

OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE SOACHA MUNICIPIO SIBATE

¿Qué efecto ejerce el Turismo como factor de desarrollo económico en la Provincia de Soacha municipio de Sibaté?

AUTOR:

Freddy Esneyder Cifuentes Cruz

Universidad de Cundinamarca
Facultad de Ciencias Administrativas
Económicas y Contables
Contaduría Pública
Cundinamarca
Fusagasugá

RESUMEN

En el presente artículo podremos encontrar las variables tanto económicas como sociales que determinan la demanda y oferta turística en el municipio de Sibaté.

El turismo es uno de los sectores con mayor dinamismo en el mundo, y la diferencia en la llegada de turistas y beneficios económicos percibidos por el mismo concepto en destinos de países con economías emergentes y economías desarrolladas son cada vez menores (ZUÑIGA, 2011)

PALABRAS CLAVE

Dinamismo, turista, destinos economías emergentes, economías desarrolladas, oferta, demanda.

ABSTRACT

In this article we find the economic and social variables that are rooted in the population studied in the province of Soacha Sibaté municipality. Tourism is one of the most dynamic sectors in the world, and the difference in the arrival of tourists and economic benefits received by the same concept in destinations in countries with emerging economies and developed economies are shrinking

KEYWORDS

Dynamism, tourist destinations emerging economies, developed economie, offer, demand.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una herramienta muy importante para algunas provincias de nuestro país ya que este genera desarrollo económico en estos puntos estratégicos de nuestro territorio, por tal motivo los datos de oferta y demanda turísticas de estas localidades deben tenerse de manera clara, objetiva y veraz

El turismo es una actividad múltiple generador de divisas, empleo entre otras variables que contribuyen al mejoramiento económico, lo más importante es que mantiene y recupera las manifestaciones culturales que representan la real identidad de nuestros pueblos, a partir del análisis del impacto del turismo como factor de desarrollo económico de la provincia de Soacha, se podrá medir el nivel de crecimiento de la zona y con ello hacer proyecciones hacia el futuro, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de estas comunidades en específico al aumento de los visitantes y turistas por medio de nuestro trabajo.

Entre los países beneficiados con altos crecimientos del turismo en sus territorios se encuentra Colombia cuyos resultados fueron significativamente positivos con un crecimiento del flujo turístico internacional en +3,6%, logrando obtener ingresos muy importantes por este concepto. El turismo es un sector productivo de gran importancia para el desarrollo de las economías de los países, su comportamiento demuestra que para

países como Colombia es estratégico, y debe representarse de manera prioritaria como una de las principales fuentes de recuperación y desarrollo económico. Sin embargo, la investigación en el ámbito de turismo y hostelería, los estudios sobre el impacto del turismo en la economía, son limitados. (TURISMO, 2011)

Utilizaremos además, el estudio descriptivo, ya que se describirá situaciones y eventos, o sea, como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno, que en este caso son el turismo y el desarrollo económico de la provincia.

Llevando a cabo esta estrategia en la provincia de Soacha municipio de Sibate se lograra un desarrollo económico, permitiéndole generación de mayor empleo y más inversión en el turismo de tal manera que se posicione la provincia como uno de los principales destinos turísticos del departamento.

Desde la parte metodológica en pertinente realizar esta investigación por cuanto se podrá realizar trabajo de campo y explorar documentos de las empresas de turismo, necesarios para elaborar un buen diagnóstico, el cual va ser importante para llegar al objetivo planteado y establecer las estrategias más acertadas que den respuestas a los problemas presentados y de esta manera mejorar y posicionar los productos turísticos que se ofrece en la provincia

que realizaremos el estudio de oferta y demanda.

El Turismo es pues, un puente entre la miseria y la esperanza, es una herramienta para frenar la pobreza, un ladrillo en la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de vida en todos los puntos de la Provincia. CITAR

