

Turismo en el Catatumbo como motor de desarrollo económico en el municipio de Ocaña

Shaira Melissa Sanguino Jácome

Asesor

Yener Fabian Quintana Carrascal

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios –ECACEN

Economía

2025

Resumen

El presente proyecto analiza el potencial del turismo como motor de desarrollo económico y social en el municipio de Ocaña, ubicado en la región del Catatumbo, una zona rica en patrimonio natural, histórico y cultural, pero marcada por desafíos como la inseguridad y el conflicto armado enfocándose en evaluar los recursos naturales, culturales y turísticos del Catatumbo, identificar oportunidades y barreras para su fortalecimiento y proponer estrategias para el desarrollo económico sostenible. El estudio destaca que el turismo religioso tiene el mayor potencial en la región, aunque existe una oferta limitada de paquetes turísticos que incluyen al Catatumbo. La percepción de inseguridad se identifica como el principal obstáculo para el crecimiento del turismo, junto a la infraestructura vial deficiente, la escasez de servicios turísticos de calidad y la falta de promoción adecuada. Los resultados reflejan un fuerte apoyo al turismo como fuente de empleo y desarrollo económico, aunque también señalan la necesidad de mejorar la seguridad y fortalecer la preparación de los servicios turísticos con el fin de mejorar la imagen de la región y su percepción de inseguridad.

Palabras clave: Turismo, Catatumbo, desarrollo, crecimiento, transformación.

Abstract

This project analyzes the potential of tourism as an engine for economic and social development in the municipality of Ocaña, located in the region of Catatumbo, an area rich in natural, historical and cultural heritage, but marked by challenges such as insecurity and armed conflict, focusing on evaluating the natural, cultural and tourism resources of Catatumbo, identifying opportunities and barriers for strengthening them and proposing strategies for sustainable economic development. The study highlights that religious tourism has the greatest potential in the region, although there is a limited offer of tourism packages that include Catatumbo. The perception of insecurity is identified as the main obstacle to tourism growth, along with poor road infrastructure, the scarcity of quality tourism services and the lack of adequate promotion.

The results reflect strong support for tourism as a source of employment and economic development, although they also point to the need to improve security and strengthen the preparation of tourism services in order to improve the image of the region and its perception of insecurity.

Keywords: Tourism, Catatumbo, development, growth, transformation.

Tabla de Contenido

Introducción	10
Objetivos.....	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Planteamiento del Problema	12
Pregunta Investigación	16
Justificación	17
Marco Teórico.....	20
Teoría Positivista	20
El Turismo en la Perspectiva del Estructural Funcionalismo.....	20
Sistema Turístico de Cuervo.....	20
Sistema Turístico de Leiper.....	22
Teoría del Turismo como Estrategia de Desarrollo Local y Regional	23
Teoría del Efecto Multiplicador del Turismo	24
Marco Conceptual.....	25
Metodología	29
Diseño de la Investigación	29
Enfoque de la Investigación	29
Población y Muestra.....	29
Técnicas de Investigación	30
Instrumentos de Recolección de Datos	30
Evaluación de los Recursos Naturales, Culturales y Turísticos.....	31

Oportunidades y Barreras para el Fortalecimiento del Turismo	39
Paquetes Turísticos que Incluyen el Catatumbo o Municipio de Ocaña.....	39
Turismo de Mayor Potencial.....	40
Factores Limitantes	41
Inversión de Paquetes Turísticos en el Catatumbo.....	42
Potencial del Turismo en la Región para el Desarrollo Económico	44
Generación de Empleo	45
La Inseguridad y el Conflicto Armado como Principales Obstáculos	46
Beneficios del Desarrollo Turístico.....	47
Servicios de Calidad.....	47
Turismo como Mejora a la Imagen de la Zona	49
Estrategias para el Impulso de la Economía Local	50
Conclusiones.....	54
Recomendaciones	55
Referencias Bibliográficas	56
Apéndices.....	62

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Plan de Manejo</i>	52
--	----

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Modelo del Sistema Turístico de Leiper</i>	22
Figura 2 <i>Columna de la Libertad de los Esclavos</i>	32
Figura 3 <i>Catedral de Santa Ana</i>	33
Figura 4 <i>Museo Antón García Bonilla</i>	34
Figura 5 <i>Plazuela San Francisco</i>	35
Figura 6 <i>Reserva de Aves de Hormiguero de Torcoroma</i>	36
Figura 7 <i>Monumento a la Cebolla Cabezona</i>	37
Figura 8 <i>Los Estoraques</i>	38
Figura 9 <i>Paquetes Turísticos que Incluyen al Catatumbo o el Municipio de Ocaña</i>	39
Figura 10 <i>Servicios Turísticos Ofrecidos por las Agencias</i>	40
Figura 11 <i>Factores que Limitan la Operación de la Agencia en la Región</i>	41
Figura 12 <i>Interés en Invertir o Desarrollar Nuevos Paquetes Turísticos en el Catatumbo</i>	42
Figura 13 <i>Requerimiento para Invertir</i>	43
Figura 14 <i>Considera que el Turismo en la Región del Catatumbo tiene un Gran Potencial para Impulsar el Desarrollo Económico de Ocaña</i>	44
Figura 15 <i>El Turismo Puede ser una Fuente Importante de Generación de Empleo para la Comunidad Local</i>	45
Figura 16 <i>La inseguridad y el Conflicto Armado Representan los Principales Obstáculos para el Desarrollo del Turismo en Ocaña</i>	46
Figura 17 <i>La Comunidad Local está Involucrada y se Beneficia Directamente del Desarrollo Turístico en Ocaña</i>	47

Figura 18 <i>Las Agencias Turísticas Locales están Preparadas para Ofrecer Servicios de Calidad que Satisfagan a los Visitantes</i>	48
Figura 19 <i>La Promoción de un Turismo Responsable puede Mejorar la Imagen del Municipio y Atraer Turistas Nacionales e Internacionales</i>	49
Figura 20 <i>Estrategias de Impulso para la Economía Local</i>	50
Figura 21 <i>Programas de Apoyo</i>	51

Lista de Apéndices

Apéndice A *Encuesta a Agencias Turísticas* 62

Apéndice B *Encuesta a Comunidad en General*..... 66

Introducción

El turismo se ha consolidado en las últimas décadas como un sector estratégico para el desarrollo económico y social de regiones con potencial natural, histórico y cultural, especialmente en territorios que buscan alternativas sostenibles de crecimiento. En el municipio de Ocaña, ubicado en la región del Catatumbo, el turismo representa una oportunidad para diversificar la economía local, generar empleo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes, en un contexto marcado por desafíos históricos como la inseguridad y el conflicto armado Infante Rivera, et al. (2024)

En este sentido la biodiversidad, la historia y las tradiciones culturales de Ocaña constituyen un valioso recurso aún poco explotado, capaz de posicionar al municipio como un destino atractivo a nivel nacional. Según (Gambarota & Lorda, 2017) el turismo se ha consolidado como un motor fundamental para el desarrollo local y regional, al generar crecimiento económico, empleo y mejorar la calidad de vida de las comunidades anfitrionas. Además, el turismo promueve la valorización y conservación del patrimonio natural y cultural, favorece la integración social y fortalece la identidad regional.

Por ello, es fundamental identificar las oportunidades y barreras existentes, así como diseñar estrategias de manejo sostenible que permitan aprovechar el potencial turístico de manera responsable y equitativa, garantizando la conservación del entorno y el bienestar de la población local con el fin de ofrecer lineamientos para el desarrollo turístico que contribuya a convertir al municipio como referente por otras zonas con contextos similares.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el potencial del turismo en el Catatumbo como motor de desarrollo económico para el municipio de Ocaña, identificando oportunidades y desafíos para su implementación y sostenibilidad.

Objetivos Específicos

Evaluar los recursos naturales, culturales y turísticos del Catatumbo en el municipio de Ocaña, para determinar su viabilidad como atractivo turístico y fuente de desarrollo económico.

Identificar las oportunidades y barreras para el fortalecimiento del turismo en el Catatumbo, analizando el conflicto, la infraestructura local, los servicios turísticos, el impacto económico y las políticas públicas existentes.

Proponer estrategias de impulso de la economía local mediante la promoción del turismo en el Catatumbo garantizando la conservación de los recursos naturales y la inclusión social de las comunidades

Planteamiento del Problema

Las agencias turísticas son empresas debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dedican a vender planes turísticos dentro y fuera del país, se caracterizan por reservar y contratar alojamiento, asesoría a visitantes y separar pasajes a viajeros.

Los servicios turísticos son intangibles, lo que significa que no pueden verse ni sentirse antes de su adquisición. Para reducir la incertidumbre, las agencias deben ofrecer información y elementos tangibles como fotos y recomendaciones del servicio a prestar, con el objetivo de satisfacer los gustos y exigencias del turista. (Slemenzon Rojo, 2021).

Por lo tanto, Bravo et al. (2024), establece que la desviación social y el crimen continúan siendo un desafío para América Latina. La inseguridad opera como una fuerza caprichosa, pero omnipresente, que no solo plantea un desafío, sino que se transforma en un fenómeno mucho más complejo, como un sindicato del crimen organizado, que se ha extendido por las regiones. Países como Argentina, Chile, Costa Rica y Uruguay tienen tasas de mortalidad más bajas en comparación con Perú, Nicaragua, Ecuador, República Dominicana, Panamá y Paraguay, que tienen tasas moderadas. Aunque algunas regiones están progresando, las tasas más altas de muertes violentas se encuentran en Brasil, México, Colombia, El Salvador, Honduras y Venezuela. Esto ilustra los obstáculos significativos que aún enfrenta la región en el contexto del crimen, la extorsión y los asesinatos por encargo, a pesar de la sustancial inversión en estrategias de mitigación del crimen. Problemas persistentes como la falta de efectividad y la ausencia de políticas públicas eficientes junto con los escasos recursos económicos y operacionales para las fuerzas de seguridad son algunas de las razones por las que estos problemas permanecen sin resolver.

Es así como Bravo et al. (2024), afirma que la falta de seguridad puede impactar

significativamente la industria del turismo de una región, ya que las visitas tienden a disminuir debido a la comisión de actos delictivos, lo que también contribuye a reducir el número de visitas. Este declive es perjudicial para la economía local y podría llevar a daños duraderos y, en algunos casos, irreversibles en la percepción del lugar. En el caso de Ecuador, el aumento de la violencia está impactando el desarrollo directo e indirecto del turismo, así como otras actividades económicas, particularmente en Guayaquil, Manabí y Esmeraldas.

Según (Contreras , 2021) una de las principales preocupaciones del sector turismo en Colombia es el mejoramiento de la calidad de los servicios ofrecidos y de los diferentes destinos turísticos. Esto se debe, en parte, a las exigencias de la Superintendencia de Industria y Comercio, que impulsa el uso de la marca de certificación de calidad turística como un mecanismo para promover la prestación de servicios turísticos de alta calidad. Sin embargo, aún son pocos los destinos turísticos que cumplen con dicha certificación.

