

# 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.

Xiomara Ramírez París C  
Álvaro Jesús Sepúlveda Y  
Grupo de Investigación Ciempiés, UDES-Cúcuta  
xioraco@gmail.com  
aljeseya@gmail.com

**Resumen-** El objetivo de la investigación fue promover el turismo de naturaleza como una alternativa para el desarrollo socioeconómico y cultural, bajo una perspectiva sustentable, en la zona comprendida entre los municipios de Durania, Bochalema y Chinácota, Departamento Norte de Santander, República de Colombia. La investigación fue cualitativa y empleó el método etnográfico en las intervenciones realizadas en las comunidades con potencial turístico de la entidad. Se observaron las costumbres de los habitantes, la gastronomía local, los sitios históricos, áreas recreacionales, artesanías y zonas de interés turístico en general. También se realizaron entrevistas a informantes claves seleccionados intencionalmente. Los resultados de la investigación evidencian que los tres municipios estudiados poseen altas potencialidades para desarrollar el turismo de naturaleza y su auge impactará positivamente en la mejora de las condiciones socioeconómicas y de preservación cultural de las comunidades. Estos hallazgos, y su posterior socialización en los entes públicos del Departamento, posibilitaron la vinculación del Grupo de Investigación CIEMPIÉS de la UDES, sede Cúcuta, a la Mesa de Ecoturismo del Norte de Santander y su participación en la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Departamento, en el cual fue incluido el circuito turístico propuesto en este estudio. Asimismo, en el orden académico, se ha iniciado la formación de una cultura del turismo regional entre los miembros de la comunidad educativa de la UDES lo que ha permitido organizar ferias, congresos y excursiones como una manera de integrar la academia al desarrollo de los municipios.

**Palabras claves:** Turismo de naturaleza, desarrollo socioeconómico, preservación cultural, circuito turístico, campaña publicitaria

**Abstract-** The objective of the research was to promote nature tourism as an alternative to the socioeconomic and cultural development under a sustainable perspective, in the area between the towns of Durania, Bochalema and Chinácota, Norte de Santander Department, Republic of Colombia. The research was qualitative and ethnographic method used in interventions in communities with tourism potential of the state. Customs of the inhabitants, the local cuisine, historic sites, recreational areas, crafts and tourist areas in general were observed. Key informant interviews were also intentionally selected. The research results show that the three municipalities studied have high potential to develop nature tourism boom and its positive impact on improving socioeconomic conditions and cultural preservation of communities. These findings and subsequent socialization in public bodies Department, made the linkage of the Research Group of UDES CIEMPIÉS, home Cúcuta, the Bureau of Ecotourism Norte de Santander and participation in the preparation of the Tourism Development Plan Department, which was included in this study the proposed tourist circuit. Also in the academic, has initiated the formation of a culture of regional tourism among members of the educational community UDES allowing organize fairs, conferences and tours as a way to integrate the academy to the development of the municipalities.

**Keywords:** Nature tourism, economic development, cultural preservation, beaten track, advertising campaign

## I. INTRODUCCIÓN

El turismo desempeña un rol decisivo en la economía de una región; su elemento fundamental es poner en contacto al individuo con su medio natural y esto permite, además de mejorar la calidad de vida, crear una estructura socioeconómica sólida y contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos. A nivel mundial, en el desarrollo del país y de la región se tiene en cuenta el siguiente contexto teórico global que evidencia la pertinencia del desarrollo turístico de los pueblos: 1) **Objetivos del milenio** (2000), en especial el objetivo 7 del milenio tiene que ver con la sostenibilidad del medio ambiente y pretende incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente; 2) **El Informe sobre Desarrollo Humano** (2011), del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), es un aporte importante y a la vez novedoso al diálogo mundial en torno a este desafío, y demuestra que la sostenibilidad está íntimamente ligada al problema básico de la equidad, entendida como justicia social y mayor acceso a mejor calidad de vida y; 3) **El Panorama Social en América Latina** (2011), elaborado por la CEPAL, muestra como la divergencia productiva impone una segmentación de los mercados laborales que establece una división entre empleo formal e informal. Este último caracterizado por tener menos ingresos, menor nivel educativo, inestabilidad, cobertura de seguridad social y ausencia de contratos de trabajo. El desempleo se concentra principalmente en las mujeres de menores ingresos y en los jóvenes provenientes de hogares con menos ingresos.

La oferta turística de atractivos y servicios existentes en un destino determinado permite el desarrollo de los sectores económicos presentes en la zona y el mejoramiento en la calidad de vida de la comunidad receptora. La cercanía entre los municipios de Durania, Bochalema y Chinácota, así como los atractivos naturales presentes en ellos, propician la implementación de una cultura de asociación con el fin de conformar un circuito que les permita diversificar la oferta y fortalecer la imagen que cada uno ha ido consolidando en los últimos años.

## II. EL PROBLEMA

La gran diversidad de paisajes, climas y culturas de las zonas de montaña del Departamento Norte de Santander no se aprovechan integralmente para desarrollar una cultura turística dentro de la región, a nivel nacional y en la atracción de visitantes extranjeros, debido a un sinnúmero de factores intrínsecos y externos, entre los cuales es importante reseñar: Falta de promoción de los destinos turísticos; Escaso apoyo en los diferentes niveles de gobierno; Baja inversión y gestión pública y privada en el sector; Déficit en la calidad de servicio al cliente; Necesidad de adaptación a las nuevas tecnologías de Información y Comunicación; Escasa penetración en los canales de comercialización turística; Ofertas turísticas poco desarrolladas; Falta de cultura turística por parte de los agentes gastronómicos; Carencias formativas en los recursos humanos; Inestabilidad política y económica del país; Falta de cuidado con el entorno e; Inseguridad en la trayectoria.

## III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### A. Objetivo General:

Promover el turismo de naturaleza como una alternativa para el desarrollo socioeconómico y cultural, bajo una perspectiva sustent-

able, en la zona comprendida entre los municipios de Durania, Bochalema y Chinácota, Departamento Norte de Santander, República de Colombia

### B. Objetivos Específicos:

- Caracterizar las potencialidades que reúnen los municipios de Durania, Bochalema y Chinácota del Departamento Norte de Santander para desarrollar el turismo de naturaleza
- Determinar los principales atractivos turísticos existentes en los municipios seleccionados
- Proponer la conformación de un circuito turístico en el eje Cúcuta-Chinácota-Durania-Bochalema
- Establecer una campaña publicitaria para la promoción del turismo de naturaleza de la zona objeto de estudio

## IV. EL CONTEXTO EN ESTUDIO

### A. El Circuito Turístico

De acuerdo con la clasificación que establece la Unión Temporal de Turismo Bolinorsagua, en el Plan de Desarrollo Turístico de Norte de Santander “el circuito como su nombre lo indica, es un trayecto que incorpora varios sitios de interés turístico, partiendo y regresando al mismo lugar de origen del recorrido” [1]. En este caso dicho punto es la ciudad de Cúcuta.

