

Análisis de la baja demanda turística estacional en Norte de Santander

Analysis of the Low Seasonal Tourist Demand in Norte de Santander

1. Sharick Giseth Acuña Jaimes
2. Liyibeth Karine Villamizar Monroy
3. Blanca Mery Rolón Rodríguez

Recibido: 12-01-2026
Aprobado: 15-05-2026

Resumen

Se llevó a cabo un estudio cualitativo en donde se analizaron los factores que determinan la fluctuación y baja demanda turística en el departamento de Norte de Santander, Colombia, con el propósito de comprender los elementos sociales, económicos y políticos que restringen el flujo de visitantes en períodos intermedios y bajos. La variación de la demanda es un problema global que afecta la sostenibilidad del sector, obligando a los destinos a depender de las vacaciones y días festivos. Para ello, se hizo uso de un diseño de estudio de caso y la aplicación de entrevistas semiestructuradas y grupos focales dirigidos a turistas intencionales, se exploraron sus percepciones, motivaciones y experiencias al seleccionar un destino, facilitando un diagnóstico de las debilidades y oportunidades del sector. En los resultados de la investigación se pudo identificar la percepción de inseguridad como el principal inhibidor de la demanda, lo que lleva a los viajeros a descartar destinos donde la seguridad no está plenamente garantizada, un hallazgo que impacta directamente la adecuación de la oferta turística regional. Adicionalmente, se diagnosticaron limitaciones críticas en la conectividad vial y aérea, la competencia de alojamientos informales, y una escasa promoción que impide el conocimiento de la diversidad de la oferta regional (ecoturismo, religioso y cultural). Los viajeros en temporada baja, además, se caracterizan por buscar planes tranquilos, destinos con menor afluencia y la posibilidad de aprovechar ofertas o promociones. Se concluye que la dependencia de la estacionalidad crea desequilibrios económicos y de productividad en la región. Para mitigar esta problemática, se sugiere a los prestadores de servicios implementar estrategias enfocadas en marketing digital para aumentar la presencia en redes sociales, el desarrollo de ofertas de valor agregado con incentivos económicos y descuentos específicos para viajes cortos o de baja temporada, y la coordinación intersectorial para el mejoramiento de la infraestructura y la creación de nuevas atracciones, lo que contribuirá al mantenimiento de un flujo constante de turistas a lo largo del año, mejorando la competitividad y sostenibilidad del destino.

Palabras clave: Competitividad, conectividad, demanda turística, estacionalidad, inseguridad, oferta turística.

Abstract

A qualitative study was conducted in which the factors determining the fluctuation and low tourism demand in the department of Norte de Santander, Colombia, were analyzed, with the purpose of understanding the social, economic, and political elements that restrict the flow of visitors during intermediate and low periods. The variation in demand is a global problem that affects the sustainability of the sector, forcing destinations to rely on holidays and vacation periods. For this purpose, a case study design was used along with the application of semi-structured interviews and focus groups directed at intentional tourists; their perceptions, motivations, and experiences when selecting a destination were explored, facilitating a diagnosis of the sector's weaknesses and opportunities. The research results identified the perception of insecurity as the main inhibitor of demand, leading travelers to rule out destinations where safety is not fully guaranteed, a finding that directly impacts the adaptation of the regional tourism supply. In addition, critical limitations were diagnosed in road and air connectivity, competition from informal accommodations, and poor promotion that prevents awareness of the diversity of the regional offering (ecotourism, religious, and cultural). Travelers in the low season are also characterized by seeking quiet plans, destinations with lower visitor density, and the possibility of taking advantage of offers or promotions. It is concluded that dependence on seasonality creates economic and productivity imbalances in the region. To mitigate this problem, it is suggested that service providers implement strategies focused on digital marketing to increase their presence on social media, develop value-added offers with economic incentives and specific discounts for short or low-season trips, and promote intersectoral coordination for infrastructure improvement and the creation of new attractions, which will contribute to maintaining a constant flow of tourists throughout the year, thereby improving the destination's competitiveness and sustainability.

Keywords: Competitiveness, connectivity, tourist demand, seasonality, insecurity, tourist supply.