Según (Ministerio de Comercio, Industrial y Turismo, 2003) en Colombia existen dos problemas que impiden alcanzar un verdadero desarrollo humano: la desigualdad en la distribución del ingreso y la violencia, teniendo en cuenta que las condiciones han venido mejorando.

(Pacto Global Red Colombia, s. f.), establece que El turismo enfrenta actualmente diversos desafíos que, si se abordan de manera efectiva, podrían fortalecer su papel como motor económico. La seguridad, por ejemplo, influye directamente en la decisión del viajero al elegir un destino, convirtiéndose en un factor crucial para la estabilidad y el crecimiento económico de los países. Asimismo, la conectividad aérea y terrestre es fundamental para generar oportunidades en regiones con vocación turística, muchas de las cuales no alcanzan su desarrollo pleno debido a la falta de infraestructura adecuada que limita su acceso y visibilidad. En este

contexto, la tecnología y la inteligencia artificial desempeñan un papel cada vez más relevante, ya que permiten mejorar la atención al visitante, aumentar la seguridad, optimizar los procesos operativos y elevar la calidad de los servicios, lo que contribuye a una mayor competitividad en el sector. Además, resulta indispensable que las empresas turísticas se mantengan actualizadas frente a los cambios constantes en las preferencias y hábitos de los viajeros, lo que implica una capacidad de adaptación continua y la exploración de nuevos mercados emergentes. Finalmente, la sostenibilidad se presenta como un eje transversal que debe guiar toda estrategia turística; aunque el turismo masivo puede generar ingresos importantes, también conlleva riesgos ambientales como la sobreexplotación de recursos, las emisiones contaminantes y el deterioro de los ecosistemas. Por ello, es esencial implementar prácticas sostenibles que equilibren el desarrollo económico con la protección del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales, garantizando así la viabilidad del turismo a largo plazo.

De esta manera, el Ministerio de Cultura de Colombia lanza un proyecto llamado “Rutas de Bicentenario” que tiene como finalidad recuperar la memoria local y potencial el turismo cultural entre territorio que nuestros antepasados habitaban, es por ello que la Provincia de Ocaña, a través de su mandatario local obtuvo la aprobación del proyecto llamado “La ruta de La Gran Convención” que pretende convertir a la ciudad en potencia regional integrando municipios cercanos del sur del Cesar y de la zona del Catatumbo.

Ocaña es uno de los municipios que hace parte de la región del Catatumbo, la cual es muy conocida por su biodiversidad, rica en sus especies de fauna y flora, contando con unas fuentes hídricas que permiten la navegación del transporte fluvial y la práctica de la pesca y además cuenta con una gran característica que es su riqueza minero-energética.

Según (Turismo Norte de Santander, 2021) El municipio de Ocaña considerado la

segunda ciudad del departamento del norte de Santander, conocida por su cultura, sus festividades decembrinas, la celebración de su fundación y demás particularidades que la hacen un lugar muy apetecido para conocer, enfrenta desafíos en el turismo frente a la percepción negativa que se genera debido a la inseguridad y el conflicto armado en el municipio. Esta situación ha generado incertidumbre en las empresas que ofrecen un servicio turístico, por la falta de apoyo por parte de los gobiernos locales y departamentales, en la implementación de estrategias como un plan de marketing y un plan estratégico que contribuyan al fortalecimiento de sus servicios, creando nuevas rutas y mejorando los escenarios, para poder contribuir al desarrollo económico exhibiendo y promocionando sus atractivos turísticos como la gastronomía, monumentos religiosos y bellezas naturales.

Es así que las agencias de turismo de la provincia de Ocaña, enfrentan un desafío frente a los diversos factores que inciden en el Catatumbo, como la inseguridad, la falta de inversión para el mejoramiento de los sitios turísticos, la ausencia de instituciones en capacitar a las agencias y en especial a la población local sobre los servicios turísticos y algo muy importante que es la falta de articulación entre las entidades del sector público y privado que puedan contribuir al desarrollo económico de la región a través de un turismo sostenible. Peñaranda, et al. (2021).

Por lo tanto, es importante que, desde el turismo en el municipio de Ocaña, se analicen, estudien y discutan los desafíos que enfrenta esta actividad comercial con el fin de poder evaluar ciertas estrategias a implementar que ayuden a fortalecer la economía local y regional.

La falta de acciones y la implementación de nuevas estrategias que generen cambios administrativos y financieros que contribuyan al crecimiento económico de las agencias de turismo, se convierte en un obstáculo para el desempeño comercial competente frente a las demás agencias, dado que no se cuenta con un respaldo administrativo y financiero que ayude a

solventar las exigencias del mercado, desaprovechando ciertas oportunidades encontradas en el municipio para el sector turismo.

Del mismo modo, esta investigación se desea contribuir desde la academia, en la implementación de estrategias y acciones, cuya finalidad es poder afianzar a las agencias turísticas del municipio que ofrecen sus servicios, para brindar a todos los visitantes una muestra de lo patrimonial, cultura, religioso y demás atractivos turísticos, que puedan generar impacto a todas aquellas personas que arriban a disfrutar de esta parte del Catatumbo, promoviendo el desarrollo económico por parte de aquellas personas o empresas que puedan aportar de una manera directa e indirecta al municipio.

Según (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020) El propósito es reactivar la economía en este municipio y su región mediante estrategias encaminadas a impulsar las reliquias existentes entre las que se puede mencionar el santuario del Agua de la Virgen de Torcoroma, el patrimonio arquitectónico del municipio, el área natural única de Los Estoraques y Piedras negras ubicadas en el municipio de Ábrego. Además, esta iniciativa busca impulsar el desarrollo económico regional mediante la generación de empleo, la estimulación de economías locales en temas como el turismo y la reorganización de la industria hotelera.

Pregunta Investigación

Ante la complejidad y relevancia del estudio, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles estrategias deben implementar las agencias de viaje que permitan convertir el turismo en motor de desarrollo aprovechando los recursos naturales y culturales del Catatumbo?

Justificación

El turismo es un sector estratégico en el desarrollo económico y social de las comunidades, para el caso del municipio de Ocaña, esta actividad es un estimulador para la transformación de su economía a través del aprovechamiento del patrimonio y su naturaleza. Sin embargo, el municipio ha presentado una decadencia económica en las últimas décadas debido a factores adversos como la violencia y la inseguridad en municipios aledaños. Es por ello que iniciativas como a ruta de La Gran Convención representando una gran oportunidad para la revitalización de la economía local. (Medina, 2016) destaca que "los medios pueden ser aliados estratégicos para cambiar percepciones negativas si se enfocan en difundir historias positivas relacionadas con el turismo".

El turismo es un sector potencial en la maximización de fuentes de ingresos y la creación de nuevos empleos de carácter directo e indirecto para el municipio de Ocaña pues ha sido una región que ha sido afectada de manera directa por el narcotráfico. Según datos del (Ministerio de Comercio, Industria y Comercio, 2024) "La participación del turismo en el valor agregado en 2023 alcanzó el 2,3 %, creciendo 0,2 puntos porcentuales respecto a 2022, y esto le permitió ascender al pasar de la undécima a la novena posición, en el listado de sectores que más aportan al valor agregado nacional" lo que resalta del sector fundamental para la recuperación económica de áreas vulnerables.

Además, una solución clave para este tipo de problemáticas es a través de un plan de manejo sostenible, este plan debe adaptarse a las fluctuaciones estacionales y establecer estrategias sostenibles que aseguren la viabilidad a largo plazo del turismo en Ocaña. La experiencia del ecoturismo en otras regiones afectadas por conflictos armados demuestra que este enfoque no solo atrae a más turistas, sino que también mejora la imagen del municipio al

asociarlo con prácticas responsables. Por ejemplo, (Muñoz, 2019) menciona cómo proyectos como Get Up And Go Colombia han logrado transformar zonas antes controladas por grupos armados en destinos culturales mediante iniciativas comunitarias sostenibles.

El impacto económico generado por el turismo va más allá del mismo sector pues contribuye en la dinamización de otras actividades como infraestructura, conservación, emprendimientos, mejora las vías de acceso terrestre y transporte aspectos esenciales en la conexión de atractivos turísticos, otro aspecto importante es el acceso a financiamiento con el fin de proteger los ecosistemas y sitios históricos, del mismo modo que fomenta el apalancamiento de microempresas en aspectos como el alojamiento, gastronomía y artesanía las cuales son claves para la reducción de pobreza y generación de empleo. Según (Medina, 2016) "el desarrollo turístico debe estar acompañado por políticas públicas que fomenten el emprendimiento local y garanticen una distribución equitativa de los beneficios económicos".

Por consiguiente, este estudio tiene el potencial de generar un impacto significativo en la economía del municipio de Ocaña, al posicionar el turismo como un motor de transformación y recuperación económica en una región históricamente afectada por la violencia y la inseguridad. El turismo, al aprovechar el patrimonio natural y cultural de Ocaña, puede diversificar las fuentes de ingreso, dinamizar el comercio local y estimular la creación de empleo tanto directo como indirecto, beneficiando a la población de la región.

En definitiva, mediante este trabajo de investigación no solo se contribuye al desarrollo turístico del municipio de Ocaña, sino que también se aporta conocimiento valioso para el impulso del turismo en toda la región, la cual ha sido afectada por el conflicto armado. Los hallazgos pueden ser aplicables a otras áreas con desafíos similares ofreciendo información

relevante para la transformación regional el cual traerá consigo aportes académicos para los futuros profesionales del sector.

Marco Teórico

El siguiente apartado presentará el marco teórico en torno al turismo:

Teoría Positivista

Para Giraldo Velásquez, et al. (2015) La teoría positivista en el estudio del turismo se enfoca principalmente en el análisis cuantitativo y estadístico del fenómeno, prestando atención especial a aspectos económicos como la generación de ingresos, los flujos de turistas y el consumo de bienes y servicios. Este enfoque se basa en la medición y sistematización de datos para describir, verificar y proyectar los acontecimientos relacionados con el turismo, centrándose en la actividad comercial y dejando de lado aspectos sociales y culturales más profundos del turismo.

El Turismo en la Perspectiva del Estructural Funcionalismo

Para Giraldo Velásquez, et al. (2015) el turismo es considerado como un todo bien estructurado, con sus relaciones de interdependencias entre los elementos que lo conforman precisando las estructuras que le dan sentido. Este enfoque estudia el turismo atendiendo sus componentes, funciones y estructuras, como sistema complejo. Analiza cómo cada elemento del turismo (agentes, operadores, servicios, turistas) cumple un papel determinado en el conjunto y cómo interactúan entre sí.

Sistema Turístico de Cuervo

Para (Cuervo, 1967) el turismo es un gran conjunto compuesto de los subconjuntos siguientes:

C1) Los medios de comunicación aérea, automovilística, ferroviaria, marítima, fluvial, etcétera.

C2) Los establecimientos de hospedaje, hoteles, albergues y hoteles.

C3) Las agencias de viajes.

C4) Los guías de turismo.

C5) Los restaurantes, cafés y demás establecimientos en los que una población flotante obtiene los servicios de alimentos y bebidas.