### A.1. Área de Estudio

El Norte de Santander es uno de los 32 departamentos de Colombia. Está ubicado en la zona nororiental del país, sobre la frontera con Venezuela. La mayor parte del Departamento ha permanecido aislado del resto de Colombia debido a su geografía abrupta. Por su situación geográfica hace parte de la Región Andina y pertenece a la cuenca del lago de Maracaibo, mientras que a nivel político está vinculado al gran Santander. Está compuesto por 40 municipios agrupados en 6 subregiones y su capital es la ciudad de Cúcuta. Tiene una superficie de 21.648 km<sup>2</sup> (que en términos de extensión es similar a la de El Salvador o Eslovenia) y una densidad de 66.8 hab./km. Limita al Norte y al Este con Venezuela, al Sur con los Departamentos de Boyacá y Santander, y al Oeste con Santander y Cesar [2] (Ver figura 1)

Debido a sus recursos naturales, su ubicación geográfica e historia, así como la pujanza y talento de su gente, Norte de Santander se viene proyectando como un Departamento con un gran potencial económico y comercial para el país. La economía se soporta en el sector de los servicios comerciales, bancarios y de transportes que dependen de la actividad fronteriza; la agricultura es la segunda fuente de ingresos, los cultivos más representativos son café, caña de azúcar, papa, arroz, tabaco, sorgo y frijol. La ganadería vacuna y caprina también es una fuente de ingresos. La industria se soporta en la producción de alimentos y bebidas, productos químicos, cemento y calzado. La minería se concentra en la explotación petrolera en la región del Catatumbo y en el valle del río Zulía [3].



Fig.1 División político administrativa del Departamento Norte de Santander  
Fuente: [www.nortedesantander.gov.co](http://www.nortedesantander.gov.co) (2013)

El área donde se realizó la investigación se ubica en la zona sur de la entidad abarcando una región de 512,12 kilómetros cuadrados, distribuidos de la siguiente manera: Chinácota 166,64 km<sup>2</sup>, Bochalema 172 km<sup>2</sup> y Durania 177,40 km<sup>2</sup>. En la fig. 2, se puede apreciar la ubicación de los municipios.

#### A.1.1. Municipio de Durania

El Municipio de Durania [4] se encuentra ubicado al centro del Departamento, en la Provincia de Ricaurte, Subregión sur-oriental. Su distribución geográfica es esencialmente montañosa y enclavada en la Cordillera Oriental, predominando el piso térmico templado y con un sistema hidrográfico tributario a la Cuenca del Río Zulia. La cabecera municipal dista 47 Km de la ciudad de Cúcuta, capital del Departamento.

Cuenta con un paisaje favorable para las actividades de turismo de naturaleza, en especial las relacionadas con caminatas y exploración, así como con gran variedad de aves que facilitan prácticas turísticas como el birding. Desde su llegada al municipio el visitante puede apreciar la inigualable vista que se ofrece desde el punto “La Cuchilla” sobre la vía que conduce a la ciudad de Cúcuta. A partir de ahí se inicia un descenso hacia la población de Durania en el cual se disfruta del manto de bosques naturales y del bosque cafetero que cubren las montañas que rodean el poblado.



Fig.2 Ubicación de los municipios Cúcuta, Durania, Bochalema y Chinácota, Departamento Norte de Santander

Fuente: [http://www.colombiassh.org/site/IMG/png/norte\\_de\\_santander\\_solo.png](http://www.colombiassh.org/site/IMG/png/norte_de_santander_solo.png) (2013)

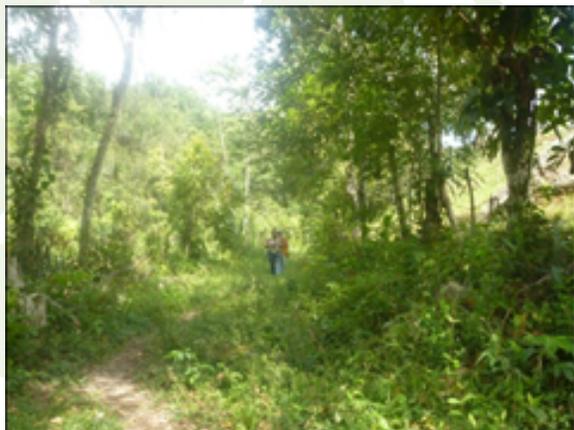


Panorámica de Durania (2011)

Pasando la entrada a la hacienda “La Golondrina” se encuentra el valle de la quebrada “La Lejía” que atraviesa el municipio de sur a norte. Metros más abajo el turista puede apreciar el monumento a la Virgen del Carmen. Desde el poblado se divisa el cerro de “Cachirí”, hacia el oriente, hacia el sur el cerro del “Narizón” y hacia el occidente el monte del “Sol o de Miraflores”. Tradicionalmente, quienes han visitado el municipio recuerdan su estancia en la “Piscina Olímpica”, la cual se está pasando el pueblo, donde inicia la vía al Corregimiento de Villa Sucre (Arboledas). Además, en Durania se puede disfrutar del parque Justo Leónidas Durán, el Templo San José, el parque Gaitán, las Escalinatas... o para los más aventureros un paseo a los pozos de la quebrada “La Lejía”, entre los cuales están: “La Laja”, el “Amor” y la “Hamaca”

También existe la posibilidad de visitar la “Laguna de la Barca”, ascender al cerro de “Cachirí”, la reserva ecológica del “Manantial” y “La Ovejera” o tomar los caminos veredales donde encontrarán muchas sorpresas que la naturaleza le puede ofrecer. A continuación se describen y muestran imágenes de estos hermosos lugares:

- **Camino “La Barca”**. Es un sendero que conduce desde el casco urbano hasta la “Laguna de la Barca” y se prolonga hasta la vereda de “Sepulturas”. Además del hermoso paisaje que ofrece tiene un gran recuerdo histórico para los pobladores del municipio ya que este fue el camino que emplearon un grupo de hombres que se hicieron llamar “los barqueros”



1Nota. Todas las fotografías que se incluyen en este el artículo fueron tomadas por los miembros del Grupo de Investigación CIEMPIÉS y el Semillero de Investigación Frontera de la UDES. Años 2011 y 2012.

