esta vez, sin embargo, el reinicio tiene el potencial de ser transformador. A medida que el mundo afronta las realidades de la pandemia global, existe la oportunidad de repensar exactamente cómo será el turismo en las próximas décadas.

La crisis de la pandemia ha ocasionado grandes pérdidas para el sector turismo y ha llevado a una reestructuración de este, para adaptarse a la época postcovid y a las futuras situaciones de salud a nivel mundial que se puedan presentar y afectar gravemente en las actividades turísticas. Para (Assaf & Scuderi, 2020) la reducción de la demanda definitivamente encogerá la industria y aumentará los precios. El primer año después de la pandemia será un desafío para el sector y se espera que el turismo nacional se recupere muy rápidamente. El aumento de los costos de saneamiento combinado con las regulaciones para reducir la capacidad (debido al distanciamiento social) puede afectar significativamente la rentabilidad de la industria y aumentar aún más los precios. Los autores creen que a corto plazo, precios, términos y condiciones flexibles pueden reducir los riesgos financieros. Además, las estrategias sin fijación de precios pueden ayudar a cambiar la percepción de los productos por parte de los clientes.

Por otra parte (Benjamin et al., 2020) señala que el destino turístico trabajará duro para resolver el problema de cómo "recuperarse" rápidamente, mientras dedica muchos recursos al desarrollo de una industria turística más resistente, justa y sostenible. Pueden considerar la posibilidad de elaborar planes de marketing para fomentar el turismo "lento" y "local", con especial énfasis en el apoyo a las empresas turísticas de minorías étnicas de propiedad y gestión local, a fin de promover la equidad social y espacial en el desarrollo del turismo. Los formuladores de políticas deben trabajar incansablemente para considerar la mejor manera de proteger los derechos y los medios de vida de los trabajadores del turismo, en lugar de explotarlos en la recuperación financiera posterior a la pandemia de 2020.

(Sharma et al., 2021) plantean un marco basado en la resiliencia del sector turismo, (entendiéndose esta como la capacidad de una economía para responder a peligros y perturbaciones y capacidad de adaptación para resistir cambios en las condiciones económicas y mantener sus niveles); este marco se deriva de los desafíos planteados por le COVID 19 y las medidas impuestas a la industria.

El marco planteado por los autores permite argumentar que, a través del enfoque resiliente, los gobiernos, innovadores tecnológicos y la fuerza laboral; el sector turístico puede evolucionar de una manera más sostenible después de la pandemia y el papel de las comunidades será vital ya que la restauración de los viajes naturales puede durar más. Por ende, se visualizan mayores oportunidades de crecimiento para los lugares turísticos locales.

En (Prideaux et al., 2020) los autores resaltan que las transformaciones necesarias para reiniciar los flujos turísticos mundiales posteriores al COVID-19 serán solo la primera de una larga serie de transformaciones económicas y políticas superpuestas a las que la industria del turismo mundial deberá responder en las próximas décadas. Finalmente, como lo expresa (Nepal, 2020), la pandemia del coronavirus le ha dado a la industria global del turismo la oportunidad de reiniciarse.

Desarrollo turístico en las regiones nortesantandereanas

Principales sitios emblemáticos del departamento

Los principales entes gubernamentales de gestión turística para el departamento MinCIT, FONTUR Y la Corporación Mixta de Promoción de Norte de Santander exponen que el departamento gracias a su ubicación geográfica posee bondades culturales y naturales que lo constituyen como un gran destino turístico de la región norte del país. El departamento cuenta con diversos atributos turísticos, ofreciendo las mejores condiciones para la satisfacción de diversos gustos y preferencias de los turistas (López Bandera, 2014).