C6) Los establecimientos comerciales dedicados a la venta de recuerdos, artículos de viaje y demás artículos del consumo usual de los viajeros.

C7) Fabricantes de cuadros y demás artículos de consumo usual de los viajeros.

C8) Artesanos dedicados a la producción de objetos típicos,

C9) Centros de diversión, cuya clientela está formada por una cantidad significativa de población flotante.

Cada uno de estos subconjuntos se divide, a su vez, en otros subconjuntos, como en el ejemplo siguiente (Cuervo, 1967):

$$C = \{A1, A2, A3, \dots A10\}$$

donde C1 = transportes

A1= transportes aéreos nacionales

A2= transportes aéreos internacionales

A3= transportes en autobuses nacionales

A4 = otros tipos de transportes

El análisis de Cuervo se basa también en el supuesto de que el turismo es un conjunto cuya función es la comunicación:

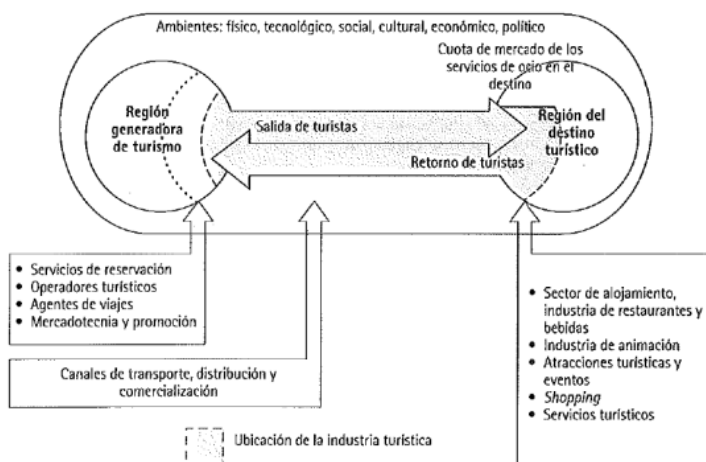
Si se acepta que, mediante el viaje, ocurre una comunicación, se puede aceptar como hipótesis válida que el conjunto turismo es un “sistema”, y que para este sistema es posible determinar una función que, en este caso, es la comunicación. (Cuervo, 1967)

Sistema Turístico de Leiper

Según (Leiper, 1990) un modelo de sistema turístico compuesto de cinco elementos, que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen del viajante (el origen o el ambiente usual de convivencia del viajante), una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino, y la región del destino turístico. Los otros dos elementos son el turista y la industria del turismo y de los viajes (centros de información turística, medios de hospedaje, etc.). De acuerdo con Leiper (1990), la interacción de estos cinco elementos es influida por factores externos y, a su vez, este mismo sistema impacta sobre los diferentes ambientes, tales como el humano, el sociocultural, el económico, tecnológico, físico, político, legal, etc., e influye a medida que los viajeros pasan a través de la región de tránsito

Figura 1

Modelo del Sistema Turístico de Leiper



Nota. Adapata de Leiper (1990)

En el sistema de Leiper, cada uno de los elementos no sólo interactúa con el sistema contribuyendo con la existencia del producto turístico, sino también es impactado por el mismo

Sistema turístico de Molina

Según (Molina, 1997) el estudio sistémico del turismo está poco desarrollado, en especial en América Latina, el turismo, visto como un sistema, está formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común. Las partes o subsistemas que forman el sistema turístico son:

La superestructura: organizaciones del sector público y privado; leyes, regulaciones, proyectos y programas

La demanda: turistas residentes en el país y en el extranjero.

La infraestructura: aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, telefonía, etcétera, Los atractivos: naturales y culturales.

El equipamiento y las instalaciones: hoteles, moteles, campings, trailer parks, restaurantes, cafés, agencias de viaje, piscinas y canchas de tenis, entre otros

La comunidad receptora: residentes locales relacionados directa o indirectamente con el turismo.

Teoría del Turismo como Estrategia de Desarrollo Local y Regional

Según Montoya Vargas, et al. (2024) las políticas públicas en turismo son fundamentales para el desarrollo local influyendo de manera significativa en las dimensiones económica, política y ambiental. Asimismo, el estudio evidencia que estas políticas no solo mejoran las condiciones socioeconómicas de la comunidad, sino que también promueven la sostenibilidad y la conservación del patrimonio cultural y natural. Para maximizar estos beneficios, es crucial adoptar un enfoque integral e inclusivo que contemple las necesidades y perspectivas de todos los actores involucrados.

Teoría del Efecto Multiplicador del Turismo

Según (FasterCapital, s.f.) El efecto multiplicador del turismo destaca cómo el turismo puede estimular el crecimiento económico y crear oportunidades de trabajo. El concepto del efecto multiplicador es simple: cuando un turista gasta dinero en un destino, ese dinero circula en toda la economía local, creando un efecto dominó que ayuda a estimular el crecimiento económico.

Además, cuenta con los siguientes efectos:

Creación de empleo: el efecto multiplicador del turismo también es evidente en la creación de empleo. A medida que la industria turística crece, crea oportunidades de trabajo directamente relacionadas con el turismo, como los guías turísticos y el personal del hotel. Sin embargo, también crea oportunidades de trabajo indirectas, como las de la cadena de suministro, como los agricultores locales que brindan alimentos a restaurantes y tiendas que venden recuerdos y arte.

Áreas rurales: el efecto multiplicador del turismo también puede ser particularmente beneficioso en las zonas rurales. El turismo puede proporcionar un impulso significativo a las economías rurales, que a menudo luchan por atraer inversiones y crear oportunidades de trabajo

Turismo sostenible: el efecto multiplicador del turismo también se puede utilizar para promover el turismo sostenible. El turismo sostenible significa que el turismo se desarrolla de una manera que es medio ambiente, social y económicamente sostenible. Al promover el turismo sostenible, los beneficios del efecto multiplicador del turismo se pueden maximizar mientras minimizan los impactos negativos.

Marco Conceptual

Impacto Económico de la Actividad Turística

El turismo es uno de los factores claves del crecimiento económico debido a su capacidad de generar ingresos, la creación de empleo y la promoción del desarrollo regional. Este sector abarca una amplia cantidad de actividades y servicios entre las cuales se puede mencionar el transporte, alojamiento, comida y entretenimiento, los cuales se interrelacionan con otros sectores de la economía. Según (Barrera, 2021) el turismo no solo impulsa la economía local mediante la generación de divisas, sino que también estimula la inversión en infraestructura y mejora la calidad de vida de las comunidades receptoras. Además, este impacto económico se refleja en el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que suelen ser actores clave en la oferta turística.

El turismo presenta gran repercusión en las economías locales pues no solo es beneficio directo a proveedores turísticos, sino que impacta indirectamente en otros sectores como el comercio y emprendimientos.

Cadena del Valor del Turismo

La Cadena del Valor Turismo es el marco que descompone las etapas del proceso turístico con el fin de lograr optimización en ciertas áreas. Según la Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo, s.f.) esta cadena incluye actividades primarias como la formulación de políticas públicas, planificación integrada, desarrollo de productos turísticos y su comercialización. También abarca actividades de apoyo, como la capacitación del personal, la promoción de alianzas público-privadas y la implementación de tecnologías innovadoras.

La importancia de este proceso radica en la capacidad de mejorar el rendimiento del sector a partir de la identificación de oportunidades para la mejora de la calidad del servicio, la reducción de los costos y el aumento de la competitividad.

Turismo Sostenible

El turismo sostenible es un modelo que busca equilibrar los beneficios económicos con la conservación ambiental y el respeto por las culturas locales. Según (BBVA, 2024) este enfoque minimiza el impacto sobre el medio ambiente garantizando que la explotación de recursos naturales se mantenga por debajo de sus límites de renovación. Esto incluye prácticas como el uso eficiente del agua y la energía, la gestión adecuada de residuos y la protección de ecosistemas sensibles. Además de ello, el turismo sostenible promueve una relación armoniosa entre turistas y comunidades.

Turismo Inteligente

El turismo inteligente es la tendencia de uso de tecnologías innovadoras para mejorar la experiencia de los turistas. Según (Canorea, 2023) este enfoque se basa en herramientas como Big Data, Internet de las Cosas (IoT) y aplicaciones móviles para recopilar información en tiempo real sobre las preferencias de los turistas y gestionar recursos de manera más eficiente. Un ejemplo claro de ello es el análisis de datos masivos sobre el comportamiento de los visitantes con el fin de adaptar sus ofertas y tendencias a sus ofertas.

Turismo como Motor de Desarrollo

El turismo posee dinamismo y capacidad de adaptación a las diferentes necesidades de los turistas. Según (Cuadra, 2017) la globalización ha transformado las motivaciones de los viajeros, quienes buscan experiencias únicas y diferenciadas. Esto conlleva al surgimiento de

nuevas metodologías de turismo como el rural, siendo relevantes en el municipio de Ocaña debido a su potencial mejora económica a partir de su aplicación.

Economía

Es una ciencia social que estudia la producción, distribución y consumo de bienes y servicios dentro del sistema económico. Según (De Ceupe, 2022) y (Qonto, 2024), esta disciplina analiza las interacciones entre diversos agentes económicos como consumidores, empresas y gobiernos. En el contexto turístico, la economía proporciona un marco teórico para entender cómo las actividades turísticas influyen en variables macroeconómicas como el empleo, el crecimiento económico y los ingresos fiscales.

El turismo es de vital importancia en la economía debido a su capacidad para generar ingresos significativos a través del gasto turístico. Además, fomenta inversiones en infraestructura básica como aeropuertos, carreteras y sistemas eléctricos que benefician tanto a los turistas como a las comunidades locales.

Turismo

Turismo es conocido como un fenómeno social, cultural y económico que se traduce en el desplazamiento temporal de personas hacia lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales o profesionales (Glosario de términos de turismo, s.f.). Este fenómeno tiene implicaciones significativas tanto a nivel local como global al generar ingresos directos e indirectos para las comunidades receptoras. Además, contribuye a un impacto positivo a partir del fomento de interacciones entre culturas.

Conflicto Armado

El conflicto armado se define como el enfrentamiento violento entre grupos humanos resultando en muerte y destrucción material. (Anónimo, s.f.) Estos conflictos tienen efectos devastadores sobre las economías locales al destruir infraestructuras turísticas clave como hoteles, restaurantes o atracciones culturales. Estos conflictos generan percepciones negativas sobre seguridad que disuaden a potenciales turistas.

Desempleo

El desempleo se refiere a la situación en la que personas en edad laboral no tienen empleo a pesar de estar disponibles para trabajar (La Red Cultural del Banco de la República, 2018). La disminución de la demanda turística es una afectación grave en las oportunidades presentes y las disponibles. Por otro lado, cuando se gestiona adecuadamente, el turismo puede actuar como una solución al desempleo al generar empleos directos e indirectos en sectores relacionados con servicios turísticos.