- **La Laguna “La Barca”**. El trayecto se realiza por un camino real que fue paso obligado de la gesta libertadora y de los comerciantes que necesitaban llevar sus productos hacia Bochalema y el resto del país. El tiempo de recorrido puede variar entre 40 minutos y una hora y media, de acuerdo a las condiciones físicas de los caminantes.



- **Parque Justo Leónidas Durán**. Su nombre fue colocado en honor al General Justo Leónidas Durán, hijo ilustre de estas tierras, de cuyo apellido se deriva el nombre del municipio. En el costado norte del parque se localiza el Palacio de Gobierno Municipal, al oriente el Templo San José, al occidente la casa de la Cultura Municipal y el Paseo de los Leones, al sur el desarrollo de viviendas.





El parque se encuentra enmarcado por un poco más de 30 palmas reales y está conformado por andenes diametrales y radiales cruzados entre sí entre los cuales se hay sembrados crotos (multicolores), cayenas, pinos, rosales y otras plantas ornamentales. Hacia el costado oriental está construida la glorieta, un espacio para que la banda municipal deleite con su música al público durante las horas de las retretas dominicales y festivas. En el costado occidental se ubican dos fuentes de aguas llamadas “Rebeco y Rebeca”; hacia el sur está el “Kiosco de los enamorados”, el cual se encuentra cobijado por un gran veranera violeta y; en la parte norte crece un joven samán. En la parte central del parque se localiza el busto del general Justo Leónidas Durán.

- **Las Escalinatas.** Es un bello mirador del casco urbano del municipio situado en la entrada del pueblo, por la vía que conduce a la ciudad de Cúcuta. En su parte superior tiene un pequeño malecón que permite divisar el poblado desde diferentes ángulos, en su extremo inferior hay dos largas graderías que terminan en una pequeña plazoleta con un monumento de cuerpo completo del Libertador Simón Bolívar.



- **Templo San José.** Monumento a la fe católica.



- **Pozos de la quebrada “La Lejía”,** entre los cuales están el de “La Laja”, el “Amor” y “La Hamaca”, especiales para la relajación y el disfrute en un día cálido.





- **Camino de los Leones.** Es un precioso camino peatonal construido para reducir la distancia recorrida desde el casco urbano del municipio hasta la “Piscina Olímpica”. Está construido de piedra y adornado en uno de sus costados con jardineras de piedra. En la noche lo iluminan una serie de faroles los cuales facilitan su tránsito.



- **La “Piscina Olímpica”.** Es un lugar especial en el cual se puede pasar un día de recreación. Tiene un trampolín de dos metros de alto y varias escaleras que son el deleite de los bañistas y viajeros que cada fin de semana visitan el lugar. Cuenta con una piscina para los niños, restaurante y espacios para cocinar al aire libre.



### A.1.2. Municipio de Bochalema

**Bochalema** [5] posee una naturaleza pródiga con gran vegetación en armonía con la benignidad del clima y la laboriosidad de sus gentes. El municipio de Bochalema se localiza en la Sub-región Sur-Oriental del Departamento Norte de Santander. Su cabecera municipal está localizada a los 7° 37' de latitud norte y 72° 39' de longitud oeste del Meridiano de Greenwich. El territorio limita por el Norte con San Cayetano y Cúcuta; por el Oriente con Los Patios y Chinácota; por el Sur con Pamplonita; por el Sur-Occidente con Cucutilla y; por el Occidente con Arboledas y Durania. Su temperatura promedio es de 19 °C.



Panorámica de Bochalema.

En la actualidad conserva su arquitectura colonial con una plaza central rodeada por El Templo Parroquial Sagrado Corazón de Jesús y la Alcaldía Municipal. Posee balnearios como “El Raizón” y el “Azufra”, “Las Cascadas”, Piscina “Agua Blanca”, Casona de la “Estación de Tren”, Represa “Chiracoca”, Cordillera “Country Club”, Centro de Convivencias “El Edén”, Centro de Convenciones Bochalema y de Formación Misionera “Emmanuel” constituyen otros atractivos del municipio. Dentro de sus inmensas potencialidades turísticas es relevante señalar las siguientes:

- **El Samán.** En el centro del parque principal de Bochalema se encuentra un árbol de samán, ya centenario, sembrado en 1888 [5], cuyas semillas fueron extraídas del Samán Güere de Táriba (Venezuela), el cual se ha convertido en símbolo ecológico. Entre los relatos asociados a este emblemático samán, en la historia local, se tiene la creencia que dependiendo de si se quiere conservar o no un amor se le dan siete vueltas en uno u otro sentido al tronco.





- **La Virgen de la “Cueva Santa”**. Hay una leyenda que un viajero dejó la imagen de la virgen a un poblador que tenía una necesidad muy grande, la cual fue cubierta por la virgen y éste en su honor construyó el santuario como señal de respeto y agradecimiento

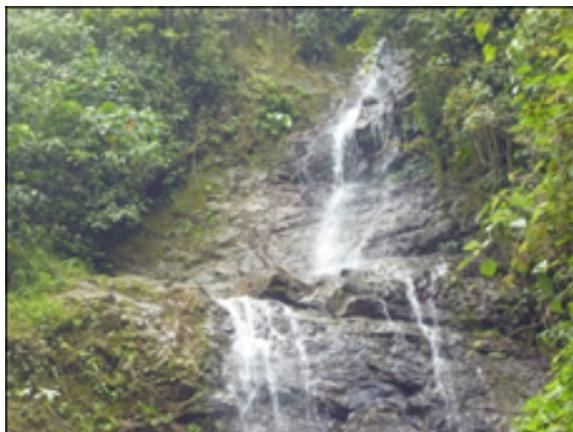


- **Monumento a Cristo Rey**. Está situado estratégicamente a pocos minutos del casco urbano. Desde este lugar se puede apreciar una hermosa panorámica del municipio.