Programa de Administración Turística y Hotelera. est_sg_acuna@fesc.edu.co. ORCID: 0009-0000-9012-344X. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

Programa de Administración Turística y Hotelera. est_ik_villamizar@fesc.edu.co. ORCID: 0009-0000-0626-5542. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

Doctora en Gerencia y Política Educativa. doc_bm_rolon@fesc.edu.co. ORCID: 0000-0001-5670-5737. Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), Cúcuta, Colombia.

***Autor de correspondencia:** doc_bm_rolon@fesc.edu.co

Introducción

La variación de la demanda turística es un fenómeno estructural que incide en la industria a escala global, donde la afluencia de los visitantes se concentra fuertemente en períodos vacacionales y días festivos. Según Cardona (2014) la estacionalidad se origina en gran medida por factores sociales e institucionales como los períodos de vacaciones, causando que las personas concentren sus viajes en épocas como diciembre, enero, junio y julio.

Por otra parte, en el resto del año (en los períodos normales de tiempo) la demanda de estos servicios continúa en un nivel bajo de tal manera que la afluencia turística suele venir determinada por motivos de carácter no climático ni lúdico sino comercial. Estos patrones irregulares de demanda provocan inestabilidad laboral e ineficiencia en las instalaciones turísticas.

Norte de Santander es una región con potencial turístico que a pesar de sus recursos naturales y culturales, y de su ubicación estratégica, recibe un número reducido de visitantes en ciertas épocas del año. Esta problemática se atribuye a factores estructurales como la percepción de riesgo e inseguridad, las limitaciones en la infraestructura vial y aérea (conectividad), y una promoción y diversificación de la oferta consideradas insuficientes.

En esta investigación, el objetivo del trabajo fue analizar los factores sociales, económicos y políticos que influyen en la baja y estacional demanda turística en Norte de Santander. El estudio acoge la estacionalidad, la sensación de inseguridad y la gestión de la oferta, como los factores determinantes del flujo turístico.

Actualmente, el sector turismo se enfrenta a desequilibrios económicos, sociales y medioambientales sin precedentes, en tanto que el modelo que aún se utiliza es el de la masificación y de una intensa dependencia a determinadas épocas del año (estacionalidad). Por lo que, el objetivo estratégico debe ser avanzar hacia un modelo que diseccione y desarrolle productos de más valor añadido, desestacionalizados y diversificados (Fundación COTEC, 2023, pp. 3).

Por otra parte es importante tener en cuenta que la percepción de riesgo por parte de los consumidores sigue siendo un elemento disuasorio importante, limitando la competitividad regional.

Marco teórico

La demanda en el turismo responde al conjunto de personas que se muestran interesadas por un destino a lo largo de un periodo en específico y vendrá determinada por la seguridad, la accesibilidad y los aspectos que le resulten atractivos (Pulido & López, 2017). Este indicador clave permitirá valorar la viabilidad y sostenibilidad de un destino.

Según Perles Ribes (2004), la competitividad "es la capacidad de un destino de generar y/o incorporar productos con valor añadido que mantenga sus recursos, y permanecer en el tiempo competitivo frente a los productos de la competencia manteniendo el bienestar y el desarrollo sostenible de la comunidad que acoge el destino".

La percepción de una inseguridad puede definirse como la sensación de amenaza, peligro o vulnerabilidad ante ciertas personas que, en este caso, podrían ser turistas o comunidades, y que puede tener importantes

efectos en sus comportamientos y decisiones al viajar (Hernández & Fernández, 2010). La inseguridad es un factor que puede disminuir significativamente la demanda turística, además de afectar la imagen del destino.

Por otro lado, un estudio realizado en Colombia revela que las fluctuaciones en la afluencia de turistas están influenciadas por eventos sociales, el clima y las campañas promocionales. Cerda Ampié (2024) plantea que la baja demanda que se aprecia en los periodos intermedios y las temporadas bajas afecta a la economía de la localidad y a la gestión de los servicios turísticos.

La teoría de la estacionalidad turística establece que esa variación responde a razones relacionadas con el clima, las festividades y las vacaciones escolares en que hay una fuerte afluencia de turistas en determinados meses a lo largo de un año (ILUNION, 2023). Esto provoca que destinos muy dependientes de temporadas altas tengan dificultades para mantener un flujo constante de turistas.