Desarrollo Sostenible

El desarrollo sostenible se basa en la búsqueda de soluciones a las necesidades presentes sin comprometer a las futuras. Según (García, 2023) este enfoque implica adoptar prácticas responsables que aseguren un equilibrio entre crecimiento económico y conservación ambiental. En el contexto turístico, esto incluye estrategias como promover energías renovables en hoteles o implementar políticas para proteger sitios culturales e históricos.

Metodología

Para abordar esta temática es necesario establecer un marco metodológico preciso que permita la recolección, análisis e interpretación de datos.

Diseño de la Investigación

La metodología que se implementó en la investigación fue de enfoque cuantitativo, mediante la cual se buscaron analizar datos numéricos e identificar variables particulares del estudio. Para ello, se aplicó una encuesta a las agencias turísticas identificadas y, a partir de esto, se recopiló información valiosa que permitió obtener resultados estructurados por parte de la población objeto de estudio.

Enfoque de la Investigación

Como lo establece Babativa (2017), la investigación cuantitativa aplicada al campo social se apropia de una visión de lo que real y permanentemente suele suceder, permitiéndole al investigador crear una postura objetiva, para conocer y demostrar la generación de la causa y efecto teniendo en cuenta las variables particulares identificadas en la investigación.

El tipo de investigación que se utilizara es de tipo descriptiva, con cual se busca describir de una manera detallada las variables relacionadas con el objeto de estudio. Guevara, Verdesoto & Castro (2020) como el “tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con otras fuentes”.

Población y Muestra

Acorde a la Cámara de comercio de Ocaña (2025), la población objeto de estudio de esta investigación estuvo constituida por las 15 agencias de viaje y turismo del municipio de Ocaña,

considerados actores principales en el fomento del turismo tanto en el municipio como en la provincia pues este grupo resulta relevante y significativo para el desarrollo económico del sector turístico en la región. Dada la limitada cantidad de agencias, se optó por incluir la totalidad de ellas en la investigación y aplicarles la encuesta, con el propósito de realizar un censo, ya que el reducido número de unidades permite abarcar a toda la población objetiva, lo cual ofrece resultados más precisos y representativos

Técnicas de Investigación

Para la recolección de los datos obtenidos, se empleó la aplicación de una encuesta, en la que se obtuvo información relevante que permitió conocer los servicios ofertados por las agencias de turismo, las estrategias empleadas para la oferta de estos y la percepción que tenían las agencias en el municipio.

Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento utilizado para la recolección de datos en esta investigación consistió en una encuesta dirigida (Ver Anexo 1), el cuestionario estuvo estructurado con preguntas cerradas que permitieron obtener información precisa sobre variables clave como los servicios turísticos ofrecidos, el perfil de los clientes, la percepción del Catatumbo como destino, las limitaciones para operar en la región, las estrategias de promoción, el interés en desarrollar nuevos paquetes turísticos y la disposición para establecer alianzas. Esta información facilitó el análisis cuantitativo de la metodología de trabajo, además permitió identificar las necesidades del sector turístico local y fundamentar propuestas para mejorar las condiciones y la competitividad de las agencias en la región.

Evaluación de los Recursos Naturales, Culturales y Turísticos

Según (Turismo Norte de Santander, 2021) Ocaña es conocido en la región por dos pilares que lo hacen destino único en el departamento. El primero de ellos es el Turismo; Ocaña presenta un gran número de lugares atractivos e históricos que no puedes dejar de visitar; desde plazas y Museos, hasta iglesias y reservas naturales. El segundo pilar es la comida típica ocañera, arepas, tamales, pan, cebollitas y dulces.

Culturalmente, Ocaña y su entorno histórico son un enclave de gran importancia. El municipio posee un amplio patrimonio arquitectónico y cultural, incluyendo monumentos históricos que constituyen el patrimonio tangible que ayuda a fomentar un turismo cultural y de memoria histórica en la región, entre los cuales se puede mencionar que según (Vergel Quintero & Pacheco Carrascal, 2015) en Ocaña, uno de los monumentos más sobresalientes es la Columna de la Libertad de los Esclavos, única a nivel nacional por conmemorar la abolición de la esclavitud y por su diseño arquitectónico distintivo. Este monumento está compuesto por cinco anillos concéntricos que simbolizan los cinco países bolivarianos liberados por Simón Bolívar, y se encuentra ubicado en la Plaza 29 de Mayo, declarada Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional (Romero, 2020).

Figura 2*Columna de la Libertad de los Esclavos*

Nota. Tomado de (Pacheco, 2012)

La columna de la libertad de los esclavos es un monumento único en Colombia que testimonia la liberación de los esclavos en el país, además es un sitio que no solo permite a los visitantes conocer un hecho crucial de la historia colombiana, sino que también invita a la reflexión sobre la lucha por la libertad y la dignidad humana.

Entre los espacios religiosos destaca la Catedral de Santa Ana, construida en 1576 en estilo barroco y ubicada frente a la Plaza 29 de Mayo. El Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de la Virgen de Torcoroma, situado a 20 minutos del casco urbano, es un centro de gran devoción desde su aparición en 1711, con una iglesia colonial construida en 1749.

Figura 3*Catedral de Santa Ana*

Nota. Tomado de (Wikipedia, 2015)

La Catedral de Santa Ana ofrece a los visitantes no solo un espacio de culto, sino también un lugar para admirar el patrimonio artístico y arquitectónico, además de conectarse con la historia religiosa y social de la región. Su ubicación en el parque principal de Ocaña la convierte en un punto emblemático dentro de la ciudad, accesible y con un valor simbólico fuerte para la comunidad local.

Entre los museos, sobresale la Casona-museo Antón García de Bonilla, edificio colonial del siglo XVII restaurado entre 1970 y 1974, declarado Bien cultural departamental en 2003 y ubicado en el centro histórico de Ocaña. También el Museo de la Gran Convención, ejemplo de arquitectura institucional colonial construido entre 1583 y 1584, que forma parte de la Red Nacional de Museos y fue convento franciscano hasta el siglo XIX (Academia de Historia de Ocaña, 2010)

Figura 4*Museo Antón García Bonilla*

Nota. Tomado de (La Opinión, s.f.)

El Museo es un atractivo turístico esencial para quienes buscan conocer la identidad y herencia cultural de Ocaña. Su valor radica tanto en la riqueza de sus colecciones como en su edificio histórico que también es un patrimonio arquitectónico.

En cuanto a los espacios públicos, Ocaña cuenta con varias plazas y parques históricos como la Plazuela San Francisco, Plazuela San Agustín, Parque 29 de Mayo y Plazuela de la Gran Convención, sitios relevantes para la vida social y cultural de la comunidad local.

Figura 5*Plazuela San Francisco*

Nota. Tomado de (Sarabia J. , 2021)

Estos espacios públicos son atractivos turísticos muy valiosos porque no solo conservan el patrimonio histórico y cultural, sino que también promueven la interacción social y ofrecen un punto de partida para explorar otros sitios de interés de Ocaña. Fomentar su visita es esencial para consolidar el turismo cultural y urbano en la región

La naturaleza también tiene su lugar, con recursos como el río Algodonal y la Reserva ecológica Ave Hormiguero, esta última establecida en 2006 para conservar el hábitat del Hormiguero Pico de Hacha, un ave en peligro de extinción redescubierta en la zona después de 40 años (Conservación Ambiental, 2006)

Figura 6*Reserva de Aves de Hormiguero de Torcoroma*

Nota. Tomado de Ocaña Hoy

El río Algodonal proporciona espacios recreativos, paisajes y ambientes perfectos para el ocio y el turismo rural. Por su parte, la Reserva Ave Hormiguero aporta una vivencia especializada para el turismo de naturaleza, el aviturismo y la investigación, conectando al visitante con la importancia de conservar las especies y los ecosistemas de la región.

Por último, en el ámbito festivo y gastronómico, Ocaña destaca por sus carnavales, la Semana Santa, la Fiesta de la Virgen de Torcoroma y el Desfile de los Genitores, evento que recrea en comparsas la historia local y que es declarado Patrimonio Cultural de la Nación.

Según (Vergel Quintero & Pacheco Carrascal, 2015) desde el punto de vista turístico y cultural el municipio de Abrego posee excelentes condiciones climáticas y geográficas, vías de acceso, adecuada infraestructura hotelera, servicios públicos y comercio en general, una gran riqueza cultural reflejada en manifestaciones artísticas, fiestas populares y religiosas, riqueza turística representada en atractivos escenarios naturales y religiosos. Cuenta con trece (13) sitios turísticos declarados como Bienes de Interés Cultural de Carácter Nacional, Departamental y Municipal. Entre los monumentos se encuentran: Monumento a la cebolla cabezona, monumento

a Mercedes Ábrego de Reyes, Busto Francisco de Paula Santander y monumento a la Inmaculada Concepción.

Figura 7

Monumento a la Cebolla Cabezona



Nota. Tomado de Mapcarta

Ábrego posee los elementos necesarios para consolidarse como un destino turístico sustentado en la naturaleza, la historia y la cultura local. Ofrece experiencias variadas tanto para quienes buscan turismo ecológico como para quienes valoran lo patrimonial y tradicional.

Además, el municipio de la Playa de Belén cuenta con el templo religioso San José de la playa, su parque Ángel Cortes y el Cementerio, convertido como mirador para los visitantes; posee riquezas naturales como el Área Natural única los Estoraques, integrada al sistema de Parques Nacionales, en su recorrido de 640 hectáreas se observan figuras esculpidas por la brisa y la erosión en piedra rojiza, lo cual se convierte en inspiración de artistas, poetas y enamorados; los aposentos con su templo natural María madre de belén y el cerro de los cristales.

Figura 8*Los Estoraques*

Nota. Tomado de (Carvajal, 2021)

La Playa de Belén es un destino turístico ideal para quienes buscan una experiencia auténtica que combine la belleza arquitectónica colonial con la riqueza natural. Su clima agradable, su ambiente acogedor y la preservación de sus tradiciones la convierten en una alegría turística de Norte de Santander, perfecta para el turismo cultural y ecológico. La conservación de su estilo y su entorno natural es un gran valor que debe potenciarse para fortalecer el turismo sostenible en la región.

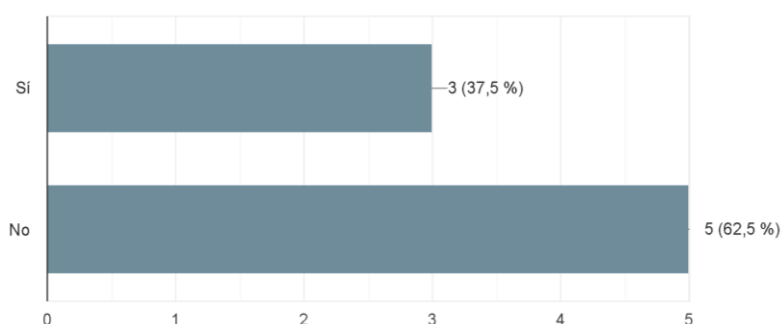
Oportunidades y Barreras para el Fortalecimiento del Turismo

El presente estudio se centra en cómo puede el turismo en el Catatumbo convertirse en un motor de desarrollo económico sostenible para el municipio de Ocaña y luego de la aplicación del instrumento de investigación se arrojan los siguientes resultados:

Paquetes Turísticos que Incluyen el Catatumbo o Municipio de Ocaña

Figura 9

Paquetes Turísticos que Incluyen al Catatumbo o el Municipio de Ocaña



Nota. Autoría propia.