Según la Organización Mundial del Turismo UNWOT (2011) el turismo es uno de los sectores económicos que mayor dinamismo ha tenido, para 2010 éste creció por encima del +7% a nivel mundial, después de haber tenido una caída entre los años 2008-2009 del -4%. Además el avance dado por el UNWOT, publicado en febrero de 2011, describe como se ha dado el dinamismo del turismo entre 2009-2010, medido a través de la llegada de turistas internacionales. Según el informe, los destinos de países con economías emergentes presentaron un comportamiento significativamente alto comparado con los destinos de países con economías desarrolladas, representado especialmente por continentes como Asia y Pacífico y Medio Oriente que obtuvieron un crecimiento del 14% y 13% respectivamente comparados con el 3% de crecimiento en Europa y 8% de Américas. También, la brecha en el total de turistas que llegan a estos destinos se continúa reduciendo, siendo para economías avanzadas 498 millones de

turistas en comparación con 442 millones de turistas que llegaron a países con economías emergentes; en el caso específico de Américas los crecimientos son variados, aunque positivos respecto a los del año 2008 dónde los crecimientos fueron negativos; la comparación de los comportamientos entre los años 2008-2009, y 2009-2010 para América del Norte fue de: -6% a +8%, Para Centro América fue de: -7% a +8% y Sur América obtuvo el mejor comportamiento en este continente pasando de: -2 a +10%, (TURISMO, 2011)

En un informe de impacto económico del Turismo a nivel mundial, se estableció que en el año 2015 este renglón de la economía aportó al PIB cerca del 9.8%, con un crecimiento en el último año del 3.7%. En el mismo sentido el Turismo generó uno de cada 11 empleos nuevos. (TURISMO T. , 2016).

Así mismo en Colombia se obtuvieron unas tendencias parecidas a las mundiales puesto que como lo refería el Director del Departamento Nacional de Estadística (DANE) en una entrevista al diario Portafolio “El desempeño del comercio, restaurantes y hoteles en el año 2015 se explica por crecimiento del subsector alojamiento, comidas y bebidas con 5,4 %”; crecimiento superior al PIB nacional que fue del 3,1%. (RICARDO AVILA, 2016)

El Departamento de Cundinamarca junto con Bogotá la capital del país; representan cerca del 25% del PIB nacional. Este PIB según cifras del Departamento Nacional de Estadística (DANE, 2014), en un 37% está constituido por comercio, restaurantes y hoteles. Según la encuesta de gasto en turismo interno generado por el Dane; los habitantes de Bogotá que generaron migración interna de turismo fue el 16%. El sector turismo dentro del departamento, mueve cerca de 4 millones de personas anualmente y ha tenido una variación positiva del 4% en el último año. La ocupación hotelera ha pasado de un 36% a 38% según datos de Cotelco 2016 en el Departamento. (DANE, 2016)

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES A REALIZADAS

- Construcción de indicadores de sustentabilidad
- Formulación de un sistema de evaluación para el desarrollo y mejoramiento progresivo de las actividades turísticas.
- Diseño de estrategias para el desarrollo y promoción de las actividades turísticas.

- Identificación de estrategias para la continuidad del proyecto turístico.
- Elaboración de los informes institucional y académico.

DISEÑO Y TÉCNICAS DE LAS ENCUESTAS

A partir de los indicadores planteados anteriormente se diseñaron unos modelos de encuestas estructuradas y semiestructuradas con el fin de dar respuesta a los siguientes factores:

Indicadores económicos:

Para dar resultado al análisis de los indicadores económicos, se tiene en cuenta diferentes variables de tipo económico como: ingreso por la actividad turística, sectores generadores de ingreso, reinversión en el sector turismo y presupuesto para el sector turismo. Estos indicadores permiten obtener la información necesaria para la elaboración de dicho análisis y a partir de esto observar el comportamiento económico del turismo en Sibate.

Se realizó una entrevista semiestructurada aplicada a los funcionarios de la alcaldía: jefe de desarrollo económico, y jefe de secretaria de cultura y turismo. Con el fin de profundizar acerca de la actividad turística en el municipio.

Indicadores sociales:

Se realizó una encuesta, la cual se aplicó a la comunidad prestadora de servicios turísticos y a algunos habitantes del municipio.

TIPO DE INVESTIGACION: La investigación es de carácter exploratoria y descriptiva.

Teniendo en cuenta las condiciones sociales y económicas del municipios y/o localidades, y de personas o actores que conforman el sector turismo.



Fuente: Propia.

ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El enfoque de investigación es de carácter mixto, es decir: Cualitativo como Cuantitativo.

* Cualitativo enfocado a explorar las relaciones sociales y su conexión con el turismo y el entorno natural.