MinCIT a través de la guía turística de Norte de Santander expone los principales municipios turísticos y sus sitios emblemáticos (MinCIT, n.d.), a partir de esta información se enuncian dichos sitios:

San José de Cúcuta: Es la ciudad capital del departamento de Norte de Santander con una amplia variedad de sitios emblemáticos entre ellos: La Torre del Reloj, Catedral de San José, Monumento a la Batalla de Cúcuta, Parque Santander, Monumento a Cristo Rey, Palacio de Gobierno departamental, Monumento a la Locomotora del Catatumbo, el malecón, puente de Guada y el puente internacional Francisco de Paula Santander que Conecta a Colombia con el Vecino de País. Esta amplia oferta de lugares emblemáticos y al ser la capital hacen de Cúcuta un lugar para visitar.

Pamplona: Es el municipio más antiguo del departamento, apreciado por sus sitios coloniales, religiosos y culturales. Con los siguientes sitios emblemáticos conocidos: Catedral de Santa Clara, Ermita del Señor del Humilladero, Museo Arquidiocesano de Arte Religioso, Casa de las Cajas Reales, Calle Real y Museo Casa Colonial; así mismo, es reconocido por sus festividades religiosas en semana santa.

Ocaña: Es el segundo municipio con mayor importancia turística en la región, otorga a los visitantes una oferta variada de restaurantes, hoteles y agencias. Entre sus sitios emblemáticos más distintivos se encuentran: Templo y claustro de San Francisco, y Plazuela de la Convención, Catedral de Santa Ana, monumento a Cristo Rey, Santuario del Agua de la Virgen, entre otros. Atrae turistas gracias a sus carnavales.

Chinácota: Es un destino ampliamente visitado por su clima templado, atractivos naturales y edificaciones con toques coloniales. Cuenta con gran variedad de entornos emblemáticos como: Templo parroquial San Juan Bautista, Pueblito de Santa María, vereda Iscalá, Mirador de la virgen y se destaca por la feria de San Nicolás.

La Playa de Belén: Este municipio está declarado como patrimonio nacional por su aspecto colonial siendo este su principal sitio emblemático y también cuenta área natural única Los Estoraques de gran influencia turística.

Salazar de las palmas: Conocida como la cuna del café en Colombia y cuenta con sitios emblemáticos como el parque Parque principal Cacique Cínera y Sendero de los siete chorros.

El Zulia: Es un municipio con un clima fresco, riqueza natural y paisajística que atrae a los turistas a sus sitios emblemáticos como los balnearios sobre el río Zulia y Peralonso.

Bochalema: Este municipio cuenta con una oferta entorno al ecoturismo con sitios como termales El Raizón, Balneario la Chinácota, Cordillera country Club y cascada el Edén.

Abrego: Un municipio con paisajes exuberantes y diferentes tipos de relieves que ofrece sitios emblemáticos entorno a lo natural como el paraje Piedras negras, la represa de Oroque y la granja San José.

Villa del Rosario: Municipio histórico del departamento y portón fronterizo con Venezuela. Sus principales sitios turísticos son el complejo histórico de Villa del Rosario y el puente internacional Simón Bolívar.

Santiago: Región nortesantandereana que atrae a visitantes turísticos gracias a las aguas cristalinas del río Peralonso que bañan este municipio. Entre sus sitios emblemáticos se encuentra la Rivera del río Peralonso y el puente las Lajas.

Arboledas: El mucepo goza de sitios con atractivos naturales como Cascadas Chicagúa, el complejo lagunar de Santurbán y el río arboledas y entorno al aspecto religioso el Santuario de la Virgen de la Tablita.

Los Patios: Municipio vecino de la ciudad capital; entre sus sitios más representativos se encuentra el corregimiento la Garita, el pasaje ecoturístico Corozal y el parque Iwoka.

Cácota: Es un municipio que vive de la agricultura y cuenta con bellos paisajes que atraen a turistas como las lagunas Encantada y El Cornal y el templo parroquial Nuestra Señora de los Dolores.

Programas turísticos en la región

El turismo es un sector dependiente de los gobiernos, los cuales permiten la gestión y creación de proyectos con aras al mejoramiento; es por esto que el departamento de Norte de Santander (NdS) formula herramientas para el desarrollo turístico a través de la gobernación y plantea una postura entre todos los estamentos del territorio departamental para diseñar planes de desarrollo que favorezcan las acciones que se ejecutan simultáneamente con el objetivo de tener un impacto positivo en el territorio y la población Nortesantandereana en diferentes temas de interés para la región entre ellos el sector turismo (Gobernacion Norte de Santander, 2015). En los últimos 3 periodos se ha planteado para NdS planes y programas en torno a la estimulación del sector como motor de desarrollo económico para el territorio regional, es por eso, que en la figura 3 se muestra una estructura de dichos programas identificados al igual que se identifican la cantidad de subprogramas que se derivan de los macroproyectos y que aportan al desarrollo turístico.

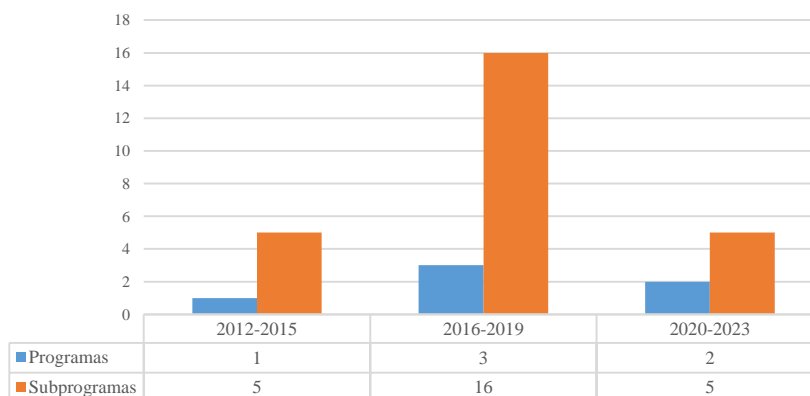
Figura 3. Programas turísticos en Norte de Santander



Fuente: Elaboración propia

A partir de la información de los programas recopilada se elabora un análisis comparativo (Figura 4) que permite visualizar el compromiso de los actores gubernamentales los cuales han prestado la importancia al sector turístico, en busca del fortalecimiento para impulsar cada enclave del territorio nortesantandereano como una oportunidad para conocer hermosos paisajes, una cultura de tierra pujante y trabajadora con espacios para disfrutar de los diferentes climas que ofrece el territorio, además de permitir a sus habitantes el desarrollo económico a partir de las actividades que pueden ofertar promoviendo el turismo en la región.

Figura 4. Análisis comparativo programas turísticos planes de desarrollo



En los dos últimos periodos se nota el aumento por el interés de los entes gubernamentales por promover el enfoque turístico en la región, sin embargo, en el periodo actual se observa una disminución en un 69% de número de subprogramas, lo que genera preocupación, ya que en la actualidad como se ha expresado anteriormente el turismo ha experimentado un duro golpe a causa de la pandemia y por ende, se espera que los gobiernos promuevan proyectos que impulsen y contribuyan a su reactivación, brindando el interés necesario en el departamento a través de los entes públicos encargados.

Dificultades para la implementación de programas turísticos en Norte de Santander

Ortiz, Cancino & Cancino en (Ortiz Florez et al., 2020) mencionan que el desarrollo del turismo en Norte de Santander tiene varias debilidades tales como la percepción de los empresarios con respecto a la baja inversión del sector, poco apoyo y diseño de programas encaminados a su fortalecimiento, reducidas operación entre los Stakeholders en la región y bajos niveles de mano de obra calificada.

Entre las mayores problemáticas en las regiones para la implementación de programas se puede destacar la baja voluntad de los actores políticos por priorizar la actividad turística como una estrategia de desarrollo económico, así mismo existe una baja articulación entre actores públicos y privados, falta de infraestructura base y especializada del turismo en la región entre otros (Garavito et al., 2019). Por ende, de no sumarse esfuerzos y apoyo tanto público como privado, la región seguirá dentro de una economía local incipiente y dependiente de otras economías volátiles; por lo que se debe exigir el máximo cumplimiento de los programas propuestos en los planes de desarrollo, con la obtención de un rubro financiero que permita que

estos se hagan realidad e impacten positivamente el sector (Cuellar Valero, M. A. Pallares Jácome, 2019).

Datos estadísticos del Turismo en la región

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) a través del CITUR (Centro de información Turística) presenta estadísticas actualizadas de la actividad turística de los departamentos; en las que se pueden encontrar importantes datos del flujo turístico en Norte de Santander, esta información se expone en la tabla 3, para los últimos 3 años, periodo comprendido entre 2018 y 2020.

Tabla 3. Datos estadísticos del turismo en Norte de Santander

INDICADOR	Llegada de pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares	Llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	Visitantes extranjeros no residentes	Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	Establecimientos alojamiento y hospedaje
2018	24,711	408,426	14,035	657	385
2019	37,06	476,055	17,994	827	495
2020	12,932	178,034	7,357	716	466
Crec% 19/18	50%	17%	28%	26%	29%
Crec% 20/19	-65%	-63%	-59%	-13%	-6%
2020	9,201	110,428	5362	660	424
2021	8,966	214,356	5,152	814	533
Crec% 21/20	-3%	94%	-4%	23%	26%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CITUR.

La tabla de datos estadísticos muestra que la llegada de pasajeros aéreos al departamento tanto internacional como nacional estaba en aumento sin embargo, se evidencia que en 2020 estos flujos cayeron enormemente debido las restricciones por pandemia, al igual que los índices de crecimiento de agentes como prestadores de servicios y hoteles; Lo que ratifica aún más que la coyuntura de COVID -19 afecto gravemente las actividades turísticas generando grandes pérdidas económicas para las regiones. Sin embargo, se puede evidenciar que en lo que va del 2021 según los datos proporcionados por MinCIT, en la región la actividad turística se está reactivando notoriamente y se observa un crecimiento de las variables expuestas, sin embargo ,con lo referente al flujo de turistas extranjeros aún se evidencia disminución, esto dado a como se ha mencionado anteriormente a las restricciones de viajes impuestas por diferentes naciones a nivel mundial y el sentimiento de desconfianza aun existente en los turistas

Para el departamento, el fortalecimiento del turismo representa un incentivo para las regiones que lo desarrollan por su impacto directo a la economía y por sus efectos positivos e indirectos que se dan en la creación de empleos y riquezas para otros sectores (Gobernación de Norte de Santander, 2016); Por eso, en (COTELCO. Asociación Hotelera y Turística de Colombia, 2021) se expone que la crisis económica y social actual en el sector ha afectado la calidad de vida de muchas personas alrededor del mundo y Norte de Santander no es la excepción. Por ello, a través de la cámara de comercio de Cúcuta se busca el diseño de nuevas e innovadoras estrategias que permitan la construcción de un turismo más resistente y sostenible en el departamento para afrontar

la nueva realidad. Lo anterior, permite inferir que para seguir reactivando este sector y posicionarlo como una de las actividades económicas más influyentes en Norte de Santander se deben fortalecer las entidades, programas, gestores e inversión con el objetivo de consolidar un sector estable y con importancia económica y social para el territorio.

Conclusiones

La investigación bibliométrica realizada reforzó el planteamiento sobre el turismo como uno de los motores económicos más importantes y con mayor crecimiento en el mundo, ya que se evidenció su gran aportación a la generación de divisas, a la activación de otros sectores como el hotelaría, transportes, restaurantes, entre otros y a la creación de empleos directos e indirectos.

Así mismo, se observó que efectivamente la crisis mundial ocasionada por el virus Covid-19 repercutió gravemente en la actividad turística ocasionando graves pérdidas para este sector, el cual deberá enfrentarse a grandes desafíos para poder recuperarse a través de estrategias que integren a todos los Stakeholder's involucrados en la gestión turísticas de las regiones.

En lo que se refiere al turismo como motor de desarrollo económico en el departamento de Norte de Santander es importante resaltar que la región cuenta sitios emblemáticos engalanados de historia, cultura, arte y naturaleza que los convierten en fuertes atractivos turísticos para visitantes locales y extranjeros y proporcionan oportunidades de impulsar al sector como uno de los principales motores de desarrollo económico de la región. Pero para ello, los entes gubernamentales y entidades promotoras del turismo en las regiones nortesantandereanas deberán prestar más atención a este sector, impulsar el diseño y ejecución de programas turísticos como oportunidades para su desarrollo y fortalecimiento y trabajar en la integración de todas las partes de interés en la región para obtener un compromiso consiente en la gestión e inversión turística del departamento.

Referencias Bibliográficas

- Agüera, F. O., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i31.2477>
- Agredo Satizábal, F. (2019). Impacto de las TIC en la competitividad empresarial soportada por un modelo de educación digital. *Enfoque Disciplinario*, 4(1), 37-50. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/20>
- Alfredo Argentino, César Dachary; Stella Maris, A. B. (2013). *El turismo y la sociedad de consumo*. xiv, 65–82.
- Alsumairi, M., & Hong Tsui, K. W. (2017). A case study: The impact of low-cost carriers on inbound tourism of Saudi Arabia. *Journal of Air Transport Management*, 62, 129–145. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.04.001>
- Arrieta Rodríguez, D. A., Lora Guzmán, H., & Sánchez González, J. (2018). Análisis de las empresas de Cartagena del sector logístico portuario basado en el modelo de configuración estratégica de Danny Miller. *Aglala*, 9(1), 62-90. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/1182>
- Ardila, A. (2015). Turismo, los orígenes y significados. *Anuario Turismo y Sociedad*, 3, 251–264.
- Assaf, A., & Scuderi, R. (2020). COVID-19 and the recovery of the tourism industry. *Tourism Economics*, 26(5), 731–733. <https://doi.org/10.1177/1354816620933712>
- Benjamin, S., Dillite, A., & Alderman, D. H. (2020). “We can’t return to normal”: committing to

tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, 22(3), 476–483. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>

- Bernal Conde, H., Rodríguez Soto, J. R., & Ortegón Guzmán, I. C. . (2020). La composición empresarial y la incidencia en el fortalecimiento misional en las Unidades de Salud de Ibagué USI. *Aglala*, 11(2), 167–176. Recuperado a partir de <https://revistas.curn.edu.co/index.php/aglala/article/view/1707>
- Bieger, T., & Wittmer, A. (2006). Air transport and tourism - Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments. *Journal of Air Transport Management*, 12(1), 40–46. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2005.09.007>
- Birendra, K. C., Dhungana, A., & Dangi, T. B. (2021). Tourism and the sustainable development goals: Stakeholders' perspectives from Nepal. *Tourism Management Perspectives*, 38(August 2020), 100822. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100822>
- Bornhorst, T., Brent Ritchie, J. R., & Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572–589. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Brida, J., Rodríguez, M., Mejía, M., & Zapata, S. (2017). La contribución directa del turismo al crecimiento económico de Colombia : Análisis por ramas características del sector utilizando la Cuenta Satélite de Turismo - CST The direct contribution of tourism on economic growth of Colombia : Characteristical. *Revista de Estudios Regionales*, 109, 121–138.
- Brouder, P. (2020). Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), 484–490. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>
- Capdevilla, D. A. G., Guzmán, J. A. P., & Reyes, C. Y. (2021). Estrategias ambientales y de ecomarketing para promocionar el agroturismo comunitario en el posacuerdo, Florencia Caquetá (Colombia). *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 21(3), 150-166. Recuperado a partir de <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/1143/1218>
- Carter, D., Mazumder, S., Simkins, B., & Sisneros, E. (2021). The stock price reaction of the COVID-19 pandemic on the airline, hotel, and tourism industries. *Finance Research Letters*, April, 102047. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102047>
- Castellón Valdez, L. M., & Fontecha Fontecha, J. (2018). La Gastronomía: Una Fuente para el Desarrollo del Turismo y el Fortalecimiento de la Identidad Cultural en Santander. *Turismo y Sociedad*, 22, 167–193. <https://ssrn.com/abstract=3179544>
- Chen, J., & Chen, N. (2017). Beyond the everyday? Rethinking place meanings in tourism. *Tourism Geographies*, 19(1), 9–26. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1208677>
- Chen, M. H. (2010). The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry. *Tourism Management*, 31(5), 665–675. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.011>
- Costa, J. C. da, & Allis, T. (2021). Como se move o turismo durante a pandemia da COVID-19? *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 15(1), 2212. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2212>
- COTELCO. Asociación Hotelera y Turística de Colombia. (2021). *Norte de Santander. Un destino por descubrir*.
- Cuellar Valero, M. A. Pallares Jácome, D. P. (2019). *Estrategias para la Competitividad del Sector Turismo en el Municipio de San José de Cúcuta* [Universidad Libre Seccional Cúcuta].

- <https://hdl.handle.net/10901/15526>
- Díaz Olariaga, O. (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 106–121. <https://doi.org/10.24965/gapp.v0i14.10292>
- Dredge, D. (2010). Place change and tourism development conflict: Evaluating public interest. *Tourism Management*, 31(1), 104–112. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.004>
- Duro, J. A., Perez-Laborda, A., Turrion-Prats, J., & Fernández-Fernández, M. (2021). Covid-19 and tourism vulnerability. *Tourism Management Perspectives*, 38(August 2020). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100819>
- Duarte Rey, D. M., Barrientos Rosales, M. de los Ángeles, & Castro Alfaro, D. (2019). La subutilización del neuromarketing en Colombia como herramienta de posicionamiento de marca. *Enfoque Disciplinario*, 4(1), 28-36. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/17>
- Gabriel Brida, J., I Monterubbianesi, P. D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291–303. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.026>
- Garavito, L., Rozo, E., & Mojica, F. (2019). ¿Puede el turismo liderar el desarrollo competitivo y sostenible en el presente y el futuro próximo en Colombia? *Via Tourism Review*, 15, 1–16. <https://doi.org/10.4000/viatourism.3522>
- Gobernación de Norte de Santander. (2016). Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2016-2019. In *Abril*.
- Gobernacion Norte de Santander. (2015). *Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2012-2015*.
- Gobernacion Norte de Santander. (2020). *Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2020-2023* (Vol. 1). https://asambleanortedesantander.micolombiadigital.gov.co/sites/asambleanortedesantander/content/files/000171/8510_pdd-20202023-plan-indicativo.pdf
- Gopalan, R., & Narayan, B. (2010). Improving customer experience in tourism: A framework for stakeholder collaboration. *Socio-Economic Planning Sciences*, 44(2), 100–112. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2009.11.001>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- GuerreroVargas, J., & Espinosa, J. (2017). Norte de Santander, Colombia. Turismo histórico-cultural, naturaleza y aventura: apuesta estratégica para la proyección departamental en el posconflicto. *North of Santander, Colombia. Historical-Cultural Tourism, Nature and Adventure: Strategic Bet for Departmental Projection in Post-Conflict*, 3(1), 145–175.
- Gutiérrez Quiroga, L. G., Castro Casallas, E. L., & Largacha-Martínez, C. (2021). Ecoturismo sostenible: benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 29, 239–262. <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.11>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Jucan, C. N., & Jucan, M. S. (2013). Travel and Tourism as a Driver of Economic Recovery. *Procedia Economics and Finance*, 6(13), 81–88. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00117-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00117-2)

- Lado-Sestayo, R., & Fernández-Castro, Á. S. (2019). The impact of tourist destination on hotel efficiency: A data envelopment analysis approach. *European Journal of Operational Research*, 272(2), 674–686. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2018.06.043>
- Lasten, E., Rivera, A., & Salamanca, C. (2014). Experiencias Auténticas: caso atracciones culturales en Bogotá. *Turismo y Sociedad*, 15, 137. <https://doi.org/10.18601/01207555.n15.08>
- Lolly, M., Castro, N., Hurtado, G. F. D. E., Teresa, A., & Barráez, H. (2013). Competitividad De Empresas Turísticas : Competitiveness of Tourist Companies : an Analysis From the Systemic Approach Competitividad De Empresas Turísticas : *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXI(1), 243–260.
- López Bandera, H. (2014). *Diseño del Producto Turístico de Norte de Santander* (Issue 056). https://fontur.co/aym_document/aym_estudios_fontur/DISENO_DE_PRODUCTO_TURISTICO_NORTE_DE_SANTANDER_TOMO_I.PDF
- Mercado León, L. (2018). Impacto de la revaluación del peso frente al dólar en las exportaciones de atún por el puerto de Cartagena de Indias en el periodo 2008-2012. *Conocimiento Global*, 3(1), 30-49. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/6>
- Martínez Amado, W. E., Barbosa Guerrero, L. M., Amaya Cocunubo, I. F., & Guzmán Ramos, H. F. (2020). ¿Son los momentos de crisis, una oportunidad para las marcas?. *Enfoque Disciplinario*, 5(2), 19-23. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/22>
- MinCIT. (n.d.). *Guia Turistica: Norte de Santander, Colombia*. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/promocion-turistica/guias-turisticas-por-departamentos/descargar-en-pdf-norte-de-santander/descargar-en-pdf-norte-de-santander.pdf.aspx>
- Nepal, S. K. (2020). Adventure travel and tourism after COVID-19—business as usual or opportunity to reset? *Tourism Geographies*, 22(3), 646–650. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760926>
- Niewiadomski, P. (2020). COVID-19: from temporary de-globalisation to a re-discovery of tourism? *Tourism Geographies*, 22(3), 651–656. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757749>
- Orgaz Agüera, F., Acosta Guzmán, J., & Castellanos Verdugo, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de Economía Del Caribe*, 2106(15), 153–182. <https://doi.org/10.14482/rec.v0i15.6464>
- Ortiz Florez, J. S., Cancino, S. E., & Cancino Escalante, G. O. (2020). Potencialidad del clúster turístico en el municipio de Pamplona, región nororiental de Colombia. *Anuario Turismo y Sociedad*, 26, 111–125. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7530313>
- Ortega Neri, H., Pérez Márquez, E., & Acosta De Lira, J. (2020). Competencias del docente, un estudio en la Universidad Autónoma de Zacatecas, México. *Conocimiento Global*, 5(2), 1-15. Recuperado a partir de <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/96>
- Papatheodorou, A. (2021). A review of research into air transport and tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Air Transport and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 87, 103151. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103151>
- Pinzón, L. R. P. (2015). *Caracterización de las fuentes de financiación para el sector turismo en*

- Santander (Colombia)*. xvii, 103–126.
- Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change. *Tourism Geographies*, 22(3), 667–678. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762117>
- Ramírez Montañez, J. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dos departamentos colombianos. *Revista Le Bret*, 0(6), 259. <https://doi.org/10.15332/rl.v0i6.1457>
- Ramirezparis-Colmenares, X., & Sepulveda-Yañez, Á. J. (2013). El turismo de naturaleza: opción para el desarrollo socioeconómico y cultural del circuito Cúcuta, Chinácota, Bochalema y Durania en el departamento Norte de Santander, Colombia. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 1, 9–23. <https://doi.org/10.15649/2346030x.537>
- Restrepo Sierra, L. (2019). Potencialidades de la comercialización de flores exóticas tropicales en el municipio de Aguachica-Cesar. *Conocimiento Global*, 4(1), 1-11. Recuperado a partir de <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cgglobal/article/view/30>
- Riaño, Y. R. V. (2021). *Actividad Turística del Norte de Santander 2019 con Miras a una Transición Ecoturística en Áreas y Parques Naturales*.
- Rivas Ortega, H., Grande Villa, F., Cooper Carrasco, C., Hidalgo del Canto, M. A., Astudillo Riveros, B. I., & Cervantes Ponce, D. (2021). Efectos del coronavirus en el sector turismo en Chile. *Turismo y Sociedad*, 29, 157–181. <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.07>
- Rodríguez, D., & Granados, P. N. (2017). Diagnosis of competitiveness of tourism in Boyacá (Colombia). *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXV(2), 193–205.
- Roxas, F. M. Y., Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2020). Mapping stakeholders' roles in governing sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(September), 387–398. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.09.005>
- Saito, H., & Ruhanen, L. (2017). Power in tourism stakeholder collaborations: Power types and power holders. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 189–196. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.01.001>
- Sala, A. M. M., Báez, A. B., & Domínguez, D. C. (2021). Educomunicación 2.0: una herramienta clave en las estrategias de marketing sostenible en el sector turístico. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 21(2), 99-108. Recuperado a partir de <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/1107/1181>
- Salinas Fernández, J. A., Guaita Martínez, J. M., & Martín Martín, J. M. (2022). An analysis of the competitiveness of the tourism industry in a context of economic recovery following the COVID19 pandemic. *Technological Forecasting and Social Change*, 174(May 2021), 121301. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121301>
- Sánchez-Rivero, M., & Cárdenas-García, P. J. (2014). Population characteristics and the impact of tourism on economic development. *Tourism Geographies*, 16(4), 615–635. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.889207>
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., Ramos, S., & Ruiz, P. (2019). *Introducción al Turismo* (OMT Organización Mundial del Turismo (ed.)). https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=introducción+al+turismo+a+mparo+sancho&btnG=
- Schubert, S. F., Brida, J. G., & Risso, W. A. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management*, 32(2), 377–385. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.007>
- Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies.

- Annals of Tourism Research*, 38(1), 291–308. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.08.009>
- Sharma, G. D., Thomas, A., & Paul, J. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37(October 2020), 100786. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100786>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Todd, L., Leask, A., & Ensor, J. (2017). Understanding primary stakeholders' multiple roles in hallmark event tourism management. *Tourism Management*, 59, 494–509. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.010>
- Toro, G., Galán, M. L., Pico, L. A., Rozo, E., & Suescún, H. (2015). La planificación turística desde el enfoque de la competitividad: caso Colombia. *Turismo y Sociedad*, 16, 131. <https://doi.org/10.18601/01207555.n16.09>
- Vanhove, N. (2011). Economic Characteristics of the Tourism Sector. *The Economics of Tourism Destinations*, 1–22. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-096996-1.00001-7>
- Vargas Leira, F. de J. (2017). Diagnóstico del sistema de estadísticas de turismo en el departamento del Magdalena (Colombia). *Turismo y Sociedad*, 21, 231–252. <https://doi.org/10.18601/01207555.n21.11>
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342–353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Wassler, P., & Fan, D. X. F. (2021). A tale of four futures: Tourism academia and COVID-19. *Tourism Management Perspectives*, 38(October 2020), 100818. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100818>
- Wu, D. C., Li, G., & Song, H. (2012). Economic analysis of tourism consumption dynamics. A Time-varying Parameter Demand System Approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 667–685. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.003>
- Yang, C. H., Lin, H. L., & Han, C. C. (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites. *Tourism Management*, 31(6), 827–837. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.008>
- Yang, Y., Altschuler, B., Liang, Z., & Li, X. (Robert). (2021). Monitoring the global COVID-19 impact on tourism: The COVID19tourism index. *Annals of Tourism Research*, 90, 103120. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103120>
- Zadeh Bazargani, R. H., & Kiliç, H. (2021). Tourism competitiveness and tourism sector performance: Empirical insights from new data. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46(October 2020), 73–82. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.011>