La mayoría de los encuestados (62,5%) respondió que no ofrece actualmente paquetes turísticos que incluyan el Catatumbo o el municipio de Ocaña. Solo un 37,5% indicó que sí lo hace.

Esto evidencia que existe una limitada oferta de paquetes turísticos hacia estas zonas, mencionando además quienes mencionan no ofertarlos expresan que no han visto la necesidad o el interés de la comunidad por consumir este tipo de paquetes y el incluirlos es un riesgo a nivel de demanda.

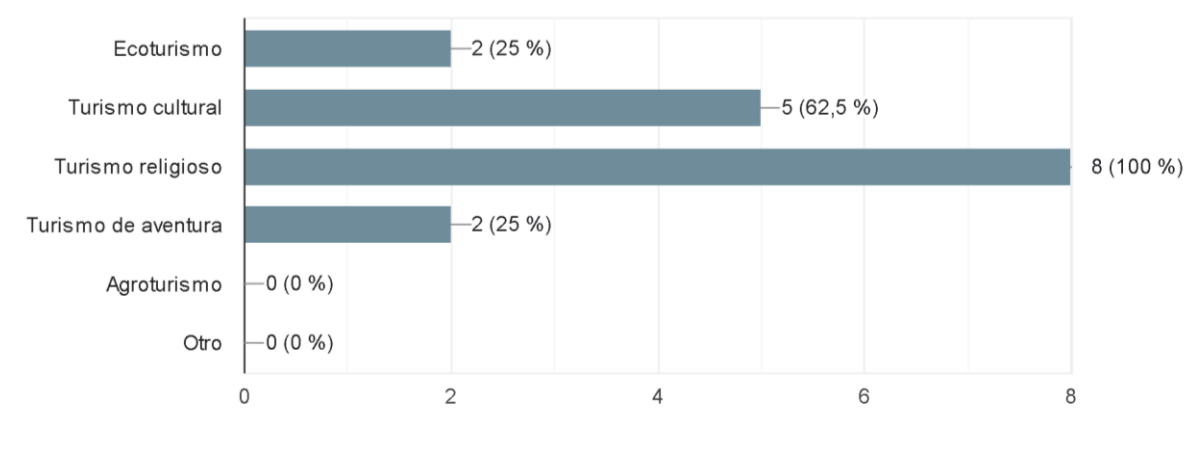
La oferta turística actual se concentra principalmente en destinos del Caribe colombiano,

como Cartagena, Santa Marta y Barranquilla, que son los paquetes más ofertados por los operadores turísticos. Estos destinos, reconocidos por sus playas, patrimonio histórico y actividades recreativas, atraen mayormente a clientes nacionales que buscan experiencias culturales, de descanso y aventura dentro del país. Esta tendencia responde a la alta demanda interna, ya que los viajeros colombianos suelen elegir estos destinos por su accesibilidad, infraestructura turística consolidada y la riqueza cultural y natural que ofrecen, consolidando así la región Caribe como el principal motor del turismo nacional.

Turismo de Mayor Potencial

Figura 10

Servicios Turísticos Ofrecidos por las Agencias



Nota. Autoría propia.

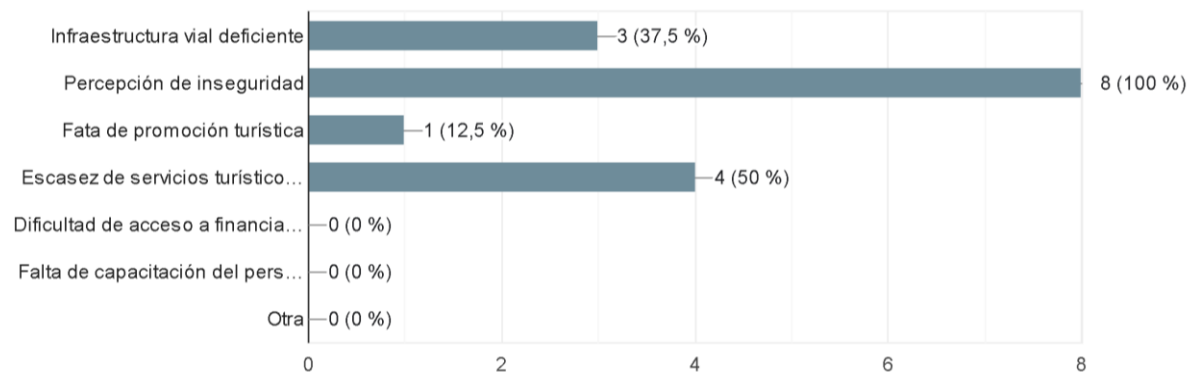
El turismo religioso es identificado por la totalidad de los encuestados (100%) como el tipo de turismo con mayor potencial en la región. Esto sugiere que tanto el Catatumbo como Ocaña y sus alrededores cuentan con una oferta significativa de patrimonio religioso, festividades, rutas de peregrinación o sitios de interés espiritual que pueden atraer visitantes. El

ecoturismo y el turismo de aventura se reconocen, pero con menor fuerza, mientras que el agroturismo no se visualiza actualmente como una opción relevante. Esto sugiere que las estrategias de promoción y desarrollo turístico en la región deberían enfocarse principalmente en potenciar y visibilizar los atractivos religiosos y culturales, sin descuidar el fortalecimiento de la oferta de naturaleza y aventura para diversificar el portafolio turístico a mediano plazo.

Factores Limitantes

Figura 11

Factores que Limitan la Operación de la Agencia en la Región



Nota. Autoría propia.

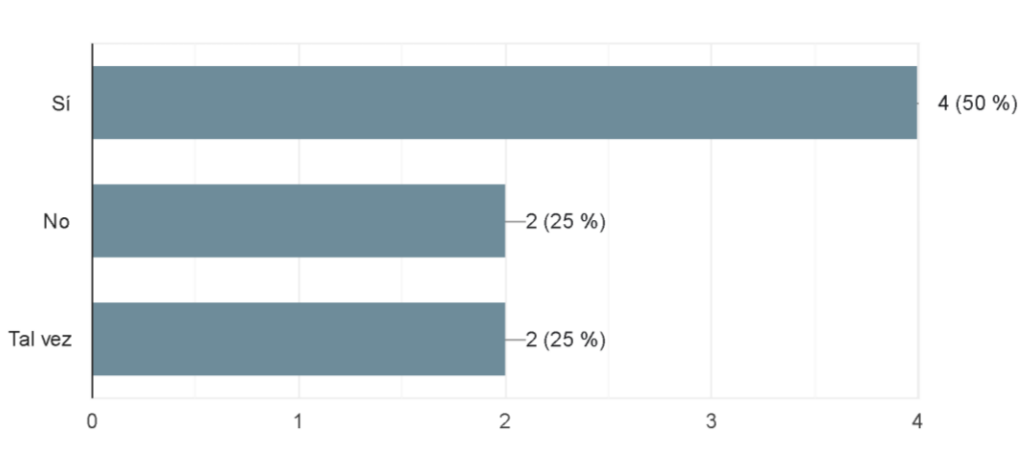
Uno de los principales factores limitantes del turismo en la región es la percepción de inseguridad por turistas externos la cual representa el 100%. Según Infante Rivera, et al. (2024) La percepción de inseguridad tiene un efecto directo y negativo sobre la llegada de turistas a un destino. Los visitantes potenciales suelen priorizar su bienestar personal y tienden a evitar lugares con altos índices de criminalidad o con una imagen pública deteriorada por la violencia. Además de ello también existen otros factores como la infraestructura vial deficiente 37,5%,

falta de promoción turística con un 12,5% y la escasez de servicios turísticos a nivel local como hoteles, guías, etc con un 50%.

Inversión de Paquetes Turísticos en el Catatumbo

Figura 12

Interés en Invertir o Desarrollar Nuevos Paquetes Turísticos en el Catatumbo

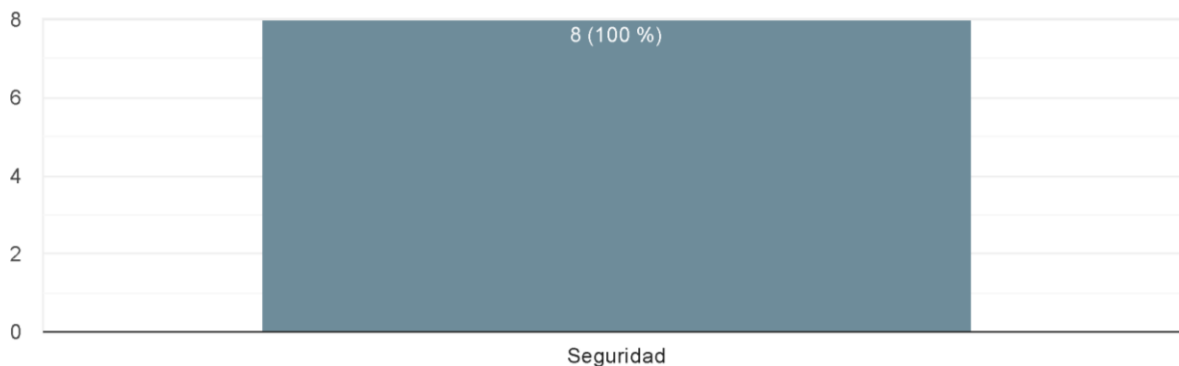


Nota. Autoría propia.

A partir del estudio se encuentra que el 50% de las agencias turísticas afirman su deseo por invertir en paquetes turísticos para la región motivándose por la necesidad de una reactivación económica a partir de la búsqueda de alternativas sostenibles frente a los desafíos sociales de seguridad de la zona. Sin embargo, el 25% de las agencias responde de manera negativa y el otro 25% menciona que tal vez, aunque no se encuentre en sus planes.

Figura 13

Requerimiento para Invertir



Nota. Autoría propia.