* Cuantitativo identificando variables numéricas relacionadas con aspectos económicos y sociales de los turistas y de los municipios, tales como población, oferta y demanda de servicios turísticos.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN:

Para el desarrollo del proyecto centrado en el trabajo de campo, se utilizarán técnicas como la observación estructurada y participante que acopiara información de contexto relacionado con los participantes y recursos naturales, comerciales y de servicio vinculados al sector turismo.

Como instrumento de recolección de información, los investigadores de los grupos: ARADO – TEMCON – DEMCUN – GREICO - DOPyS – PROCEM –ADCUN – ADCODER adscritos a la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables diseñaron y aportaron para la realización del trabajo de campo de los investigadores auxiliares, dos encuestas

que se aplicarán tanto a demandantes como ofertantes del sector turismo.

Las encuestas contienen 21 preguntas cerradas con múltiple respuesta que facilitarán la organización y tabulación de la información. Hay que aclarar que inicialmente las encuestas se aplicarán como prueba piloto para identificar posibles falencias.

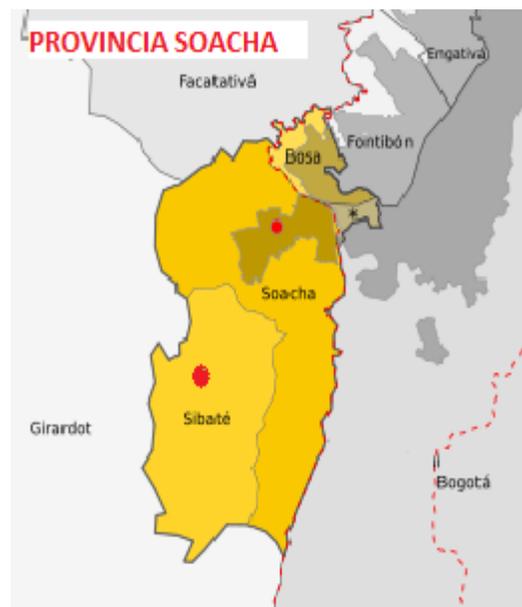
Posteriormente se realizará el análisis estadístico que permitirá identificar debilidades, oportunidades y fortalezas del sector objeto de estudio.

ASPECTOS DE SIBATE

Sibaté es uno de los 116 Municipios del Departamento de Cundinamarca, se encuentra ubicado a tan solo 28 km de Bogotá D.C, su temperatura promedio es de 14°C, según el Censo del DANE, su población proyectada para el año 2012 es de 36.357 habitantes, de los cuales el 67,3% (24.473) se localizan en el sector urbano y el 32,7% (11.884) en el rural.

El Municipio cuenta con una extensión total de 125.6 Kms² equivalente a 12.560 hectáreas aproximadamente de las cuales 10.870 son área rural y de estas 1.100 hectáreas están dedicadas a la producción agrícola, los tres sistemas de producción más importantes del Municipio y que representan un alto impacto económico son: (Sistema de producción papa, sistema de producción fresa, y sistema de producción arveja),

otra buena parte de las hectáreas está dedicada al monocultivo o diversificación de otros en menor escala y pan coger.



FUENTE: google maps

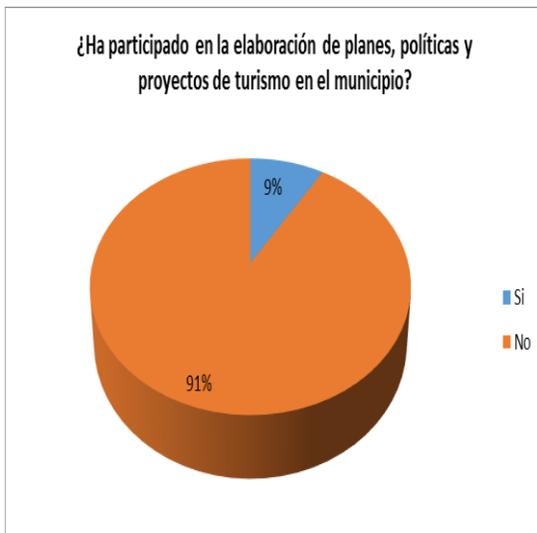
Sibaté es un Municipio reconocido a nivel Departamental y Nacional por su producción de fresas, se estima que más de la mitad de la cantidad total de fresa que llega diariamente a la mayor central de abastecimiento de alimentos del País (CORABASTOS), proviene de este Municipio, del mismo modo, esa condición de Municipio productor de esta fruta es una de las principales motivaciones de muchos turistas y visitantes provenientes de diferentes partes de país especialmente de la ciudad de Bogotá quienes arriban a Sibaté con el fin de degustar de varios productos

derivados de esta fruta y de observar de primera mano, el proceso de producción agrícola de esta fruta.