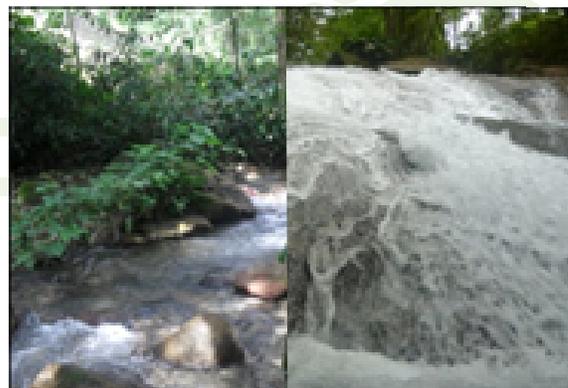


- **Cascada “El Edén”**. Es un lugar excelente para torrentismo, rapel, trecking

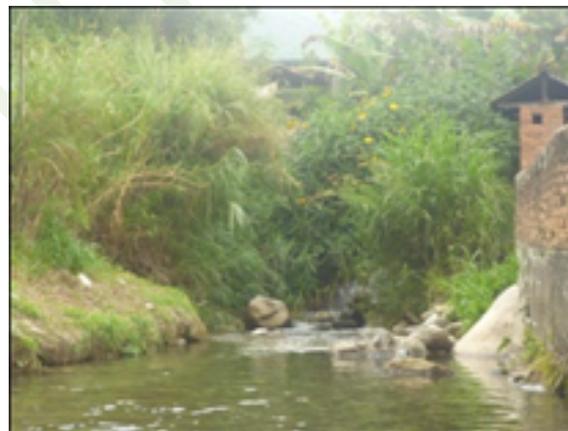




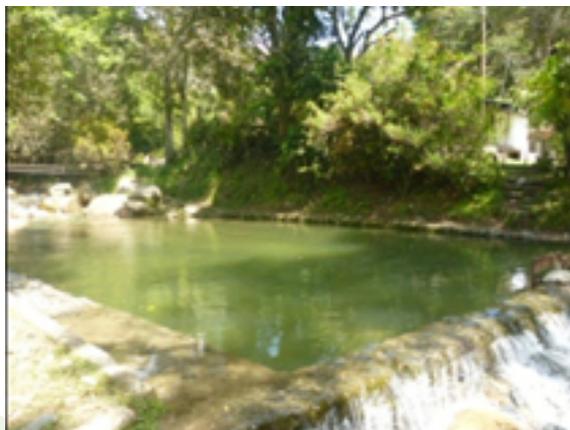
- **Finca “El Edén”**. Ideal para descansar después de una larga caminata, realizar ejercicios guiados de relajación y crecimiento espiritual, recibir educación experiencial-empresarial y del manejo del estrés, en fin buscar la paz consigo mismo.



- **Balnearios**. En el casco urbano y en la vía principal que conduce a Pamplona se encuentran diferentes balnearios, excelentes para pasar un rato de relajación y esparcimiento. Se puede elegir entre los de aguas termales o azufradas y los de aguas frías.



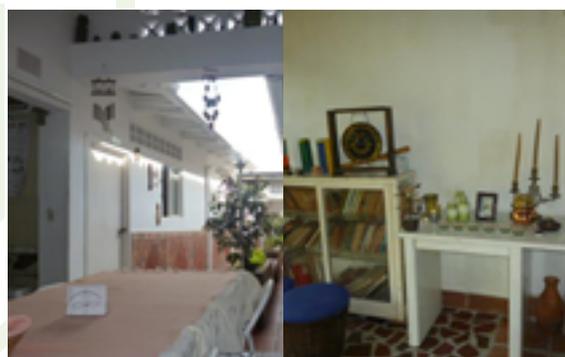
- **Sendero Ecológico “Agua Blanca”**. Es una zona que se destaca por el recurso hídrico que posee y las leyendas que se tejen a su alrededor. Le permite al caminante interactuar con el medio natural evidenciando los rastros culturales dejados por el paso de las tribus indígenas por estos territorios.



- **Centro de Convivencia el Edén.** Es un espacio para ir en familia, en grupo o para reuniones empresariales. Cuenta con auditorio y un ambiente especial.



- **Orquídeas.** L'Orquidial es un hermoso lugar donde la belleza de la amplia variedad de orquídeas existentes se combina con la exquisita comida francesa que se ofrece. Entre la exposición permanente de orquídeas sobresalen los "zapaticos" -otra variedad de orquídeas que asemejan a una bota-, bandas, catleas y otras 200 especies de orquídeas.



- **Villa Marina:** Es una Granja Experimental de la Universidad de Pamplona que ofrece servicio de restaurante, piscina, escenarios deportivos, recorrido a las cascadas por la quebrada "La Tigra", paseo por los cultivos agrícolas y pecuarios, canoping y cabalgatas. En sus alrededores se encuentra el santuario de la virgen de Guadalupe y sitios para comprar frutas de la zona (cítricas, cambures, duraznos, etc).





### A.1.3. Municipio Chinácota

Chinácota es un municipio colombiano ubicado en el Departamento Norte de Santander. Tiene una temperatura promedio de 21°C y su población alcanza los 14.874 habitantes [6]. Las actividades económicas de mayor importancia son el turismo, la agricultura y la ganadería.



Panorámica de Chinácota

El Municipio de Chinácota se ha constituido en un centro turístico de cabañas para el descanso de los habitantes del área metropolitana de Cúcuta, quienes buscan clima agradable y bellos paisajes para su recreación. La oferta turística está representada en aproximadamente 700 cabañas construidas. Reciben un número significativo de visitantes los fines de semana estimados en unos 44.372 turistas mensuales. Igualmente, cuenta con los atractivos turísticos del Páramo “Mejúé” y una importante riqueza histórica constituida por la Hacienda “Iscalá”; una bella casa colonial que perteneció al Presidente de Colombia, General Ramón González Valencia; la casa colonial donde se firmó el pacto de paz de la guerra de Los Mil Días; la parroquia San Juan Bautista; la Plaza de Toros y otra casonas coloniales ubicadas en el entorno urbano del Municipio [6]. Una somera descripción y exposición fotográfica de estos atractivos lugares se presenta a continuación.

Parque Principal: En su centro se aprecia la estatua del Coronel Ramón González Valencia, militar, político y estadista colombiano.



- **El Bosque de Niebla de “Mejúé”**: Está ubicado en la cordillera oriental colombiana, en territorio de Chinácota y Toledo. Es un hermoso santuario de flora y fauna, además de un maravilloso bosque de niebla [7]



Entrada sendero, vegetación nativa



Bosque de niebla de “Mejúé”

- **Cerro de “La Vieja”**: Se puede acceder por la vereda “Palocolorado”, en un recorrido de 10 kilómetros por carretera y luego se asciende a pie o a caballo hasta la parte más alta. Su cara oriental presenta una leve inclinación y su cara occidental es escarpada y de altas pendientes. Está cubierta de bosque nativo y tiene un área rocosa que sobresale entre la vegetación a la cual se puede llegar por una variante de la carretera hasta las últimas fincas y luego a través de una caminata de 3 kilómetros dentro del bosque [1]



- **Hotel Colonial**. Es un bellissimo hotel con todo lo que se necesita el turista para pasar un fin de semana espectacular. Ofrece excelentes servicios de restaurante, sauna, piscina, zoológico y granja de contacto con numerosas aves y mamíferos que son la sensación de adultos y niños.