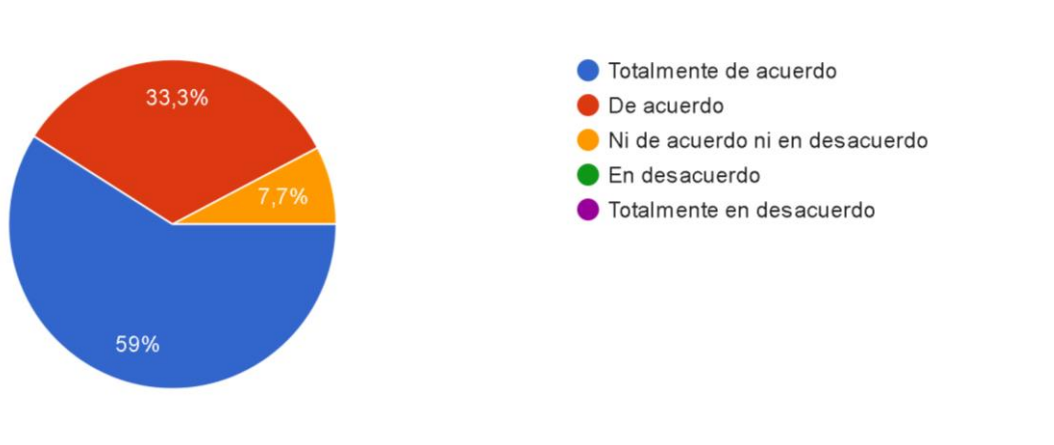
Por lo tanto, coincide el 100% de las agencias turísticas que la seguridad es un factor primordial para el turismo, ya que influye decisivamente en la elección de destinos por parte de los viajeros. La percepción de seguridad es fundamental para atraer turistas, quienes priorizan su bienestar y evitan lugares con altos índices de criminalidad o violencia

Es fundamental conocer la opinión de la población de la región del Catatumbo sobre el turismo, pues su percepción y participación son clave para diseñar estrategias que respondan a sus necesidades y expectativas. La región ha vivido una situación de violencia y desplazamiento que ha afectado profundamente su tejido social y económico, por lo que entender cómo los habitantes valoran el turismo puede contribuir a construir un modelo sostenible y seguro que promueva la paz y el desarrollo local, por ello se realiza el siguiente análisis de sus respuestas:

Potencial del Turismo en la Región para el Desarrollo Económico

Figura 14

Considera que el Turismo en la Región del Catatumbo tiene un Gran Potencial para Impulsar el Desarrollo Económico de Ocaña



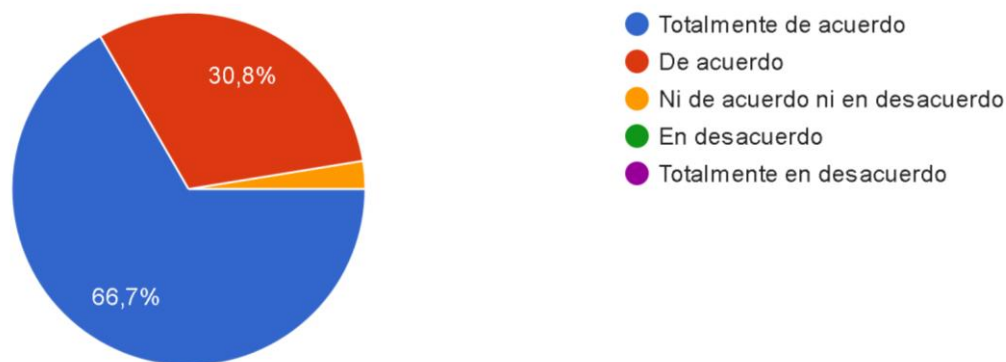
Nota. Autoría propia.

De los habitantes de la región el 59% manifestó estar totalmente de acuerdo, lo que representa la mayoría y refleja un alto nivel de confianza en el turismo como una herramienta clave para el crecimiento económico local. Además, un 33,3% indicó estar de acuerdo, lo que confirma que casi la totalidad de los participantes 92,3% percibe al turismo como una oportunidad importante para el progreso de la región. Por otro lado, un 7,7% se mostró neutral, al seleccionar la opción "ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo cual puede interpretarse como una falta de información suficiente, dudas o necesidad de mayor evidencia sobre el impacto del turismo en la economía local. Es importante resaltar que no se registraron respuestas en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que indica una ausencia de oposición significativa a esta idea.

Generación de Empleo

Figura 15

El Turismo Puede ser una Fuente Importante de Generación de Empleo para la Comunidad Local



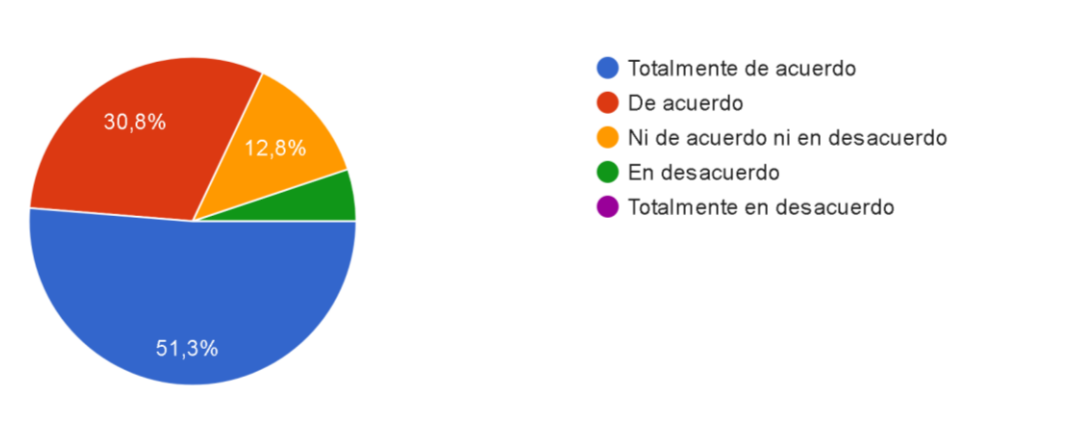
Nota. Autoría propia.

La mayoría de los encuestados, equivalente al 66,7%, respondió que está totalmente de acuerdo con esta afirmación, lo que demuestra una fuerte percepción positiva sobre el potencial del turismo como generador de oportunidades laborales en el entorno local. A esta cifra se suma un 30,8% que está de acuerdo, lo que indica que un 97,5% de los participantes respalda, en distintos niveles, la idea de que el turismo puede impactar favorablemente el empleo. Solo un pequeño porcentaje, el 2,6%, eligió la opción "ni de acuerdo ni en desacuerdo", lo que denota una postura neutral o posiblemente falta de información suficiente para emitir un juicio claro.

La Inseguridad y el Conflicto Armado como Principales Obstáculos

Figura 16

La inseguridad y el Conflicto Armado Representan los Principales Obstáculos para el Desarrollo del Turismo en Ocaña



Nota. Autoría propia.

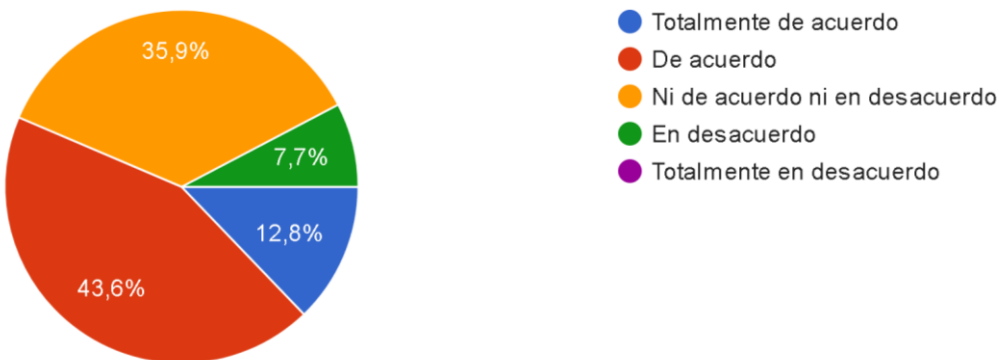
La mayoría de los encuestados, un 51,3%, expresó estar totalmente de acuerdo, lo cual evidencia una percepción clara de que estos factores representan una barrera significativa para el crecimiento turístico en la región. A este grupo se suma un 30,8% que está de acuerdo, consolidando así un 82,1% del total de respuestas que coincide en señalar la inseguridad y el conflicto armado como los principales desafíos que enfrenta el sector turístico local.

Por otro lado, un 12,8% de los participantes adoptó una postura neutral, al elegir “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que podría indicar dudas, falta de información o una visión más equilibrada sobre las causas que limitan el turismo en Ocaña, solo un 5,1% manifestó estar en desacuerdo.

Beneficios del Desarrollo Turístico

Figura 17

La Comunidad Local está Involucrada y se Beneficia Directamente del Desarrollo Turístico en Ocaña



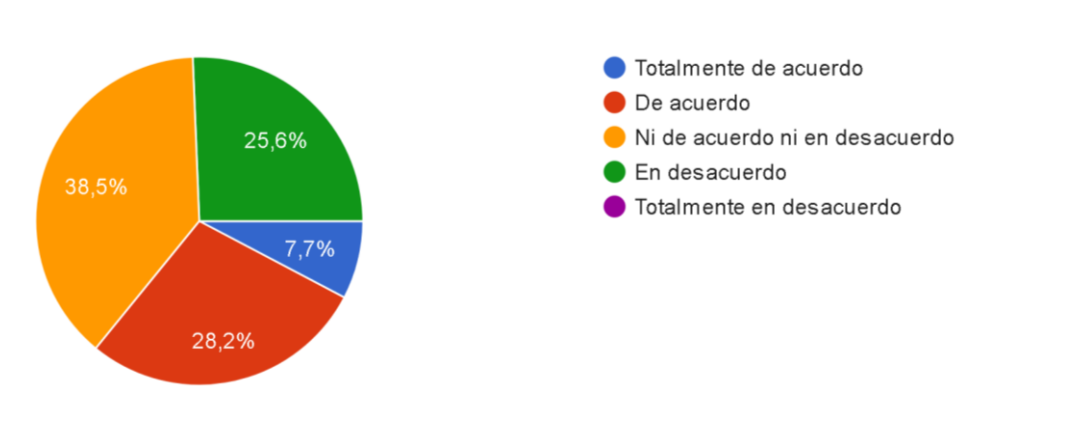
Nota. Autoría propia.

El mayor porcentaje de respuestas corresponde a la opción “De acuerdo” con un 43,6%, lo que indica que una parte significativa de los encuestados considera que sí existe cierta participación y beneficio directo para la comunidad local en el desarrollo turístico. Sin embargo, un 35,9% seleccionó “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, reflejando una actitud neutral o posiblemente una falta de claridad o evidencia sobre la participación real de la comunidad. Esta cifra es considerable y sugiere que, para muchas personas, el impacto del turismo en la vida local no es evidente o es percibido como limitado.

Servicios de Calidad

Figura 18

Las Agencias Turísticas Locales están Preparadas para Ofrecer Servicios de Calidad que Satisfagan a los Visitantes



Nota. Autoría propia.

A partir del análisis se puede evidenciar que el mayor porcentaje de respuestas, con un 38,5%, corresponde a la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que indica una alta proporción de personas que no tiene una opinión clara o considera que la preparación de las agencias es limitada o insuficiente para ser categorizada como satisfactoria. Esta falta de certeza podría estar relacionada con la poca visibilidad de estas agencias, falta de experiencias directas o calidad de servicios inconsistente.

El 28,2% de los encuestados indicó estar de acuerdo, lo cual señala que una parte de los participantes sí percibe un nivel aceptable de preparación y calidad por parte de las agencias locales. Sin embargo, solo un 7,7% expresó estar totalmente de acuerdo, lo que indica un bajo nivel de confianza plena en los servicios turísticos actuales.

