

Diseño de una estrategia promocional para posicionar la Zona Norte de Santander (Colombia) – Estado Táchira (Venezuela)

Xiomara Ramirezparis Colmenares
xioraco@gmail.com

Ingeniero Civil, Universidad Francisco de Paula Santander UFPS (Colombia). Especialista en Evaluación Educativa, Universidad Santo Tomás USTA (Colombia). Especialista en Gerencia de Mercadeo, Universidad de Santander UDES (Colombia). Docente de tiempo completo, Universidad de Santander UDES, sede Cúcuta. Directora Grupo de investigación Ciempiés, adscrito a la facultad de Administración e Ingeniería de la UDES, sede Cúcuta.

Álvaro Jesús Sepúlveda Yáñez
aljeseya@gmail.com

Profesional en Mercadeo y Publicidad, Universidad de Santander, UDES (Colombia). Especialista en Gerencia en Salud Escuela Superior Administración Pública ESAP (Colombia). Docente tiempo completo, Universidad de Santander UDES. Sede Cúcuta. Docente investigador grupo de investigación Ciempiés.

Resumen

El turismo desempeña un rol decisivo en la economía de una región; su elemento fundamental es poner en contacto al individuo con su medio natural y esto permite, además de mejorar la calidad de vida, crear una estructura socioeconómica sólida y contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos.

La zona comprendida por el departamento Norte de Santander (República de Colombia) y el Estado Táchira (República de Venezuela) cuenta con innumerables atractivos que permiten su desarrollo y posicionamiento como destino turístico.

Para conseguir este objetivo es preciso identificar las fortalezas y potencialidades de cada uno de los municipios, analizar sus ventajas competitivas reales, establecer el segmento del mercado que los distinga de acuerdo con los perfiles psicográficos y fortalecer su posicionamiento por medio de campañas publicitarias.

La investigación es de naturaleza cualitativa, tiene carácter exploratorio, descriptivo y explicativo.

Palabras clave: *Turismo, posicionamiento, desarrollo regional.*



Abstract

Tourism plays a decisive role in the economy of a region, its key element is to connect the individual with their environment and this also allows improving the quality of life, creating a solid economic structure and contributing to economic and cultural development of peoples.

The area covered by the Department of Norte de Santander, Colombia and the Táchira State, Republic of Venezuela, has many attractions that allow their development and positioning as a touristic destination.

To achieve this goal is necessary to identify the strengths and potentials of each of the municipalities, to analyze its real competitive advantage, establish a market segment that distinguishes them according to psychographic profiles and strengthen its positioning through advertising campaigns.

The research is qualitative in nature, has an exploratory, descriptive and explanatory.

Keywords: *Tourism, positioning, regional development.*

1. INTRODUCCION

Debido a sus recursos naturales, su ubicación geográfica, su historia, así como la pujanza y talento de su gente, Norte de Santander se viene proyectando como un departamento con un gran potencial económico y comercial para el país. Está ubicado en la zona nororiental del país, sobre la frontera con Venezuela. Hace parte de la región Andina y de la región de los Santanderes.

La economía del departamento de Norte de Santander se soporta en el sector de los servicios comerciales, bancarios y de transportes que dependen de la actividad fronteriza; la agricultura es la segunda fuente de ingresos, los cultivos más representativos son café, caña de azúcar, papa, arroz, tabaco, sorgo y fríjol. La ganadería vacuna y caprina también es una fuente de ingresos. La industria se soporta en la producción de alimentos y bebidas, productos químicos, cemento y calzado. La minería se concentra en la explotación petrolera en la región del Catatumbo y en el valle del río Zulia. (www.nortedesantander.gov.co)

Por otra parte, hablar del estado Táchira es viajar a través de paisajes de ensueño, rodeados de verdes montañas, llenas de paz y tranquilidad, con la auténtica y original cordialidad que caracteriza al tachirense¹. Se encuentra ubicada en los Andes venezolanos en la parte sur-occidental del país, delimitado por el río Táchira, que lo separa de la República de Colombia.

La economía se basa principalmente en el sector agropecuario; su actividad ganadera se desarrolla en tres formas: cría, ceba y leche. Otra actividad importante es la agrícola vegetal y sus principales cultivos son: café, caña de azúcar, cacao, hortalizas, cereales, tubérculos, frutas y granos. En el sector pecuario se destaca el ganado bovino y porcino y también la producción de madera en rola. En la actividad minera sobresale la explotación de carbón, caliza y roca fosfática. Entre las actividades industriales se presentan la metalmecánica, agro y minero in-

¹ www.venezuela-online.net/Estado-Tachira.htm

dustrial, también ensambladora de vehículos, electrodomésticos, cemento, calzado, ebanisterías, procesadora de papa y central azucarero. (www.venaventours.com/tachira.asp)

El estado Táchira, por su especial ubicación geográfica y su situación al extremo suroeste de la carretera panamericana que lo comunica por un lado con el centro de Venezuela y por el otro con la red vial colombiana, se halla entre dos corrientes de atracción que le brindan bastante dinamismo y le abren variadas oportunidades de desarrollo.

La mayor parte del departamento Norte de Santander, mientras tanto, ha permanecido aislado del resto de Colombia debido a su geografía abrupta. Por su situación geográfica pertenece a la cuenca del lago de Maracaibo, mientras que a nivel político está vinculado al gran Santander.

Desde las primeras décadas del siglo XVI Maracaibo (Venezuela) ha sido considerado como la salida del Norte de Santander hacia el mundo. Según Fray Pedro Simón, cronista de las gestas de la Conquista y la Colonia, 1580 las gentes de Pamplona sacaban sus productos e importaban sus mercancías por el lago de Maracaibo navegando por el río Zulia. A pesar de los vaivenes que ha tenido la economía desde ese entonces y los conflictos limítrofes y políticos que se han presentado entre los dos países, los habitantes de la región no han perdido su condición de hermanos; se comparten lazos familiares, historia, leyendas, costumbres y trabajo. Según sus pobladores, se sigue presentando una integración económica y sociocultural que no conoce precedentes, y debido a esta situación se ha bautizado a la región como “La frontera más viva de Suramérica”. “Dentro de esta zona, Cúcuta en Colombia y San Antonio – Ureña en Venezuela, han sido las localidades que han concertado los efectos más intensos de este relacionamiento ancestral, hasta constituir una conurbación urbano - fronteriza, de carácter binacional”².

La frontera colombo venezolana ha venido en los últimos años adquiriendo una visibilidad de informalidad, ilegalidad y violencia, debido, en buena

² Resumen ejecutivo del programa de Desarrollo Integral Fronterizo colombo – venezolano. Pág. 15.

medida, a la ausencia de políticas claras y de una relación de hermandad entre los gobiernos centrales, lo que provoca el marginamiento de los municipios que conforman la zona e impiden su desarrollo.

Las fronteras se han «criminalizado» y la agenda de seguridad ha cubierto como un paraguas a todo el resto de interacciones que se produce en ellas, mermando, limitando y excluyendo otros temas que forman parte de la cotidianeidad de la vida de las comunidades fronterizas (Rodríguez, 2007).

Tal mirada, centrada en el límite que separa y no en la zona que articula, ha impedido reconocer los diferentes ámbitos de cada frontera que encierran enormes oportunidades para lograr el desarrollo y mejorar la calidad de vida de quienes en ella habitan.

Se hace indispensable superar la idea de las fronteras como meros límites, dejar de entenderlas como barreras defensivas e, incluso, como espacios por o en los que se debilita o se puede atentar contra la soberanía nacional, para dar paso al reconocimiento de las dinámicas fronterizas de esta región, caracterizadas por su aproximación a las nociones de espacios compartidos, más cercanos a la integración y la cooperación, sin que ello implique el menoscabo del sentido de pertenencia a sendas realidades sociopolíticas (Ramírez, 2006).

El rol estratégico que deben cumplir las administraciones debe estar orientado hacia la formulación de políticas que favorezcan la consolidación de la zona como la zona de integración fronteriza y a la construcción de un tejido empresarial vigoroso en el que participen tanto las microempresas familiares y pymes, como las grandes empresas consolidadas³.

La ZIF no es un asunto exclusivo de gobiernos ni de entes supranacionales, concierne a todos y a cada uno de los ciudadanos de la frontera, en este caso la de Táchira y Norte de Santander. De hecho, ha existido ru-

³ Plan de desarrollo municipal 2008 -2011. Eje políticas económicas para la prosperidad. Capítulo II.

dimentariamente por años en el intercambio fronterizo, sin las ventajas de una institucionalidad cuyo fin esencial es la promoción del desarrollo en la región (Sánchez, 2007).

Para tal efecto se hace necesario lograr una clara identificación de las vocaciones, las fortalezas y las potencialidades productivas de la región, y así mismo la capacidad competitiva de cada una de ellas para insertarse en las diferentes escalas del mercado, desde los regionales y nacionales hasta los internacionales.

Son esas vocaciones, fortalezas y potencialidades, las que permiten favorecer el que las distintas formas y niveles de la actividad productiva se puedan encadenar, de tal manera que se avance hacia una mayor productividad y competitividad de la región en su conjunto, como clave para albergar empresas sostenibles⁴.

Lograr que compren los productos y servicios ofrecidos por la comunidad asentada en la región significa ser atractivos en la oferta, configurar productos o servicios que puedan interesar a los clientes, que puedan satisfacer alguna necesidad que este tenga, hacerla visible y satisfacerla.

Es preciso identificar, describir y posicionar los segmentos en los cuales los municipios pueden ser diferentes, competitivos, atractivos y donde se produzca con mayor probabilidad la compra para configurar la oferta de productos y servicios⁵. Posicionar la región es tener una identidad, poder transmitir un modelo hacia los otros, una serie de atributos mediante los cuales se pueda lograr una percepción diferenciada dentro de la mente de los compradores.

2. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia promocional para lograr el posicionamiento de la zona Norte de Santander (República de Colombia) – Estado Táchira (República Bolivariana de Venezuela).

⁴ *Ibid.*

⁵ *Id.*

Objetivos específicos

- Identificar las fortalezas, potencialidades y ventajas competitivas de cada uno de los municipios del departamento Norte de Santander y del estado Táchira.
- Establecer el segmento del mercado que se identifica con cada uno de los municipios de acuerdo con los perfiles psicográficos que son: hábitos de vida, motivaciones, preferencias.
- Fortalecer la instalación y el posicionamiento de la región en la mente de los habitantes de Colombia y Venezuela por medio de campañas publicitarias.

4. METODOLOGÍA

La investigación es de naturaleza cualitativa. La metodología cualitativa tiene carácter exploratorio, descriptivo y explicativo en correspondencia con el objetivo general y los objetivos específicos. En el método de investigación se tienen en cuenta la observación, la inducción, el análisis y la síntesis. Entre las técnicas y procedimientos para la recolección de la información se emplean entrevistas no estructuradas, encuestas, consulta a expertos y observación.

Población conformada por 40 municipios del departamento Norte de Santander y 32 municipios del estado Táchira

Fase 1. *Caracterización de cada uno de los municipios de Norte de Santander y del estado Táchira identificando sus fortalezas y potencialidades.*

La información se recolecta de la siguiente manera:

- Se organizan equipos de trabajo compuestos por estudiantes pertenecientes a la decanatura de administración e ingenierías de la Universidad de Santander, UDES, sede Cúcuta.

- Cada uno de los equipos se responsabiliza de tres municipios del departamento Norte de Santander y tres del estado Táchira.
- La información recolectada proporciona la caracterización de cada uno de los municipios, permitiendo identificar sus fortalezas y potencialidades.
- Se valida la información en lo que concierne a los municipios y sus características.

Fase 2. Diseño de rutas turísticas.

- Ruta 1: San Antonio, Ureña, Villa del Rosario, Cúcuta, Los patios, Chinácota, Bochalema, Pamplonita, Pamplona, Mutiscua.
- Ruta 2: San Antonio, Ureña, Cúcuta, El Zulia, Sardinata, Abrego, Ocaña, La Playa de Belén.

Fase 3: Se establece el segmento de mercado que se identifica con cada uno de los municipios.

Fase 4: Se diseña y se pone en marcha la campaña publicitaria.

5. RESULTADOS FASE 1

Marco geográfico

Se presenta a continuación un cuadro en el que se especifican algunas de las características que poseen los municipios tachirenses (cuadro 1) y nortesantandereanos (cuadro 2).

Cuadro 1
Características de los municipios del Estado Táchira.

MUNICIPIO	CAPITAL	CARACTERÍSTICAS
Andrés Bello	Cordero	Paisajes, tranquilidad, sembradíos de flores
Antonio Rómulo Acosta	Las Mesas	Café, caña de azúcar, ganadería, aguas termales
Ayacucho	San Juan de Colón	Agricultura, arquitectura, artesanías.
Bolívar	San Antonio	Comercio
Cárdenas	Tariba	Arquitectura
Córdoba	Santa Ana del Táchira	Agricultura, pesca, arquitectura colonial Parque Tamá
Fernández Feo	San Rafael del Piñal	Ganadería de leche y ceba, actividad forestal y pesca, comercial. Balnearios
Francisco de Miranda	San José de Bolívar	Agricultura, ganadería, truchicultura, paisajes
García de Hevia	La Fría	Industrias metalúrgicas, producción de leche.
Guasimos	Palmira	Religiosa, turismo de aventura
Independencia	Capacho Nuevo	Histórica, artesanías en barro, cestería. Industria. Agricultura. Peribeca
Jáuregui	La Grita	Histórica, cultural, artística y arquitectónica.
José María Vargas	El Cobre	Caña, sembradíos de flores y hortalizas, tranquilidad.
Junín	Rubio	Café, petróleo, arquitectura, historia, industria.
Libertad	Capacho Viejo	Piñas más dulces del país, zoológico, recursos hídricos
Libertador	Abejales	Comercio, industria maderera, cacería, pesca
Lobatera	Lobatera	Carbón, fosforita, caña de azúcar, panela. Petroglifos patrimonio cultural.
Michelena	Michelena	Agricultura, avicultura, paisajística, descanso
Panamericano	Coloncito	Leche, quesos, madera y artesanías
Pedro María Ureña	Ureña	Pesca, agricultura, industrial y comercial, aguas termales.
Samuel Darío Maldonado	La Tendida	Ganadería, cultivos, paisajes y aguas termales.
San Cristóbal	San Cristóbal	Histórica, cultural religiosa y comercial
Seboruco	Seboruco	Religiosa, cultural, arquitectónica. Ruta turística de la montaña y el sol
Sucre	Queniquea	Recursos hídricos, fábrica de quesos, mantequilla, cultivo de papa y trigo.
Uribante	Pregonero	Paisajes de montaña, arquitectura típica andina
Rafael Urdaneta	Delicias	Reserva forestal gran productora de agua, arquitectura andina, sembradíos de flores. El Tamá
Simón Bolívar	San Antonio del Táchira	Histórica, comercial y cultural.
Torbes	San Josecito	Turismo religioso

Fuente. Autores del proyecto.

Cuadro 2
Características de los municipios de Norte de Santander

MUNICIPIO	CARACTERÍSTICAS
Abrego	Agricultura, religiosa, eco turística
Arboledas	Variedad paisajística, Caña, Plátano
Bochalema	Café, caña panelera
Bucarasica	Caña, feldespato, tomate
Cáchira	Paisajes, hoteles, restaurantes, cuevas, lagunas, hábitat del cóndor, señal satelital.
Cácota	Agrícola. Abastecedora del recurso hídrico a departamentos fronterizos.
Convención	Café, caña panelera
Chinácota	Histórica, paisajística, café y caña panelera. Páramo de Mejeu
Chitagá	Papa, trucha.
Cúcuta	Comercio, monumentos, arcilla, confecciones, árboles
Cucutilla	Agricultura, lagunas (Sisavita)
Durania	Café, caña panelera, recreación.
El Carmen	Reserva forestal, montaña sagrada
El Tarra	Caliza, arcillas, carbón mineral. Plátano, cachama, cascadas
El Zulia	Caña de azúcar, arroz, balnearios
Gramalote	Café, caña panelera, paisajes exóticos, historia
Hacarí	Cuevas, cascadas, agricultura y ganadería
Herrán	Agrícola, calizas, fosfatos
Labateca	Paisajes, café
La Esperanza	Palma de aceite, pastos, primer municipio ganadero, yacimientos petrolíferos
La Playa	Estoraques, cuevas de Mesarrica, cerro de Los Cristales. Cebolla
Los Patios	Caña, arroz, tabaco
Lourdes	Agricultura
Mutiscua	Trucha, mármol
Ocaña	Historia, monumento nacional, agricultura, ganadería y comercio. Cebolla
Pamplona	Historia, cultura, dulces, tejidos, educación
Pamplonita	Histórica, agrícola y comercial
Puerto Santander	Lagunas naturales, animales típicos, comercio
Ragonvalia	Comercio, agricultura, madera
Salazar	Turístico, religioso, café, tabaco
San Calixto	Agropecuario, cuevas y monumentos
San Cayetano	Balnearios

Continúa...

Santiago	Ríos, quebradas, pozos y cuevas
Sardinata	Ecológica, ambiental y paisajista
Silos	Histórico, comercial, páramos, centro de investigaciones de Pachacual
Teorama	Agrícola, recreacional, paisajística
Toledo	Café de exportación, parque Tamá, leche, carne y cueros
Tibu	Petróleo, agricultura
Villa Caro	Ecología y peregrinación
Villa del Rosario	Historia, cultura y esparcimiento

Fuente. Autores del proyecto.

En los municipios del departamento Norte de Santander y el estado Táchira está presente el legado que dejaron los próceres de la independencia en la construcción del territorio. Sitios históricos, iglesias y museos en su mayoría datan de la época de la Colonia, se han restaurado y se conservan como patrimonio nacional; hacen parte de los recorridos obligados a visitar en cada uno de ellos.

El clima, su entorno natural, las montañas y la biodiversidad son otras características a resaltar en la región.

Cúcuta y San Cristóbal, sus capitales, se reconocen por sus centros comerciales, sus largas avenidas y un dinámico comercio local con sus centros hoteleros y diversidad gastronómica.

6. FASE 2. DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS

- **Ruta 1.** San Antonio, Ureña, Villa del Rosario, Cúcuta, Los Patios, Chinácota, Bochalema, Pamplonita, Pamplona, Mutiscua.

SAN ANTONIO DEL TÁCHIRA. Ciudad con gran movimiento económico, una de las celebraciones más grandes es el carnaval de la frontera.

UREÑA. La actividad industrial está bastante desarrollada con variedad de atractivos de la industria del mueble, vidrios y aluminio. Es de gran importancia la existencia de aguas termales.

VILLA DEL ROSARIO. Cuna de Colombia; allí nació la Gran Colombia. Se destaca la talla en madera, mimbre, bambú y ratán. La elaboración de figuras en cerámica y talladas en piedra.

CÚCUTA. Reconocida esencialmente como ciudad comercial con espacios llamativos como el centro comercial a cielo abierto, la avenida Cero, la diagonal Santander y el malecón que cuentan con zonas financieras, parques, teatros, hoteles y restaurantes.

LOS PATIOS. En el área metropolitana de Cúcuta resalta el corredor turístico de la recta corozal, el museo arqueológico y el motódromo de agua linda.

CHINÁCOTA. Sitio de interés cultural y turístico; se destaca el páramo de Mejue, la hacienda Iscalá y las cabañas campestres.

BOCHALEMA. Rico en balnearios, en el centro del parque se encuentra un samán centenario cuyas semillas fueron traídas de Tárriba (Venezuela)

PAMPLONITA. Enmarcado en costumbres religiosas, el templo parroquial de Nuestra Señora del Rosario es patrimonio cultural de la Nación.

PAMPLONA. Economía basada en el comercio gastronómico (colaciones), la educación y el turismo religioso y cultural. Pionera de la revolución granadina.

MUTISCUA. Se realiza el festival del líchigo y la pesca artesanal de trucha.

- **Ruta 2.** San Antonio, Ureña, Cúcuta, El Zulia, Sardinata, Abrego, Ocaña, La Playa de Belén.

EL ZULIA. Ciudad de balnearios.

SARDINATA. Área de importancia ecológica, ambiental y paisajística.

ABREGO. Múltiples balnearios naturales, eventos tradicionales, ferias y fiestas, múltiples leyendas y tradiciones.

OCAÑA. Se encuentra el complejo histórico La Gran Convención. Monumento nacional.

LA PLAYA DE BELÉN. Rebosante de quietud y tranquilidad; se destaca el Parque Natural Los Estoraques.

7. FASE 3. DISEÑO Y PUESTA EN MARCHA DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Segmentación

Cuadro 3
Segmentación del mercado

Geográficos	Estado Táchira y departamento Norte de Santander. Zona urbana y suburbana, clima caliente, templado y frío.
Demográficos	Ingreso: un salario mínimo en adelante. Edad: de 10 a 60 años. Género: femenino y masculino. Ciclo de vida familiar: joven soltero, casado, viudo, separado, con hijos o sin hijos. Clase social: alta, media y baja. Ocupación: profesionales, empleados, estudiantes.
Psicográficos	Amable seguro de sí mismo, armonioso, disfruta con la belleza, la recreación y la convivencia. Estilo de vida. Gusto por viajar, realizar diferentes actividades, interesado en la cultura, el arte, el deporte y la música. Vida social. Personas que les gusta viajar en compañía de familia o amigos.
Conductuales	Beneficios. Descanso, aventura, conocer culturas turísticas, variedades gastronómicas, mitos y tradiciones. Conocer lo mejor de la región. Tasa de uso: una o dos veces al año.

Fuente. Autores del proyecto.

Objetivo publicitario

Dar a conocer los atractivos de cada uno de los municipios que conforman tanto el departamento Norte de Santander como el estado Táchira para promover el turismo en la región y generar ingresos a diferentes sectores de la economía.

Objetivo de medios

En cuanto a la cobertura de la campaña, inicialmente se dirigirá al departamento de Norte de Santander y el estado Táchira para que los ciudadanos conozcan más a fondo cada uno de los municipios que conforman su región mediante la promoción en diferentes medios de comunicación: emisoras, periódicos, las revistas y plegables.

Mercado total

Es importante dar a conocer a las personas de la zona fronteriza los beneficios, la cultura, gastronomía, artesanías y las actividades que pueden encontrar en los diferentes municipios de Norte de Santander y del estado Táchira ya que muchas no conocen el sitio en que viven. Se llegará a las agencias de turismo y a las empresas ubicadas en ambos lados de la frontera.

Mercado específico

El nicho inicial específico lo componen los habitantes de San Cristóbal, Rubio, San Antonio, Ureña, Maracaibo y Valencia en la República Bolivariana de Venezuela y los municipios del Departamento Norte de Santander en la República de Colombia.

Estrategia de comunicación

Consiste en dar a conocer y recordar la existencia de los municipios de la ruta seleccionada que tienen un legado histórico y muchos atractivos para el turismo nacional e internacional.

8. RESULTADOS OBTENIDOS

El desarrollo del proyecto permitió identificar los factores por los cuales los municipios seleccionados como destino turístico de la región se consideran competitivos, así como determinar el potencial de atractivo de cada uno de ellos y realizar las siguientes acciones de promoción:

- Creación de una marca como la mejor forma de generar competitividad y desarrollo en la región por medio del mercadeo territorial.
- Diseño de trípticos con las fortalezas de los municipios.



Fuente. Estudiantes de Campaña publicitaria de la UDES, Cúcuta.

- Diseño radial de cuña promocional para incentivar el turismo en la región.



- Trabajo conjunto academia-sector turístico para dar a conocer las oportunidades de desarrollo que existen en las rutas propuestas. Una vez presentado a la comunidad el producto obtenido con el proyecto de investigación, se pudieron establecer convenios con la Corporación Mixta de Promoción de Norte de Santander y con la asociación hotelera y turística de Colombia, capítulo Norte de Santander, Cotelco. Además, se recibió la invitación a participar en la mesa de Ecoturismo del Norte de Santander, la cual trabaja activamente por posicionar al departamento como destino líder del turismo de naturaleza en el país. Explícitamente la propuesta gira en torno a:
 - Identificar las áreas con un atractivo natural especial en cada uno de los municipios que integran las dos rutas seleccionadas.
 - Recopilar las tradiciones, costumbres, valores culturales y trabajo artesanal de su área de influencia.
 - Realizar un inventario de los hospedajes, restaurantes y paradores.
 - Identificar los senderos ecológicos, reconociendo en ellos las especies vegetales, fauna y flora y las faenas diarias de la comunidad local.
 - Diseñar un sistema de señalización turística que brinde una adecuada orientación, información y seguridad a los turistas para satisfacer así sus requerimientos y expectativas.

9. CONCLUSIONES

El turismo es importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de una región, debido a su efecto dinamizador sobre los demás sectores económicos. Es instrumento generador de divisas y empleo, fuente de negocios y de inversión.

Los múltiples atractivos de la región fronteriza permiten la posibilidad de competir con diversos productos turísticos para diferentes mercados, tanto nacionales como internacionales.

Los productos turísticos encontrados en las rutas diseñadas son: historia y cultura, agroturismo, ecoturismo, deportes y aventura, ferias y fiestas, compras, salud y congresos.

La región y la nación en general deben apostarle a la consolidación de una infraestructura moderna para el turismo y el mejoramiento y adecuación de vías de acceso que faciliten la conectividad de los destinos turísticos. En este sentido, los esfuerzos deben concentrarse en el desarrollo de una infraestructura de transporte y de servicios públicos, al tiempo que en el mejoramiento de los atractivos, la señalización turística, adecuación hotelera, y demás aspectos necesarios.

Referencias

Plan de desarrollo del departamento Norte de Santander 2008 - 2011:
Un Norte para todos.

Plan de desarrollo del municipio de Cúcuta: Cúcuta humana, solidaria y competitiva. 2008 - 2011

Ramírez, S. & Cárdenas, J. (2006) *Nuevos desafíos de la relación de la relación Venezuela Colombia*". *Colombia – Venezuela Retos de la convivencia*. Bogotá: Unibiblos 59-70.

Rodríguez, S. (2007). La frontera: Un concepto múltiple, una visión diversa. Recuperado de: <http://www.paginadigital.com.ar/articulos/2007/2007prim/cartas4>.

Sánchez, F. (2007, mayo). La zona de integración fronteriza: Táchira-Norte de Santander: aspectos jurídicos, institucionales y administrativos. *Aldea Mundo*, 12, (23), 25-34.

www.a-venezuela.com

www.convención-nortedesantander.gov.co

www.nortedesantander.gov.co

www.venaventours.com/tachira.asp)