Sin embargo, la producción de fresa no es el único motor generador de visitantes y turistas a este Municipio, Sibaté cuenta con el embalse del Muña, que a pesar de encontrarse en un alto nivel de contaminación actualmente debido al vertimiento de agua desde el Río Bogotá, es uno de los lugares emblemáticos de este Municipio ya que para los habitantes más añejos representa parte de la historia de Sibaté, en este embalse se realizaban actividades de pesca e incluso se dice que veleros de personas muy adineradas de Bogotá llegaban allí cuando se encontraba en condiciones idóneas para ello. Desafortunadamente hoy en día este embalse representa diferentes problemáticas de salubridad para la población residente en el municipio y los fuertes olores generan gran malestar e incomodidad para todos. (TURISMO O. M., 2011)

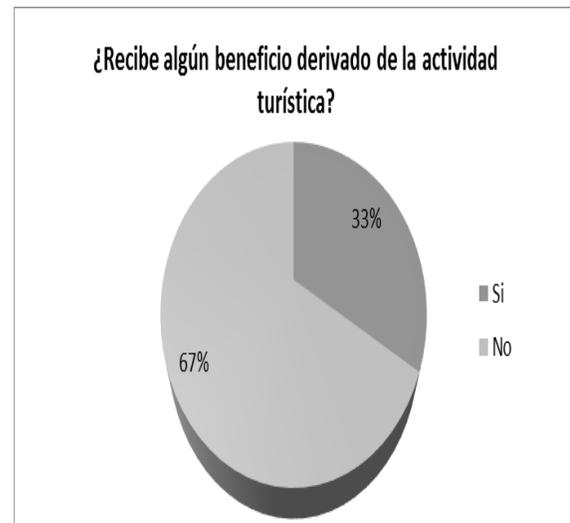
RESULTADOS

Descripción: A partir de las encuestas realizadas a los propietarios o administradores de los establecimientos gastronómicos del corredor, se determinó que el 31% se especializa en comida llanera, lo que concuerda con la preferencia gastronómica de los visitantes (según el análisis de la demanda). Por otra parte, el 21% de los restaurantes, se especializan en comida a la carta, seguido de establecimientos de venta de postres con un 13%, debido a que el municipio es reconocido por sus fresas con crema. En tanto a las comidas rápidas obtuvieron un 10%, consecutivamente los asaderos de pollos obtuvieron un 9%. En tanto a comida de mar, obtuvo un 6%, y un 4% para otros establecimientos y piqueteaderos. Finalmente, el tipo de establecimiento con menor porcentaje es la comida china, que alcanzó tan solo 2%, ya que en el corredor gastronómico solamente hay dos establecimientos que ofrecen este tipo de comida.



Fuente: Propia.

La baja participación de la población en la elaboración de planes, políticas y proyectos no permite un desarrollo eficiente de la actividad, se evidencia una desvinculación del 91% de la población en estos procesos, se debe tener en cuenta que si la comunidad no reconoce y participa en estos espacios, los resultados de estos procesos serán deficientes y tendrán baja acogida de la población, es evidente que no hay un reconocimiento por parte de los habitantes de las estrategias turísticas que se han llevado a cabo desde el municipio, por ende se observa un desconocimiento de rutas, planes, programas y declaraciones de patrimonio dentro del municipio.



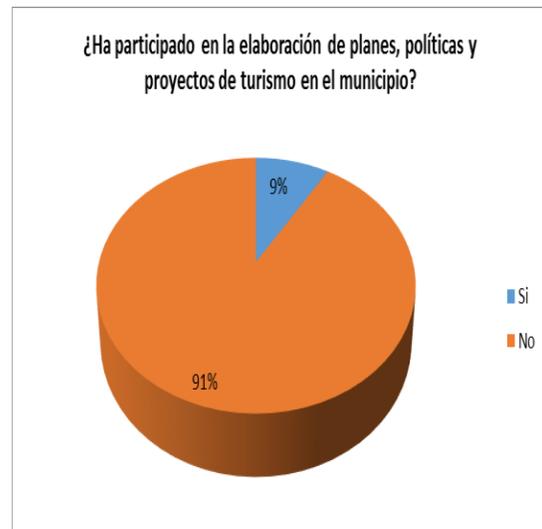
Fuente: Propia.

El (33%) de la población encuestada afirma que SI ha recibido beneficio de la actividad turística, debido a que prestan servicios de alimentación en el corredor gastronómico del municipio; por otro lado la mayor parte de los negocios que no tienen que ver con el turismo y se localizan cerca al corredor gastronómico también se ven beneficiados; el (67%) de los encuestados no prestan ningún servicio turístico en el municipio, algunos prestan servicios que complementen la cobertura de servicios complementarios (panaderías, droguerías, tiendas etc.) pero muchos afirman que ellos no se ven involucrados cuando se realizan ferias y fiestas en el municipio, debido a que en estas épocas llegan muchos comerciantes de afuera.



Fuente: Propia.

Se reconoce la importancia de que el municipio se conozca debido a que consideran su gran potencial y finalmente es buena la llegada de turistas porque se conocen nuevas culturas y desde la oficina de turismo se han implementado varias rutas turísticas para atraerlos; por otro lado, un (22%) no se siente satisfecho con la implementación de la actividad turística porque no existe voluntad política para destinar los recursos suficientes para el fortalecimiento de esta actividad y beneficia a algunos pocos. Y por otra parte es importante la masificación turística en la región ya que se genera más ingresos para el municipio y para los prestadores de servicios turísticos contribuyendo a la generación de nuevos empleos y la mejora de los aspectos socioeconómicos en general dentro de la provincia de Soacha.



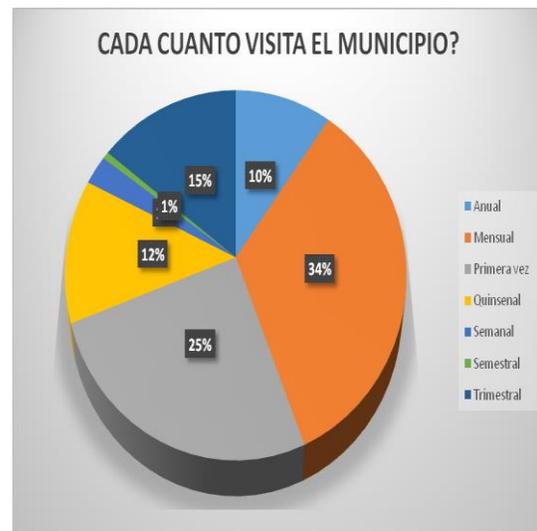
Fuente: Propia.

La baja participación en la elaboración de planes, políticas y proyectos no permite un desarrollo eficiente de la actividad, se evidencia una desvinculación del 91% de la población oferente en estos procesos, se debe tener en cuenta que si la comunidad no reconoce y participa en estos espacios, los resultados de estos procesos serán deficientes y tendrán baja acogida de la población, es evidente que no hay un reconocimiento por parte de los dueños de establecimientos de las estrategias turísticas que se han llevado a cabo desde el municipio, por ende se observa un desconocimiento de rutas, planes, programas y declaraciones de patrimonio dentro del municipio.



Fuente: Propia.

Podemos analizar que en el municipio de Sibaté el área de turismo está contribuyendo a la generación de empleo ya que si analizamos un 22% de los establecimientos del municipio son pymes pequeñas o medianas empresas y estos es un importante punto de análisis y además que el sector turismo esta contribuyendo a la economía local. Además las micro-empresas tienen un local muy importante también dentro del turismo en el municipio en la generación de nuevos empleos y en la economía en general del municipio en cuestión.



Fuente: Propia.

Encontramos que el turista que hace uso de los servicios turísticos que ofrece el municipio de Sibaté lo hace de manera muy frecuente y periódica de tal manera que en la economía local el turismo va tomando un lugar muy importante y además el turista por lo general se ve muy satisfecho con los servicios de turismo que puede encontrar dentro de la municipalidad de Sibaté, aunque también se deben mejorar diferentes aspectos que pueden contribuir a la mejora del turismo en general en la provincia de Soacha .

ANALISIS PRINCIPALES DE LA DEMANDA

Se evidencia que las principales preferencias gastronómicas de los visitantes del municipio se enfatizan en comida llanera, y en postres, que componen la mayor oferta gastronómica del municipio. De igual manera, los visitantes gustan de establecimientos de otras características como asaderos, piqueteaderos y pescaderías, que también se encuentran presentes a lo largo del corredor, y deja ver la gran variedad de oferta gastronómica que ofrece este.

La gran mayoría de visitantes del municipio afirman haber consumido alguno de los productos gastronómicos que se ofertan en el municipio. Esto deja claro que estos visitantes aportan al fortalecimiento de la economía local. Un 30% de los encuestados dijo no haber consumido ningún producto del municipio, pero cabe aclarar que pudieron haberlo hecho momentos después de haber realizado la encuesta.

Se evidencia que la gran mayoría de visitantes llegan al municipio con el fin de visitar a sus familiares. Aunque, esta no es la única razón, su llegada también se debe al interés por conocer el lugar, además de desarrollar actividades de ocio y descanso, al igual que comer en los establecimientos de comida ubicados a lo largo de todo el corredor gastronómico. Es pertinente aclarar, que esta actividad está acompañada del resto

de actividades que realizan los visitantes. En muy pocos casos el motivo de visita está relacionado con la escuela de policía.

Durante la realización de la práctica académica y el trabajo de campo, se generó una evaluación de las rutas establecidas, las cuales tienen como objetivo dar a conocer tanto a la población local, como turistas nacionales, extranjeros y visitantes; identificándose lugares de interés histórico en donde resaltan edificaciones, bienes de interés cultural y natural, siendo de vital importancia conocer la viabilidad de dichas rutas a nivel de accesibilidad y pertinencia.

CONCLUSIONES

El municipio de Sibaté posee gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales que se deben promocionar y adecuar, con el fin de que en un futuro estos se conviertan en atractivos y sean junto con el aspecto gastronómico del municipio, fuente principal de motivación para los turistas y visitantes.

Algunos de los recursos turísticos que se visitan en las rutas se encuentran en mal estado, por ello se considera pertinente que se realice una inversión para la adecuación y mantenimiento de estos sitios, este punto debe ser prioridad puesto que, de no ser tenido en cuenta, puede generar que el valor histórico y cultural de los mismos se pierda y que

no sean de interés para los visitantes al municipio. Por otra parte, es también necesario la implementación de infraestructura y servicios complementarios en estos lugares, asimismo personal cualificado que brinde una guía especializada y dé a conocer el valor que representa cada uno de éstos; todo lo anterior, conjuntamente contribuye a generar una experiencia satisfactoria en todas las personas que realizan las rutas.

Teniendo en cuenta que algunos de los recursos turísticos que se ofertan en las rutas son de carácter privado, es necesario que exista una articulación entre la administración municipal y los propietarios de estos lugares, ya que, en el trabajo de campo realizado se evidenció que no es posible acceder a algunos de ellos. Este es un factor que impide la realización correcta de las rutas y desmotiva a los participantes de las mismas.

Por último, se observó que la población local no tiene conocimiento de la existencia de estas rutas, por lo cual es fundamental tener en cuenta que la población es uno de los principales protagonistas del turismo en cualquier territorio, consecuentemente es uno de los más afectados por el desarrollo del mismo. Por tal razón, es muy importante la cooperación de la administración

municipal en conjunto con la población receptora generen procesos de planeación y ejecución de estas rutas.

RECOMENDACIONES

A continuación, se generan recomendaciones para las rutas que tienen lugar en el área rural del municipio.

Implementar la infraestructura necesaria que garantice la conservación del entorno natural, como por ejemplo baterías sanitarias, senderos, canecas para el manejo sostenible de los residuos, entre otros. Para propender por la calidad del ambiente, del recurso hídrico, del suelo y del aire.

El primer aspecto que se recomienda hacer un cobro al turista para garantizar su seguridad y satisfacción, lo anterior puede convertirse en un medio para la captación de recursos que se puedan reinvertir en promoción, comercialización, infraestructura, capacitación de prestadores de servicios turísticos.

Ejercer un mayor control y registro de las personas que hacen uso de estos recorridos para poder crear un mecanismo de organización, de tal manera que los recorridos se programen efectivamente.

Mostrar algo más representativo de los eventos que se realizan específicamente en la ruta de la feria, pues al realizar la

ruta solo se encuentran los atractivos sin ninguna relación evidente con esta festividad.

Tener en cuenta a la comunidad receptora en la planeación de este tipo de actividades, este punto es muy importante pues los habitantes del territorio donde se ejecuten rutas, sean de corta o larga duración, son los principales afectados de esto, así, se deben evitar al máximo los impactos negativos, generando beneficios. Por otro lado, se debe gestionar cuales son las personas que recibirán a los clientes y quienes están de acuerdo con la entrada de estas personas a su propiedad

Debido a que los sitios que se consideran de importancia turística en el casco urbano no son identificables ni reconocidos fácilmente por la comunidad o los visitantes se recomienda resaltar con placas conmemorativas e invertir en su cuidado y mantenimiento.

Realizar una socialización con las personas dueñas de los sitios que se consideran patrimonio y con la comunidad, para socializar la existencia de dicha ruta y la importancia turística para el municipio.

BIBLIOGRAFIA

- aula Economía. (2002). *OFERTA Y DEMANDA* . Obtenido de <http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>
- Banco de la Republica Cultural . (2 de Octubre de 2000). *banrepcultural.org*. Obtenido de [banrepcultural.org](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda): http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda
- Barbosa, P. M. (2010). *Doctrina económica de Adam Smith*. Obtenido de Doctrina económica de Adam Smith: http://p mrb.net/blog/wp-content/uploads/2010/11/adam_smith.pdf
- CUNDINAMARCA, U. C. (2014). Evolución proyectos turísticos.
- DANE. (2016). *DANE.GOV*.
- Map, g. (2016). Mapa de región Soacha
- EduTurismo. (s.f.). *Glosario de Terminos Turisticos*. Obtenido de <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>
- EduTurismo. (s.f.). *Glosario de Terminos Turisticos*. Obtenido de <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>
- Escuela Universitaria De Turismo De Murcia. (2006). *EL TURISMO, CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUAL*. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- FlorS. (01 de Febrero de 2011). *Turismo*. Obtenido de Turismo: <http://florencianur.blogspot.com.co/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- Fondo de promoción turística de Colombia. (JULIO de 2012). *Departamento del tolima*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2016, de Plan de desarrollo turístico de tolima: <file:///D:/Downloads/TOLIMA-JULIO-2012-P1-249.pdf>
- OMT Organización Mundial del Turismo. (14 de Julio de 2008). *Introducción al turismo*. Recuperado el 26 de septiembre de 2016, de Unidad 2: Turismo, concepto y definiciones.: http://eva.universidad.edu.uy/pluginfile.php/445050/mod_resource/content/1/introduccion

%20al%20turismo,%20sanch
o,%20OMT.pdf

Organizacion Mundial de Turismo.
(s.f.). *Glosario de conceptos
turismo*. Obtenido de
[http://media.unwto.org/es/cont
ent/entender-el-turismo-
glosario-basico](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico)

Organización Mundial del Turismo .
(2006). *Demanda oferta y
mercado turístico*. Obtenido
de UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA NACIONAL:
[http://www.utntyh.com/alumno
s/wp-
content/uploads/2015/03/Dem
anda-oferta-y-mercado-
tur%C3%ADstico-Unidad-
2.pdf](http://www.utntyh.com/alumno
s/wp-
content/uploads/2015/03/Dem
anda-oferta-y-mercado-
tur%C3%ADstico-Unidad-
2.pdf)

TURISMO, O. M. (2011).

TURISMO, T. (2016). TENDENCIAS
TURISTICAS .

ZUÑIGA, A. (2011). *analisis de
turismo*. Obtenido de google
academico:
[https://www.researchgate.net/
profile/Alexander_Zuniga-
Collazos/publication/2770672
47_Analisis_de_la_Produccion_
de_Investigacion_Cientifica_Int
ernacional_Sobre_Turismo_e
n_Colombia_y_Brasil_y_el_D
esarrollo_Turistico_Actual_de
_los_Pases/links/55a3ce0b08
aed99da24d](https://www.researchgate.net/
profile/Alexander_Zuniga-
Collazos/publication/2770672
47_Analisis_de_la_Produccion_
de_Investigacion_Cientifica_Int
ernacional_Sobre_Turismo_e
n_Colombia_y_Brasil_y_el_D
esarrollo_Turistico_Actual_de
_los_Pases/links/55a3ce0b08
aed99da24d)