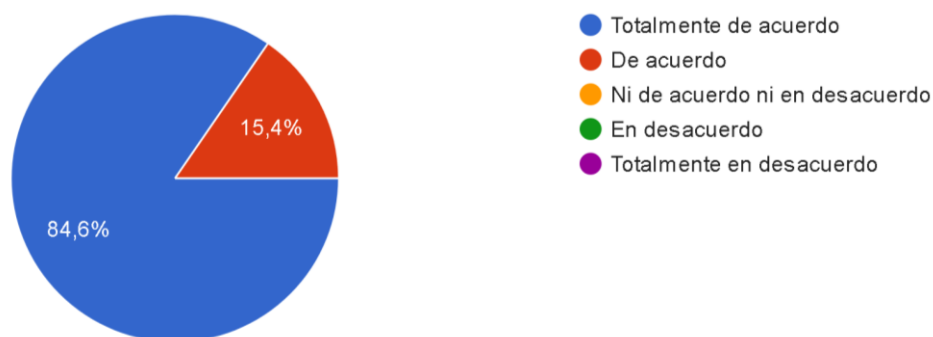
De manera significativa, un 25,6% manifestó estar en desacuerdo, lo que evidencia una preocupación importante sobre la capacidad real de estas agencias para ofrecer servicios de

calidad que satisfagan las expectativas de los visitantes.

Turismo como Mejora a la Imagen de la Zona

Figura 19

La Promoción de un Turismo Responsable puede Mejorar la Imagen del Municipio y Atraer Turistas Nacionales e Internacionales



Nota. Autoría propia.

Se logra evidenciar que un 84,6% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo, lo que refleja una amplia posición favorable para situar a la región en el escenario turístico, tanto a nivel nacional como internacional. Esta alta cifra sugiere que los habitantes no solo reconocen el impacto económico del turismo, sino también su capacidad de transformar la percepción externa del territorio.

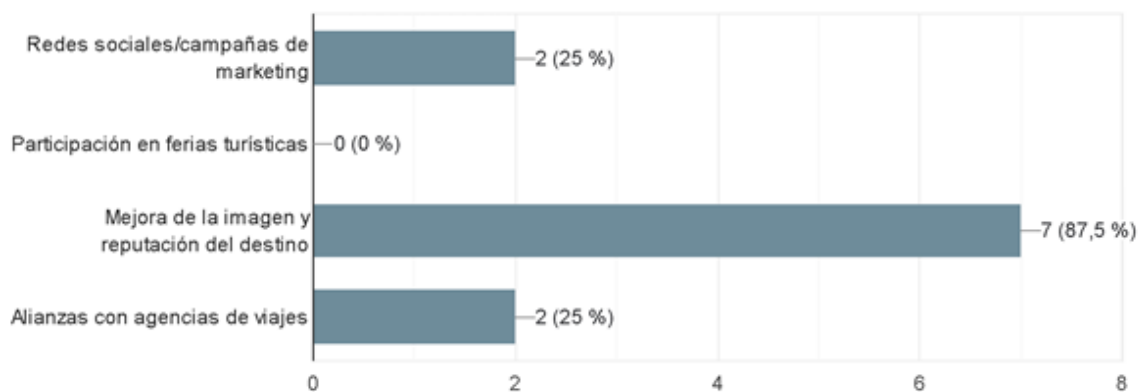
Adicionalmente, un 15,4% manifestó estar de acuerdo, lo que refuerza aún más el respaldo a la afirmación, ya que el 100% de las respuestas se concentra entre el acuerdo total y parcial.

Estrategias para el Impulso de la Economía Local

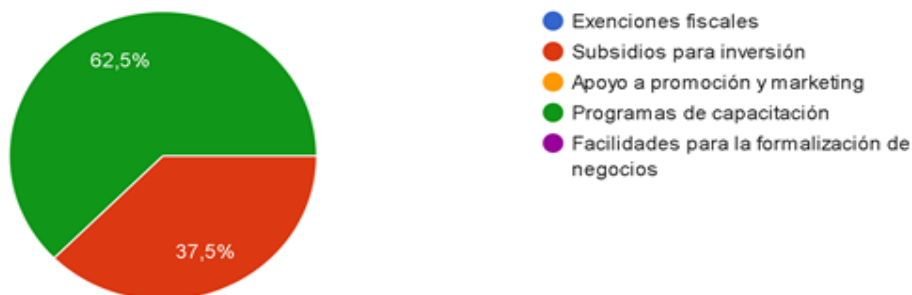
A partir del análisis realizado a las agencias turísticas se evidencia que la mejora de la imagen de un destino turístico es clave para atraer más visitantes y fortalecer la competitividad del sector. Para lograrlo, se deben implementar estrategias integrales que combinen marketing, comunicación y experiencia del visitante. A partir de ello, se logra evidenciar que el 87,5% de las agencias mencionan que la mejora de imagen y reputación del destino es un factor clave para la consecución de turistas, además de ello expresan el 25% que las redes sociales y campañas de marketing, así como las alianzas con las agencias de viajes son de vital importancia para la promoción de los paquetes.

Figura 20

Estrategias de Impulso para la Economía Local



Nota. Autoría propia.

Figura 21*Programas de Apoyo*

Nota. Autoría propia.

Además de ello, el apoyo gubernamental en programas de capacitación es de vital importancia para el fortalecimiento de las competencias del sector lo que equivale a un 62,5%, mejorando así la calidad del servicio y se sugiere el apoyo de subsidios de inversión por parte del gobierno nacional logrando así la participación ciudadana y la mejora de la calidad de vida de los habitantes a través de la creación de empleo y la dinamización de la economía.

Por lo tanto, se hace necesaria la construcción de un plan de manejo a través de diferentes estrategias las cuales dan paso a la mejora no sólo de la economía local sino al manejo del turismo a nivel regional.

El plan de manejo consta de las siguientes estrategias aplicables de la siguiente manera:

Tabla 1*Plan de Manejo*

Estrategia	Objetivo	Actividades	Responsables	Indicadores	Tiempo
Impulsar redes sociales	Aumentar la visibilidad y promoción del destino en plataformas digitales.	- Crear y gestionar actualizaciones a los perfiles oficiales	Agencias de Turismo, equipo de marketing	Incremento en seguidores, interacciones y alcance en redes.	6 meses
		- Publicar contenido semanal sobre atractivos turísticos			
Mejorar la imagen y reputación del destino	Posicionar a Ocaña como un destino seguro, atractivo y sostenible	- Realizar campañas publicitarias digitales	Alcaldía, Cámara de Comercio, comunidad en general	Índice de satisfacción de visitantes, reducción de críticas negativas	1 año
		- Diseño de una campaña de imagen			
Realizar alianzas entre agencias de viaje	Fortalecer la oferta turística y facilitar paquetes integrados	- Realizar monitoreo y gestión de comentarios y opiniones online	Cámara de Comercio, agencias de viaje	Número de alianzas establecidas, paquetes turísticos vendidos	1 año
		- Promover reuniones y acuerdos entre agencias			
		- Crear paquetes turísticos			

Estrategia	Objetivo	Actividades	Responsables	Indicadores	Tiempo
		conjuntos			
		- Capacitar a guías turísticos y personal de servicio			
Programas de capacitación	Mejorar la calidad del servicio turístico	- Talleres de atención al cliente	Alcaldía, universidades presentes en el municipio	Número de personas capacitadas, mejora en evaluación del servicio	6 meses y 1 año
		- Formación en sostenibilidad turística			
Subsidios de inversión por parte del gobierno	Incentivar la inversión en infraestructura y promoción turística por parte del gobierno	- Identificar proyectos elegibles	Gobierno local, departamental y Nacional, Secretaría de Turismo, entidades financieras	Proyectos ejecutados	3-5 años
		- Gestionar recursos			

Nota. se muestra el plan de manejo a través de diferentes estrategias aplicables

Conclusiones

El municipio de Ocaña y la región del Catatumbo cuentan con riqueza en cuanto a recursos naturales y culturales destacándose su potencial del turismo religioso, así como la posibilidad de diversificar la oferta hacia el ecoturismo y el turismo de aventura. Sin embargo, la limitada oferta de paquetes turísticos que incluyan la región, la baja promoción y la escasa infraestructura turística evidencian que, aunque existe viabilidad para consolidar al Catatumbo como destino turístico, aún no se ha materializado de manera efectiva. La percepción de inseguridad y la falta de servicios turísticos adecuados son factores determinantes que frenan su desarrollo, a pesar del interés de la comunidad local y de algunos operadores turísticos por invertir en la región.

Las principales oportunidades para el turismo en el Catatumbo radican en la disposición de la comunidad local para participar en el desarrollo turístico, el interés de algunas agencias en invertir y el reconocimiento del turismo como motor de desarrollo económico y generador de empleo. No obstante, las barreras son significativas: la percepción de inseguridad y el conflicto armado son los obstáculos más relevantes, seguidos por la insuficiente infraestructura, la falta de servicios turísticos de calidad y la escasa promoción del destino.

El turismo en el Catatumbo podría convertirse en una verdadera oportunidad para impulsar la economía local, siempre y cuando se desarrollen estrategias que logren un equilibrio entre el crecimiento, el cuidado del medio ambiente y la participación de todos los sectores sociales. Muchos habitantes en la región ven en el turismo una forma de mejorar tanto su economía como la imagen del territorio. Sin embargo, también sienten que aún falta más participación directa de la comunidad y del gobierno nacional.

Recomendaciones

Para impulsar el turismo en el Catatumbo, es importante comenzar por identificar y organizar todos los atractivos con los que cuenta la región, dándole prioridad a los que tienen mayor potencial, como su patrimonio religioso, sus paisajes naturales y las rutas ideales para la aventura. Al mismo tiempo, se necesita mejorar aspectos básicos como las vías de acceso, la señalización, los alojamientos y los servicios de comida, para que los visitantes se sientan bienvenidos y cómodos. También es clave llevar a cabo campañas que ayuden a cambiar la percepción sobre la seguridad del territorio, resaltando lo positivo y único que ofrece esta zona

Para que el turismo crezca de manera ordenada y segura en el Catatumbo, es fundamental mejorar la forma en que se toman decisiones y se coordinan esfuerzos. Se debe crear espacios de trabajo donde participen autoridades locales, empresarios, organizaciones comunitarias y fuerzas de seguridad, con el objetivo de construir juntos estrategias que ayuden a mejorar tanto la seguridad como la imagen del destino. También es muy importante invertir en la capacitación de las personas que viven en la región, para que puedan ofrecer servicios turísticos de calidad, y motivar a las agencias con incentivos que les permitan mejorar. Además, se deben impulsar campañas que muestren al país la transformación positiva que vive la región.

Para garantizar el éxito de las estrategias de impulso de la economía local la comunidad local debe participar de manera activa, pues es fundamental en la planificación, manejo y promoción de los atractivos turísticos por su conocimiento del territorio, es clave ofrecer formación en temas como turismo responsable, cuidado del medio ambiente y atención a los visitantes, para que puedan involucrarse de manera efectiva. También se deben impulsar alianzas entre el sector público y privado que permitan crear experiencias turísticas innovadoras, sostenibles y con identidad propia.