En cuanto a la teoría del comportamiento del consumidor sugiere que es posible mitigar la baja demanda si se modifican la oferta y la comunicación según las motivaciones de los viajeros (Schiffman & Kanuk, 2010).

Finalmente, Schiffman y Kanuk (2010) apuntan que, en la medida que haya una congruencia entre la oferta y las motivaciones y las preferencias del turista, y a la vez haya buenas comunicaciones, puede hacerse posible una serie de incentivos a la demanda en situaciones de "temporada baja" y reducir estacionalidades, lo que facilita la buena sostenibilidad económica del sector turístico a largo plazo.

Metodología

La investigación se realizó siguiendo el enfoque de la investigación cualitativa. Una forma de enfocar la investigación que enfatiza la comprensión de las experiencias, significados y motivaciones de las personas. Se seleccionó el diseño de Estudio de Caso, dado que permite una exploración muy clara de las variables que determinan la llegada de turistas en un territorio determinado como Norte de Santander (Yin, 2009).

"Un estudio de caso es una investigación empírica que investiga un fenómeno contemporáneo en profundidad y dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no están claramente definidos". En esencia, la necesidad de usar un estudio de caso surge de un deseo de entender fenómenos complejos de la vida real (Yin, 2018, p. 16)

La población de estudio se constituyó por el total de personas que visitan y podrían visitar el municipio de San José de Cúcuta ya sean turistas nacionales o extranjeros. La muestra fue de carácter intencional, seleccionando a tres turistas con el fin de obtener información detallada y profunda sobre sus decisiones de viaje.

Las técnicas e instrumentos empleados para la recopilación de datos fueron la entrevista semiestructurada individual y el grupo focal, así como la aplicación de un cuestionario realizado a través de Google Forms, al obtener la información se llevó a cabo un análisis de la Información de carácter cualitativo, contrastando las impresiones, opiniones, experiencias y percepciones obtenidas de la muestra seleccionada con el fin de identificar fortalezas y debilidades y obtener hallazgos detallados.

Resultados y discusión

El análisis de la información cualitativa obtenida de la muestra (turistas jóvenes entre 19 y 25 años) demostró que la percepción de inseguridad es el principal factor disuasorio en la elección del destino, considerándola un obstáculo crítico que invalida cualquier oferta turística. Otros factores influyentes son la deficiente conectividad vial y aérea, y la mala condición de la infraestructura turística, lo cual resta competitividad a la región.

La baja demanda estacional se debe, además, a la escasa promoción de la variada oferta fuera de temporada alta. Para afrontar esta situación, se consideró conveniente mantener las campañas de marketing, aumentar la presencia en redes sociales y ofrecer incentivos y descuentos en épocas de baja afluencia turística.

Discusión

Los resultados de la investigación confirman cómo los factores estructurales influyen en la baja demanda turística de Norte de Santander. La percepción de inseguridad se estableció como el factor más crítico y determinante. En cierto modo, existe consenso en torno a la afirmación de que el miedo funciona como un obstáculo que hace que, por un lado, los turistas decidan visitar destinos que consideran seguros, y por otro lado, llama la atención el hecho de que una oferta normalmente interesante para el viaje no es suficiente si, por el contrario, la seguridad que se percibe no está garantizada.

Existen limitaciones en cuanto a la infraestructura y a la conectividad, elementos que restan competitividad. La mala condición de las vías y la escasez de rutas aéreas son vistas como un freno que desanima el desplazamiento. Además, se diagnosticó una baja promoción de la oferta turística disponible en temporadas fuera de la alta afluencia, impidiendo el conocimiento de la diversidad de planes (ecoturismo, turismo cultural).

El comportamiento del viajero en temporada baja se orienta a planes tranquilos, la búsqueda de destinos con menor afluencia y la posibilidad de aprovechar ofertas. Ante estos datos, se concluye que la baja demanda es multifactorial, originada por problemas de seguridad y gestión. La estrategia para mitigar el problema debe ser integral: mejorar la seguridad (percepción), invertir en infraestructura y aplicar un marketing segmentado con incentivos para el turista de temporada baja.

Conclusión

La búsqueda desarrollada anteriormente alcanzó el objetivo al identificar las causas de la baja demanda. Se destaca que la principal aportación de esta revisión es la identificación de la percepción de inseguridad como el obstáculo más significativo, una variable que debe ser prioritaria en la planificación del destino. Se confirma que la dependencia de la estacionalidad genera desequilibrios económicos y de productividad en la región.

Se obtuvieron diversas estrategias, las cuales se consideran relevantes, estas se encuentran enfocadas en el marketing digital para aumentar la presencia en redes sociales, desarrollar ofertas de valor agregado con incentivos económicos y descuentos específicos para viajes fuera de temporada.

Así como coordinar acciones intersectoriales para el mejoramiento de la infraestructura y la seguridad, lo que apoyará un flujo constante de visitantes. Llegando a la conclusión de que el sector debe utilizar esta información para optimizar sus estrategias y trabajar de manera coordinada en el mejoramiento de la confianza y la competitividad del destino, es decir, de Norte de Santander.

Referencias

- Cardona, J. R. (2014). La estacionalidad turística y sus potenciales impactos. *Rosa dos Ventos*, 6(3), 446-468. <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547041009.pdf>
- CEPAL. (2021). El turismo ante la disyuntiva de su recuperación: oportunidades para transformar el sector. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3440787e-d009-40b5-be1b-90f7574b62f5/content>
- Cerda Ampié, R. L. (2024). Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana en Colombia. Universidad Externado de Colombia.
- Demanda turística y turismo. Ciencias del turismo. García, R., y Torres, M. (2021).
- El Tiempo. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010).
- Fundación COTEC. (2023). Innovación, turismo y economía circular: hoja de ruta para la transformación del modelo turístico. (p. 3). <https://cotec.es/wp-content/uploads/2023/10/HOJA-DE-RUTA-TURISMO-COTEC.pdf>
- Hernández, M., & Lee, S. (2020). Seasonality in global tourism demand: Challenges and strategies. *International Journal of Tourism Management*, 45, 83–94.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2010). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.
- ILUNION. (2023). La estacionalidad turística en España: qué es, cómo afecta y soluciones para combatirla. Las variaciones estacionales y su efecto en la demanda de turismo internacional. *Revista de Economía del Turismo*, 15(2), 105-122.
- Martínez, A., & López, R. (2023). Análisis de las tendencias y los desafíos para la recuperación de la demanda turística internacional en Ecuador después del COVID-19. *Revista Internacional de Innovación Turística*.
- Mendoza, S. (2025). Análisis de la ocupación hotelera en Norte de Santander durante el primer semestre de 2025. Cotelco Norte de Santander.
- Organización Mundial del Turismo. (2010). Sugerencias de la OMT para administrar destinos turísticos sustentables.
- Perles Ribes, J. (2004). La competitividad de los destinos turísticos. *Revista de Estudios Turísticos*.
- Pulido, F., & López, A. (2017). Análisis de la demanda turística y su impacto en los destinos. *Revista Internacional de Turismo*, 27(2), 114-130.
- Pulido, J. I., & López, M. P. (2017). *Economía del Turismo* (3a ed.). Ediciones Pirámide.
- Ríos Rodríguez, N., Nieto Masot, A., & Cárdenas Alonso, G. (2022). Los efectos de la COVID-19 en el sector turístico de las Comunidades Autónomas españolas.
- Romero, I. & Solís, M. (2012). La estacionalidad en el turismo y cómo afecta la eficacia de las instalaciones. *TURyDES*, 5(13), pp. 1-16.
- Sage Publications. Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011).
- Salazar, C. (2024, 14 de junio).
- Sánchez-Ramos, M., & Pizón, C. (2020). Impacto de la inseguridad en el turismo: una revisión de la literatura. *Revista Iberoamericana de Turismo: Una Perspectiva Multidisciplinaria*, 10(2), 1-18. <https://revistaiberoamericanadeturismo.ut.edu.co/ojs/index.php/rit/article/view/174>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson.
- Universidad Externado de Colombia. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.).

Yin, R. K. (2009). Case study research: Design and methods.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.