## V. REFERENTE TEÓRICO

### A. El Turismo de Naturaleza

Las dotaciones de los factores productivos son consideradas insistentemente por los autores clásicos de la Teoría del Comercio Internacional como los principales factores de la competitividad internacional de las naciones en determinados sectores. Éstos marcan la especialización de los países en la producción de bienes y servicios, y le proporcionan ventajas comparativas; son fundamentalmente factores naturales –situación geográfica, clima y abundancia de materias primas, entre los más importantes-, aunque también hacen referencia a factores creados en el propio país - mano de obra y maquinaria. Los factores se encuentran distribuidos de forma homogénea a lo largo del país y de forma heterogénea entre países, existiendo obstáculos para su libre circulación entre éstos, lo cual impulsa la especialización de la producción y, por tanto, al comercio internacional.

La actividad turística se empieza a desarrollar por medio del análisis de las Teorías del Comercio Internacional en su enfoque macroeconómico. El producto turístico se compone de un programa o itinerario, el alojamiento, la alimentación y los servicios adicionales que permiten al turista el disfrute del destino. Existen cuatro eslabones dentro de la cadena de valor turístico:

1. Comunicación e información sobre el destino turístico que se brinda a los visitantes.
2. Comercialización de los servicios que componen el sector.
3. Producción de bienes y servicios que consumen los visitantes durante su estadía.
4. Gestión de la pre y post venta del destino.

El turismo participa en la economía por los gastos locales iniciales de los turistas en la cadena; luego los que se refieren a la cadena de compras y de gastos en bienes y servicios que realizan las empresas que los suplen y; por último, los gastos locales que se originan con los ingresos de los empleados y de los dueños de las empresas en cada uno de los sectores relacionados con el turismo y que generan a su vez otras actividades.

La actividad turística tiene un carácter multisectorial dinámico con encadenamientos antes, durante y después de la prestación de los servicios de turismo. Éstos son particularmente importantes para un acercamiento integral al desarrollo de un país y del turismo en especial. En este contexto el peso relativo del turismo en la economía se puede intentar analizar y dependerá en gran medida de la calidad, de la desagregación y de la especificidad de la información general y de los datos sobre el sector. Los efectos sobre el sector externo de la economía se pueden apreciar con diversos grados de precisión en las Cuentas Corrientes y las Cuentas de Capital [8]

El turismo alternativo, entre éste el de naturaleza, es un segmento nuevo del turismo global que está cobrando cada vez más importancia. El turista organiza su viaje hacia lugares desconocidos conforme a sus necesidades, gustos y tiempos; busca descubrir sitios alejados del turismo de masas (urbano) y en su lugar dirige la atención hacia ambientes naturales y que estimulen su desarrollo personal [9], [10]. El turismo basado en naturaleza es todo tipo de turismo que se da en áreas naturales en donde se conjugan los riquísimos recursos biológicos con las culturas de los pueblos asentados en ellos. La Organización Mundial del Turismo ha definido al turismo de naturaleza como todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales [11]

En el caso de los municipios en estudio se conforma un atractivo circuito turístico ya que sus ecosistemas y pueblos cuentan con todas las fortalezas para alcanzar un desarrollo turístico sustentable que genere una mejor calidad de vida, sin dejar que el consumismo afecte las generaciones futuras, la diversidad de los recursos naturales y las culturas de los destinos turísticos.

Desde el punto de vista de los aportes para las economías locales el turismo contribuye en forma directa o indirecta en la generación de empleo formal e informal, la inversión en infraestructura y comunicaciones, la participación en el sector externo en forma de exportaciones o importaciones y la contribución a los ingresos del erario público en forma de impuestos.

La demanda de turismo de naturaleza se caracteriza, entre otros aspectos, por su gran heterogeneidad, pues en ella se encuentran desde turistas motivados simplemente por la “moda ecológica” y por necesidades artificiales creadas por campañas de marketing hasta turistas motivados por sus deseos de entrar en contacto con la naturaleza, observarla, comprenderla, vivenciarla, implicarse en su conservación y la preservación cultural de las comunidades locales.

## VI. METODOLOGÍA

### A. El Método Seleccionado

La investigación se desarrolló asumiendo la metodología cualitativa a los fines de abordar el estudio del turismo de naturaleza a través de la comprensión e interpretación de los procesos que giran alrededor de los recursos naturales y de la cultura turística de los habitantes de las comunidades foco de atención. Dentro de este paradigma la indagación se enmarcó dentro del método etnográfico con el propósito de observar, comprender e interpretar la cultura de los pueblos y su visión sobre los recursos naturales que otorgan potencialidades turísticas a las zonas. A través de este método se describe la cultura turística de los habitantes de los municipios en cuestión para identificar la forma en que realizan las prácticas ambientales y la relación que existe entre el turismo de naturaleza y el desarrollo socioeconómico y cultural. Se empleó la inducción – deducción, iniciándose con la observación de las costumbres de los habitantes y su comportamiento con respecto al medio ambiente y formas de organización, con el propósito de llegar a conclusiones y establecer la orientación que se debe dar para promover el turismo de naturaleza en las localidades estudiadas.

El desarrollo de los objetivos de la investigación direccionó la aplicación de técnicas de recolección de la información entre las que se encuentran: a) Registros de observación (fotografías, videos, registros anecdóticos, diarios de campo); b) Entrevistas semi-estructuradas dirigidas a los actores sociales relacionados con el sector turístico en los municipios de Bochalema, Durania y Chinácota.

### B. Fases de la investigación

En la investigación se siguieron las siguientes fases:

- Documental:** Búsqueda de información turística sobre los municipios seleccionados
- De campo:** Visitas a los municipios para recorrer y observar los lugares con potencialidades para el turismo de naturaleza y realizar entrevistas a los actores turísticos locales
- Sistematización de la información:** Con la experiencia de campo se organizaron los atractivos turísticos por municipio y se seleccionaron los que reúnen mayor potencialidad
- Construcción de las propuestas de intervención:** Diseño del circuito turístico y de las estrategias de promoción del turismo de naturaleza

## VII. LOS RESULTADOS

En Sección IV, denominada “El contexto en estudio”, fueron mostradas las principales potencialidades turísticas de cada municipio producto del trabajo de campo realizado y su posterior sistematización. Como se pudo observar existe una gran diversidad y riqueza de recursos naturales y culturales que viabilizan la construcción de propuestas de promoción, fortalecimiento y desarrollo de un turismo de naturaleza en estos territorios del Departamento Norte de Santander.

Ahora bien, tomando las informaciones provenientes de las entrevistas a los actores turísticos locales se construyó una matriz DOFA para evidenciar la situación que presenta el turismo en el Departamento

**CUADRO I: SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL DEPARTAMENTO NORTE DE SANTANDER**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente ubicación geográfica y clima de confort</li> <li>• La riqueza y abundancia de las aguas termales</li> <li>• Gran diversidad de senderos ecológicos</li> <li>• Excelentes balnearios en ríos y quebradas</li> <li>• En las cabeceras municipales se puede apreciar la belleza arquitectónica de los templos parroquiales.</li> <li>• Buenas oferta de servicios de hospedaje y alimentación</li> <li>• Biodiversidad en flora y fauna</li> <li>• Riqueza paisajística</li> <li>• Pueblos con riqueza arquitectónica y cultural</li> <li>• Abundancia de recursos naturales y culturales.</li> <li>• La sencillez y hospitalidad de los pobladores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas nacionales e internacionales de apoyo al sector</li> <li>• Ofertas de capacitación de personal en temas de turismo</li> <li>• Asesoría en proyectos de turismo</li> <li>• Posibilidad de competir con turismo de calidad</li> <li>• Demanda global por el turismo de naturaleza y alternativo</li> <li>• Paquetes turísticos asequibles para turistas extranjeros</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débil promoción de los destinos turísticos locales</li> <li>• Falta de apoyo en los diferentes niveles del Gobierno (nacional, regional y local)</li> <li>• Baja inversión y gestión privada y oficial</li> <li>• Déficit en la calidad de los servicios al cliente.</li> <li>• Deterioro de vías de comunicación</li> <li>• Necesidad de adaptación y cobertura de TIC y telecomunicaciones</li> <li>• Escasa penetración en los canales de comercialización turística.</li> <li>• Ofertas turísticas poco desarrolladas.</li> <li>• Falta de cultura turística por parte de los agentes turísticos locales</li> <li>• Carencias en la formación turística en los recursos humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad política y económica del país</li> <li>• Falta de cuidado de los turistas con el entorno</li> <li>• Explotación de minas de carbón y posibilidades de explotar minas de uranio en la zona.</li> <li>• Inseguridad personal en los lugares de interés turísticos</li> </ul>

sostenible de la riqueza ecológica y cultural, que aporte al desarrollo de sus municipios por la generación de una cultura turística, impulse la especialización de la oferta y la calidad del servicio mediante la formación del recurso humano y a través de la articulación estado – universidad - empresa.

**A.3 Eslabones de la Cadena del Sector Turismo**

La cadena de valor del destino turístico se puede definir como el proceso de transferencia de los productos turísticos desde los proveedores hasta los consumidores, que generalmente está compuesto por productos turísticos, intermediarios turísticos y los turistas. De manera tal que los recursos turísticos, los productos turísticos, los canales de distribución y los turistas constituyen la cadena de valor del destino. Cada sector genera el valor que es realizado por los turistas (Zhao, citado en [12])



Fig.3 Eslabones de la cadena del sector turismo  
 Fuente: Agenda de investigación UDES (2013)

**A.4 Beneficiarios Directos**

Se prevé que los beneficiarios directos del circuito turístico propuesto sean las familias y empresas de las comunidades de Bochalema, Durania y Chinácota. Estas familias deben participar en todo el desarrollo del proyecto, a través de cursos, talleres de capacitación, ejecución de actividades y promoviendo por propia iniciativa el turismo de naturaleza dentro de sus comunidades.

**A.5 Beneficiarios Indirectos**

- Empresarios de servicios turísticos (Hospedaje, alimentación, artesanos (as), transportistas terrestres de la comunidad)
- Agencias de viajes y turismo locales, regionales, nacionales y extranjeras
- Empresas de transporte turístico locales y regionales
- Población de los municipios
- Comerciantes

**A.6 Decálogo del Turista**

- Ten en cuenta que para disfrutar de la naturaleza no siempre hace falta ir muy lejos.
- Fomenta el ahorro de agua en tus viajes.
- Haz tus recorridos a pie, en bicicleta o a caballo, son medios respetuosos con el ambiente.
- No arrojes basura, deposítala en los lugares asignados.
- Realiza actividades que eduquen medioambientalmente.
- No adquieras fauna y flora nativas, puedes contribuir a su extinción.
- Procura que la única huella que dejes atrás sea la de tu calzado.
- Disfruta conociendo la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de las poblaciones locales.
- Al comprar regalos y recuerdos busca productos que sean expresión de la cultura local. Favorecerá la economía de los pueblos que te acogen y la diversidad cultural.
- Recuerda que el turismo sostenible es el que causa menos impactos al medio ambiente.

**A.7 Decálogo del Empresario [13]**

- Conocer el ramo: cuanto más conoce usted del ramo empresarial en que pretende actuar, mayores son las posibilidades de éxito.
- Dar importancia a las personas: como empresarios corresponde dar una mayor

**VIII. LAS PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN TURÍSTICA**

**A. Planeación del Circuito Turístico**

El circuito, como su nombre lo indica, es un trayecto que incorpora varios sitios de interés turístico partiendo y regresando al mismo lugar de origen del recorrido. Específicamente, el itinerario inicia en la ciudad de Cúcuta para continuar a los municipios de Durania, Bochalema y Chinácota y retornar a Cúcuta, o viceversa. El circuito turístico fue diseñado como una empresa y en este proceso han intervenido los estudiantes del curso Proyecto II del Programa Académico de Administración Financiera de la UDES. La estructura del circuito turístico se describe a continuación:

**A.1 Misión**

Dar a conocer el circuito turístico Cúcuta - Durania – Bochalema – Chinácota - Cúcuta, promoviendo su desarrollo como producto de turismo de naturaleza, orientado al descanso, la aventura y las vivencias propias de las comunidades locales, haciendo uso sostenible de los atractivos naturales y culturales de los municipios para incrementar la competitividad de las empresas allí asentadas y la calidad de vida de la comunidad que habita en su entorno.

**A.2 Visión**

Consolidar, en un plazo de tres años, el circuito turístico como un producto de turismo de naturaleza, orientado al aprovechamiento

importancia a los servicios que se les brinda a las personas.

- Ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes: el cliente hace posible el desarrollo y la existencia de la empresa.
- Ser líder, el liderazgo es una característica fundamental del empresario de éxito. Usted necesita tener gran habilidad para definir tareas y orientar personal para que las desempeñe.
- Crear riqueza, no dinero: un gran error que cometen algunos empresarios es darle poca importancia a las relaciones humanas tanto con los empleados como con la comunidad.
- Ver al proveedor como socio: mantener una buena relación con los proveedores, es una estrategia importante para el desarrollo del negocio y el cumplimiento de compromisos.
- Innovar: mejora continua del producto o servicio.
- Aprender de la competencia: la competencia no debe ser vista como un enemigo, sino como un punto de partida para mejorar.
- Dedicar tiempo a la familia: sabiendo que la familia es el mayor apoyo para el desarrollo de cualquier proyecto en la vida, debe tenerse siempre presente.
- Comprometerse con la región: ser protagonistas y actores principales para promover los cambios que los municipios necesitan y promocionarlos a nivel de región.

## B. Propuesta de Campaña Publicitaria

La campaña publicitaria del circuito turístico nace de la necesidad de dar a conocer el turismo de naturaleza como alternativa innovadora para la integración regional y el desarrollo socioeconómico y cultural, involucrando a personas, comunidades y organizaciones.

### B.1 Objetivos Publicitarios y de Comunicación

- Dar a conocer o informar sobre el producto: conseguir que el público objetivo tome conciencia de la existencia del producto turístico y de sus características; que lo “descubra” y almacene esa información para que esté disponible en el momento de la toma de decisiones.
- Construir imagen de marca/posicionamiento: no basta recurrir a la publicidad para dar a conocer los productos y servicios turísticos sino que también se impone la necesidad de dar a conocer una imagen de marca que permita que el receptor identifique y diferencie el producto turístico anunciado frente a sus competidores. Se pretende mediante un mensaje global y adecuado a todos los públicos, transmitir y posicionar el Circuito Turístico CUCUTA-DURANIA-BOCHALEMA-CUCUTA. Consolidar un modelo turístico competitivo y sostenible, integrando el desarrollo económico y social de los diferentes municipios, buscando un producto turístico innovador para así incrementar el flujo, la permanencia y el consumo por los turistas nacionales e internacionales.
- Tangibilizar el producto: este objetivo tiene su origen en los riesgos que el consumidor percibe como inherentes a la compra de este tipo de productos (riesgos que tienen que ver, sobre todo, con el hecho de que el servicio no existe hasta que se consume y con que debe ser pagado antes de ser consumido). Para disminuir esa sensación de riesgo se aconseja tangibilizar al máximo el servicio ofertado a través de todo tipo de soportes publicitarios: catálogos, folletos, PLV (publicidad en el lugar de venta), materiales audiovisuales,...
- Transmitir “calidad”: en estrecha relación con el objetivo precedente y el de construir imagen de marca, aparece la necesidad de que toda acción de comunicación responda a una cuidadosa estrategia de imagen que, ante la falta de elementos objetivos discriminadores, pueda convertirse en indicador de la calidad del producto que se anuncia.
- Desestacionalizar la demanda: la estacionalidad que caracteriza la demanda de muchos productos turísticos obliga a plantearse este objetivo publicitario de cara a evitar las pérdidas que se generan dado el carácter perecedero de los servicios turísticos. Se trata tanto de alargar las temporadas como de generar flujo de turistas en períodos inhabituales en las costumbres de la población. Para el logro de este objetivo puede recurrirse a las estrategias de precios, a la búsqueda de nuevos segmentos de población o a la incidencia en nuevos atributos y valores del producto.
- Desmontar estereotipos: en esta línea se sitúan aquellas campañas turísticas con las que se intentan eliminar creencias y percepciones relativas al producto

que están actuando como barreras psicológicas que frenan su consumo.

- Resolución/paliación de problemas eventuales: en parte relacionado con el objetivo precedente, aunque mucho más coyuntural que él, este objetivo persigue valerse de la comunicación publicitaria para hacer frente a alguna situación transitoria que afecta a la demanda turística favoreciendo en ella el rechazo, la inseguridad o la desconfianza hacia el destino/producto (como puede ser una catástrofe natural, una situación de inestabilidad política, una crisis alimentaria...)

### B.2 Objetivos Específicos

- Ampliar demanda de empleo fijo y empleo temporal.
- Incrementar la productividad y competitividad del sector turístico.
- Vincular empresas públicas y privadas en el proceso de mejoramiento.
- Conservar el patrimonio y la cultura de los pueblos.
- Realizar una plataforma virtual y promocional.
- Propender por la sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental de cada una de las regiones.

### B.3 Público Objetivo

Turistas locales, nacionales y extranjeros, con edades comprendidas entre 18 y 75 años que quieran conocer lugares o sitios con atractivos naturales y posean un estilo de vida basado en el deporte y una vida saludable.

### B.4 Estrategia de Marketing

El Circuito Turístico buscará mediante las siguientes estrategias el posicionamiento en el mercado: Video Turístico, Guía Turística, Blog Turístico, Spot Publicitario, Trípticos y Folletos.

### B.5 Etapas a Desarrollar

**B.5.1 Mapa del Circuito:** Desarrollo e implementación. Actividades a realizar en el mapa de la ruta:

- Inventario de productos y servicios turísticos, delimitación de los puntos del circuito.
- Valoración, descripción y clasificación atractivos y servicios de señalización.
- Mapas georeferenciados: identificación de puntos, servicios, recorridos, atractivos y operadores en cada lugar.
- Instalación y señalización puntos de información recorridos y atractivos.

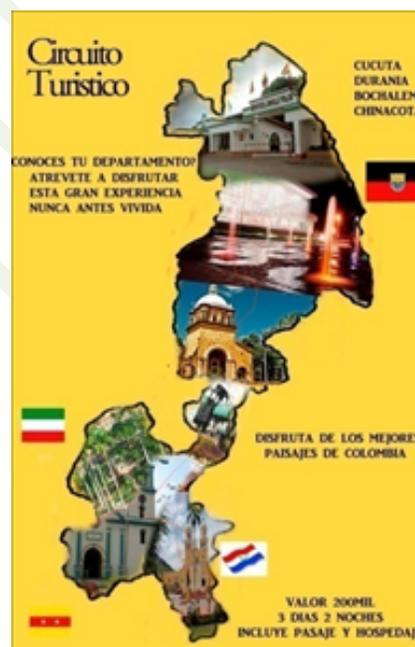


Fig. 4 Circuito Turístico Cúcuta-Durania-Bochalema-Chinácota  
Fuente: Universidad de Santander, UDES, Cúcuta (2012)

**B.5.2 Paquetes Turísticos:** Planificación y diseño de los productos y servicios que harán parte del circuito. Actividades a realizar en los paquetes turísticos:

- Planificación y diseños de productos y servicios con alta calidad turística y buenas prácticas ambientales.
- Elaboración manual de operación turística.
- Acuerdo estratégico de competitividad concertado con plan de trabajo.
- Organización de operadores turísticos.
- Elaboración guías con los requisitos de calidad de los servicios turísticos.

**B.5.3 Prestadores de Servicio Turístico:** Empresas certificadas en turismo. Actividades a realizar en los prestadores de servicio turístico:

- Elaboración de estándares de calidad de productos y servicios turísticos bajo el criterio de desarrollo sostenible.
- Certificación mano de obra capacitada en competencias turísticas
- Programa formación escolar en cultura turística sostenible.

**B.5.4 Promoción del Destino:** Creación de la marca “CIRCUITO TURÍSTICO CÚCUTA-DURANIA-BOCHALEMA-CHINÁCOTA-CÚCUTA

Actividades a realizar en la promoción del destino:

- Conceptualización de la marca “CIRCUITO TURÍSTICO CÚCUTA-DURANIA-BOCHALEMA-CHINÁCOTA-CÚCUTA”
- Plan de mercadeo y promoción turística.
- Planificación de paquetes diferenciados por temporadas, clientes y productos.
- Desarrollo e implementación de herramientas en TIC's.
- Diseño de estrategia de comunicación, publicidad y mercadeo, portafolio, socialización regional, nacional e internacional.

## IX. CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Los municipios que integran el circuito turístico cuentan con atractivos turísticos suficientes para su transformación en productos turísticos; los alcaldes están en mora de presentar proyectos al Fondo de Turismo (FONTUR) para acceder a recursos que les permitan satisfacer los requerimientos de los consumidores cumpliendo con estándares de calidad en la prestación de los servicios y en la oferta de infraestructura adecuada, de esta manera se propiciará el desarrollo socioeconómico de las comunidades de origen.
- Existen factores internos en las comunidades que facilitan el desarrollo turístico, tales como clima agradable, gran diversidad biológica y cultural, exuberantes paisajes naturales y de agroecosistemas, arquitectura típica de pueblos de la montaña, infraestructura de base, riqueza cultural y sobre todo la humildad y sencillez de sus gentes. No obstante, hay falencias por superar especialmente en materia de políticas de promoción turística, mejoramiento de las comunicaciones y vialidad, formación de cultura turística, fortalecimiento institucional, apoyo a microempresarios turísticos locales y promoción de regional del turismo local.

• Las campañas de promoción propician la creación de una cultura turística en la que los eslabones que integran la cadena inician el camino hacia la formalización de sus empresas ofreciendo nuevas oportunidades de empleo.

• Los procesos de capacitación y actualización garantizan que la actividad turística sea sostenible y que las comunidades se organicen en torno a metas conjuntas que generen competitividad y productividad en la región.

## REFERENCIAS

- [1] Unión Temporal de Turismo Bolinorsagua, “Plan de desarrollo turístico del Norte de Santander”. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia. 2012, p.393
- [2] Norte de Santander [online]. Colombia. 2013. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Norte\\_de\\_Santander](http://es.wikipedia.org/wiki/Norte_de_Santander)
- [3] Gobernación del Norte de Santander [online]. Colombia. 2013. Disponible en: [www.nortedesantander.gov.co](http://www.nortedesantander.gov.co)
- [4] Municipio de Durania, Departamento Norte de Santander [online]. Colombia. 2013. Disponible en: <http://durania-nortedesantander.gov.co/presentacion.shtml>
- [5] Sitio oficial de Bochalema en Norte de Santander [online]. Colombia. 2013. Disponible en: [www.bochalema-nortedesantander.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.bochalema-nortedesantander.gov.co/informacion_general.shtml)
- [6] Sitio oficial de Chinácota en Norte de Santander [online]. Colombia. 2013. Disponible en: <http://www.chinacota-nortedesantander.gov.co/presentacion.shtml>
- [7] C. A, Cano Mora. “Páramo de Mejué, Naturaleza en Todo su Esplendor,” [online]. Colombia. 2013. Disponible en: <http://provinciadericaurtenortedesantander.blogspot.com/2011/12/paramo-de-mujue-naturaleza-en-todo-su.html>
- [8] F. Carner, Encadenamientos Generados por el Sector Turismo. CEPAL, México, 2001.
- [9] N. Bringas Rábago y L. Ojeda Revah, “¿El Ecoturismo una Nueva Modalidad de Turismo de Masas?” en Economía, Sociedad y Territorio, vol. II, N° 7, p.p. 373 - 403. 2000
- [10] C. Alcérreca Aguirre y J. González Cano, “Informe Final del Proyecto DQ018 Estudio para la Actualización del Límite de Cambio Aceptable y Determinación de la Capacidad de Carga Turística del Parque Nacional Isla Contoy” en Biocenosis, A.C. / CONANP [online]. Colombia. 2007. Disponible en: <http://www.conabio.gob.mx/institucion/proyectos/resultados/Informe%20final%20DQ018.pdf>. p.121
- [11] D. Flores Ruiz, “Competitividad Sostenible de los Espacios Naturales Protegidos como Destinos Turísticos. un Análisis Comparativo de los Parques Naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas” [online]. Colombia. 2013. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2008/dfr/EI%20turismo%20de%20naturaleza.htm>
- [12] J.I. Pulido Fernández y Y. López Sánchez, “Los Eslabones de la Cadena de Valor de Destino Turístico”. Tema 4. Universidad Internacional de Andalucía [online], España. s/f. Disponible en: [ocw.unia.es/ciencias...de-la-cadena-de-valor.../Contenidos\\_UD4.odt](http://ocw.unia.es/ciencias...de-la-cadena-de-valor.../Contenidos_UD4.odt).
- [13] “Decálogo del Empresario” [online]. Colombia. 2012. Disponible en: <http://www.congreso.gob.pe/comisiones/1998/microempresa/bole2/b2-p12.html>