Referencias Bibliográficas

- Academia de Historia de Ocaña. (2010). Museos de la Ciudad de Ocaña.
- Anonimo. (s.f.). *Amnesty*. ¿Qué es un conflicto armado?: <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/que-es-un-conflicto-armado/>
- Barrera, A. M. (2021). Impacto económico del sector turismo en Colombia : un análisis a partir del modelo insumo producto. *Repositorio Digital Institucional de la Universidad Externado de Colombia*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/5b4f5e4b-c07f-43d2-8fde-bd599e101533>
- BBVA . (10 de Octubre de 2024). Turismo sostenible: ¿Qué es y cómo respeta al planeta?: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>
- Bravo Macias, M., Cruzatty Quijije, J., & Hermoza Robles, C. (2024). Impacto de la inseguridad en el sector turístico de Ecuador. *Ciencia Latina Internacional*, 8(4). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13021
- Canorea, E. (5 de Septiembre de 2023). *Plain Concepts*. Obtenido de Turismo inteligente: el futuro del sector será tecnológico: <https://www.plainconcepts.com/es/turismo-inteligente/>
- Carvajal, A. (2021). *El área Natural de los Estoraques Abrirá tras 10 años de cierre*. El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/los-estoraques-area-natural-en-norte-de-santander-abrira-tras-10-anos-574960>
- Conservación Ambiental. (2006). Reserva ecológica Ave Hormiguero. *Secretaría de Ambiente, Norte de Santander*.
- Contreras , E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 35-48. <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v31n81/0121-5051-inno-31-81-35.pdf>

- Cuadra, S. M. (2017). Los impactos económicos del Turismo: El caso del Turismo fronterizo. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 63-77.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6986995>
- Cuervo, R. (1967). El turismo como medio de comunicación humana . *Secretaría de Turismo del Gobierno de México*.
- Cuervo, R. (1967). El turismo como medio de comunicación humana. Mexico: Secretaría de Turismo del Gobierno de México.
- De Ceupe, B. (2022). *Ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/economia.html>
- FasterCapital. (s.f.). *Turismo efecto multiplicador del turismo energizando las economías locales* . Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Turismo--efecto-multiplicador-del-turismo--energizando-las-economias-locales.html#:~:text=El%20concepto%20del%20efecto%20multiplicador,a%20estimular%20el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico>.
- Fondo monetario internacional*. (2021) El turismo en el mundo tras la pandemia).
<https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Universidad de los Andes*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). Obtenido de El turismo como estrategia de desarrollo local:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- García, M. B. (2023). *¿En qué consiste el desarrollo sostenible?* Desarrollo sostenible:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable->

Min Cultura. (2010). MinCultura lanza las ‘Rutas del Bicentenario de las Independencias’:

https://mng.mincultura.gov.co/prensa/noticias/PaginasViejas/2010-06-29_37879.aspx

Ministerio de Comercio, Industria y Comercio. (2024). *Las cifras lo confirman: el turismo ocupa un lugar esencial en la economía colombiana*.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/turismo-ocupa-lugar-esencial-economia-colombiana>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Comercio, Industria y Turismo*. Cuatro acciones de Mincomercio para apoyar el turismo en Norte de Santander:

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/acciones-para-apoyar-turismo-en-norte-de-santander>

Ministerio de Comercio, Industrial y Turismo. (2003). *Seguridad Turística: Reto competitivo de Colombia*.

Molina, S. (1997). En *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. Mexico.

Montoya Vargas, R., Medina Sotelo, C., Perfecto Sosa, A., Quijano Rivera, F., & Pandía Yañez, E. (2024). Turismo Sostenible y Desarrollo Local: Análisis de Políticas Públicas Efectivas. *PROHOMINUM. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*.

https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2665-01692024000300181

Muñoz, L. F. (2019). *Aprovechar el turismo para el bien*. Kofi Annan Foundation:

<https://www.kofiannanfoundation.org/news/luisa-romero-leveraging-tourism-for-good/>

Nieto, D. (2024). *Gobernación de Boyacá*. Dos proyectos de Boyacá fueron elegidos como finalistas en el ‘Reto de Innovación en Turismo Comunitario Colombia’:

<https://www.boyaca.gov.co/dos-proyectos-de-boyaca-fueron-elegidos-como-finalistas-en-el-reto-de-innovacion-en-turismo-comunitario-colombia/>

ONU Turismo. (s.f.). Glosario de términos de turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%2C%20profesionales%20o%20de%20negocios.>

Pacheco Carrascal, M., Rincon Parada, I., & Suarez Castrillon, S. (2018). TIC, asociatividad y potencial turístico, elementos para promover el desarrollo en el Catatumbo. *Tecnologías de Avanzada*.

Pacheco, Y. E. (2012). *Wikipedia [Fotografía]*.

https://es.wikipedia.org/wiki/Columna_de_la_Libertad_de_los_Eslavos

Pinto, J. E. (2021). Construcción de un modelo de ecoturismo sostenible.

Qonto. (2024). *Glossary comercio*. ¿Qué es el conflicto armado?:

<https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/que-es-un-conflicto-armado/>

Romero, A. P. (2020). Columna de los Esclavos, el testimonio de la abolición de la esclavitud en Ocaña. *Radio Nacional*. [https://www.radionacional.co/cultura/historia-](https://www.radionacional.co/cultura/historia-colombiana/columna-de-los-esclavos-el-testimonio-de-la-abolicion-de-la-esclavitud)

[colombiana/columna-de-los-esclavos-el-testimonio-de-la-abolicion-de-la-esclavitud](https://www.radionacional.co/cultura/historia-colombiana/columna-de-los-esclavos-el-testimonio-de-la-abolicion-de-la-esclavitud)

Sarabia, J. (2021). *El Complejo Histórico de San Francisco no tiene dolientes*. La Opinión:

<https://www.laopinion.co/ocana/el-complejo-historico-de-san-francisco-no-tiene-dolientes>

Sarabia, J. (2024). *La Opinión*. Proyectan a Ocaña como potencia turística regional:

<https://www.laopinion.co/ocana/proyectan-ocana-como-potencia-turistica-regional>

Turismo Norte de Santander. (2021). *Turismo Norte de Santander*. Ocaña: Turismo y Cultura:

<https://turismonortedesantander.com/ocana/>

Vergel Quintero, D., & Pacheco Carrascal, M. (2015). Atractivos turísticos de Ocaña y su región.

Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro.

<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/profundidad/article/view/2254/4605#info>

Villamizar, W. (2024). Con La Universidad del Catatumbo la región progresará. (T. Colombia,

Entrevistador)

Wikipedia. (2015). *Catedral Santa Ana*.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Catedral_de_Santa_Ana_\(Oca%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Catedral_de_Santa_Ana_(Oca%C3%B1a))

Apéndices

Apéndice A

Encuesta a Agencias Turísticas

Nombre de la agencia:

Ubicación:

Antigüedad (años en operación):

Tamaño de la agencia (número de empleados):

Página web/redes sociales (si aplica):

1. ¿Ofrece actualmente paquetes turísticos que incluyan el Catatumbo o el municipio de Ocaña?

Sí

No

Si respondió "No", ¿por qué motivo?

2 ¿Qué tipo de servicios turísticos ofrece su agencia? (varias respuestas)

Ecoturismo

Turismo cultural

Turismo de aventura

Turismo rural

Otros (especifique): _____

3. ¿Cuál es el perfil principal de sus clientes?

Nacionales

Internacionales

Ambos

4. ¿Cuáles son los productos/paquetes turísticos más demandados actualmente en su agencia?

(Respuesta abierta)

5. ¿Qué tan atractivo considera el Catatumbo como destino turístico?

Nada atractivo

Poco atractivo

Moderadamente atractivo

Atractivo

Muy atractivo

6. ¿Qué tipo de turismo considera que tiene mayor potencial en la región? (varias respuestas)

Ecoturismo

Turismo cultural

Turismo religioso

Turismo de aventura

Agroturismo

Otro (especifique): _____

7. ¿Cuáles de los siguientes factores limitan la operación de su agencia en la región? (selección múltiple)

Infraestructura vial deficiente

Percepción de inseguridad

Falta de promoción turística

Escasez de servicios turísticos (hoteles, guías)

Dificultad de acceso a financiamiento

Falta de capacitación del personal

Otros (especifique): _____

8. ¿Está su agencia interesada en invertir o desarrollar nuevos paquetes turísticos en el Catatumbo?

Sí

No

¿Qué requeriría para hacerlo? (infraestructura, seguridad, etc.)

9. ¿Está dispuesta su agencia a establecer alianzas con otras empresas, comunidades o entidades públicas para fortalecer el turismo en la región?

Sí

No

10. ¿Qué estrategias considera más efectivas para promocionar el turismo en el Catatumbo?

Redes sociales/campañas de marketing

Participación en ferias turísticas

Mejora de la imagen y reputación del destino

Alianzas con agencias de viajes

Otros (especifique): _____

11. ¿Qué apoyos o incentivos gubernamentales considera necesarios para impulsar el turismo en la región?

Exenciones fiscales

Subsidios para inversión

Apoyo a promoción y marketing

Programas de capacitación

Facilidades para la formalización de negocios

() Otros (especifique): _____

Apéndice B

Encuesta a Comunidad en General

Turismo en el Catatumbo: Un desafío desde lo económico a nivel regional

Objetivo general:

Analizar el potencial del turismo en el Catatumbo como motor de desarrollo económico para el municipio de Ocaña, identificando oportunidades y desafíos para su implementación.

1. Considera que el turismo en la región del Catatumbo tiene un gran potencial para impulsar el desarrollo económico de Ocaña.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

2. El turismo puede ser una fuente importante de generación de empleo para la comunidad local.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

3. La inseguridad y el conflicto armado representan los principales obstáculos para el desarrollo del turismo en Ocaña.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

4. Los emprendedores y agencias turísticas locales cuentan con el apoyo suficiente para mejorar sus servicios y atraer más turistas.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

5. La comunidad local está involucrada y se beneficia directamente del desarrollo turístico en Ocaña.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Objetivos específicos

Identificar los principales desafíos que enfrenta el sector turístico en Ocaña.

6. La inseguridad limita la llegada de turistas a Ocaña y afecta la percepción del destino.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

7. La falta de inversión en infraestructura turística dificulta el desarrollo del sector.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Conocer las experiencias y necesidades de las agencias turísticas locales para mejorar su gestión.

8. Las agencias turísticas locales cuentan con los recursos necesarios para adaptarse a los cambios estacionales del turismo.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

9. Las agencias turísticas locales están preparadas para ofrecer servicios de calidad que satisfagan a los visitantes.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

Proponer un plan de manejo turístico que contribuya a la reactivación económica y al desarrollo sostenible.

10. La implementación de estrategias sostenibles es fundamental para preservar los atractivos naturales y culturales.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

11. La promoción de un turismo responsable puede mejorar la imagen del municipio y atraer turistas nacionales e internacionales.

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo