

Componentes del sistema turístico en micro, pequeñas y medianas empresas turísticas del departamento del Atlántico, Colombia

Components of the Tourist System in Micro, Small and Medium Tourist Companies of the Department of Atlántico, Colombia

Leonardo Niebles-Núñez¹
Karen Torres-Anillo²
Santander De-la-Ossa-Guerra³

Cómo citar/ How to cite: Niebles, L., Torres, K. & De La Ossa, S. (2020). Componentes del sistema turístico en micro, pequeñas y medianas empresas turísticas del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(2), 51 – 59. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6711>

Resumen

El presente estudio se enfocó en describir los componentes del Sistema Turístico en medianas y pequeñas empresas turísticas del Departamento del Atlántico-Colombia, destacando que no todo el potencial en materia turística se centra en su capital Barranquilla, por lo cual se buscan las alternativas para promover el turismo de acuerdo con sus componentes en otros municipios del departamento. La metodología utilizada es de corte descriptivo, no experimental, de campo; la población estuvo constituida por 144 gerentes de medianas y pequeñas empresas prestadoras de servicios turísticos, se aplicó el programa STATS® para seleccionar la muestra, quedando consolidada el tamaño en 105 gerentes. Los resultados indican que la oferta turística está constituida por las mercancías traducidas en productos, así como los servicios dispuestos en el mercado para los consumidores, además de que le aporta beneficios económicos dentro del marco de la sostenibilidad, impactando en indicadores como el producto interno bruto o empleabilidad, entre muchos otros. Como conclusión se evidencia la presencia de los componentes del sector turístico (oferta turística, elementos de la infraestructura, superestructura y demanda turística) que se encuentran presentes y hacen por tanto parte de los conocimientos que sobre el sistema turístico tienen los prestadores de servicios que desempeñan su labor organizacional dentro de las denominadas Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Palabras clave

Sistema turístico; componentes; potencial turístico; desarrollo; infraestructura; beneficios económicos; MIPYMES.

Abstract

This study aimed to describe the components of the tourism system in tourist MSMEs of the Department of Atlántico, Colombia, stressing that not all the potential in tourism is focused on Barranquilla. Therefore,

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2020

Fecha de evaluación: 20 de abril de 2020

Fecha de aceptación: 28 de mayo de 2020

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Published by Universidad Libre



1 Doctor en Ciencias Gerenciales, docente investigador de la Universidad del Atlántico, Colombia. Líder del grupo de investigación Organización Sostenible. Correo electrónico: leonardoniebles@mail.uniatlantico.edu.co ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-2970-2498>

2 Máster en Dirección y Administración de Empresas, docente Universidad del Atlántico-Colombia. Correo electrónico: karentorres@mail.uniatlantico.edu.co ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1955-9608>

3 Magíster en Administración, magíster en Educación, especialista en Gerencia de Mercadeo, administrador de empresas. Docente de la Universidad de Sucre, Colombia. Correo electrónico: santander.delaossa@unisucra.edu.co ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-1283-9837>

alternatives to promote tourism according to its components in other municipalities of the Department of Atlántico are sought. The methodology consists of a descriptive, non-experimental, and field study. The population was of 144 MSMEs managers that provide tourist services, to which the STATS® program was applied to select the sample, resulting in a final group of 105 managers. The results indicate that the tourist offer consists of goods translated into products, as well as market services for consumers; it provides economic benefits within the framework of sustainability, impacting indicators such gross domestic product or employability, among many others. In conclusion, the components of the tourism sector are exposed (tourism supply, infrastructure elements, superstructure and tourism demand) which are part of the knowledge that the service providers who carry out their organizational work within the so-called micro, small and medium enterprises have about the tourism system.

Keywords

Tourism system, components, tourism potential, development, infrastructure, economic benefits, MSMEs.

Introducción

El turismo es un fenómeno social mundial que trasciende el acto para la recreación y disfrute de espacios, ya que puede estar inspirado por el interés humano por conocer otras localidades, culturas y personas; pero también es impulsado por intereses económicos, no solo para quienes se trasladan para realizar negocios, sino para aquellas personas que ven en la recepción de visitantes - caracterizados por diferentes motivaciones – un consumidor objetivo, razón por la cual se promueven iniciativas empresariales en áreas como el hospedaje, la recreación, restaurantes, entre otros, y de muy diversas dimensiones.

En este sentido, Monterrubio C, J (2010). Considera que el turismo como actividad económica, cuenta con una estructura de producción, generadora de ofertas destinadas a la satisfacción de necesidades proporcionándole un lugar relevante contexto macroeconómico de una nación, incidiendo en indicadores como el PIB o las tasas de empleabilidad. Por lo cual es un aspecto clave de la economía de un país, dado que como sector económico se encuentra estrechamente vinculación con el desarrollo de las naciones, las cuales ven en éste un motor clave para su progreso socioeconómico.

A este respecto la OMT, (2019), explica que el turismo se caracteriza por su contante crecimiento y activa diversificación, lo que lo transforma en uno de los “sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo”. Igual-

mente, el turismo se establece e incluso supera -en cuanto a producción económica - a renglones como las exportaciones petroleras, productos alimentarios, automóviles, entre otros. Por ello, es un actor apreciado internacionalmente, ya que genera nuevos ingresos y empleos para las naciones, incidiendo en la optimización de sectores relacionados, como la construcción, agricultura o las telecomunicaciones.

Dentro de este marco, Sancho (2003), esboza el concepto que sobre sistema turístico refleja la OMT. La mencionada autora explica que las características que configuran la actividad turística son el efecto de interrelaciones complejas entre los distintos factores que la conforman. En tal sentido, a juicio de la autora, éste debe ser observado desde la “una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente” (p. 47). Profundizando, en referencia a este tema, Ibáñez y Cabrera (2011, p. 160), expresan que para “comprender el concepto de sistema turístico es necesario comprender el significado e implicaciones de la teoría de sistemas, ya que en ésta se basa la concepción misma del llamado sistema turístico”.

Por ello, la citada autora señala que la Teoría General de los Sistemas es “una epistemología y un método común a todas las ciencias, aplicable a distintos objetos de estudio”. Su importancia de fundamenta en la descripción de los elementos que conforman los sistemas, la relación significativa entre éstos e interdependencia.

Refieren que, en América Latina, mostró su primera expresión en cuanto al sistema turístico en 1971, la cual es generada por las investigaciones en materia turística realizadas por el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (IMIT), definiendo el sistema turístico como: “Un conjunto definible de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes”.

Explican Ibáñez y Cabrera (2011, p. 164), que esta visión sobre el sistema turístico alude a una clara concepción orgánica, la cual se estableció sobre los “principios de la biología, creando la concepción de sistemas sociales orgánicos abiertos que desarrollan un continuo intercambio con

el entorno”, este lineamiento en opinión de Niebles y Niebles (2019) aporta al desarrollo sustentable de las comunidades donde se ejecutan las acciones y actividades turísticas.

Desde esta perspectiva, consideran que los componentes del sistema turístico “cooperan, en vez de competir en la lucha por la supervivencia” (p. 163). También dentro de este enfoque cita los aportes Cohen (2002), quien discurre que la funcionalidad de este constructo se enmarca en un “patrón orgánico espontáneo, cuya dinámica presenta una tendencia centrífuga de constante expansión hacia nuevos espacios, hacia nuevas áreas geográficas”. Ibáñez y Cabrera (2011, p. 181), proponen como componentes del sistema turístico:

Tabla 1. Componentes del sistema turístico.

Componente	Descripción
Oferta turística	Para que un servicio turístico se convierta en oferta turística, es imprescindible que el consumidor potencial conozca su existencia. El turista real consumidor potencial es quien, localmente, establece el tiempo que cada producto puede entrar en el mercado. Asimismo, la oferta turística se agrupa en dos grandes componentes: Infraestructura y Superestructura
Elementos de la infraestructura	Es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Conformada por los siguientes elementos: Planta turística; Atractivos turísticos; Equipamiento e instalaciones.
Superestructura	Para que el sistema turístico funcione adecuadamente requiere, además de la infraestructura, del auxilio de un subsistema al que llamaremos superestructura. La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como armonizar sus relaciones y facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que conforman el sistema turístico.
Demanda turística	La demanda turística es otro elemento importante del sistema turístico; en este caso ésta se puede definir de dos formas: la primera se refiere al total de turistas que concurren en una región, país, zona o atractivo cualquiera y a los ingresos que generan; y la segunda establece para cada una de las unidades espaciales anteriores, la distribución de los consumos entre toda la gama de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades. En cualquier actividad económica su rendimiento se mide cuantificando las ventas de cada uno de los productos que elabora sobre el total de producción. En función de lo anterior, una definición más acertada que la comúnmente utilizada de la demanda es aquella que la especifica como la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores, concretamente en cada uno de los sitios que se visitan.

Fuente: Elaboración propia (2019). Adaptado de Ibáñez y Cabrera (2011, p. 181).

Por su parte, Varisco (2017), resume con sus aportes lo expuesto hasta ahora, expresando que: El enfoque sistémico ha sido utilizado de manera recurrente para describir la actividad turística porque permite analizar su complejidad y superar las visiones reduccionistas que definen el turismo desde una perspectiva única, ya sea económica o social. En este aspecto, Quesada (2010), suponen que además deben contar con estrategias que les permita desarrollar sus procesos internos, Varisco (2017), considera el conjunto de elementos que componen el turismo como un todo interrelacionado y su referencia espacial en destinos concretos, permite describir los aspectos más relevantes de la oferta y demanda turística, y lo que puede resultar más relevante, la relación de estos subsistemas con el contexto. (p. 64)

Para Niebles, De la Ossa y Gonzalez (2019), también se ha ce relevante que en el sistema turísticos se perfilen procesos de Gestion Humana donde el empleado turístico se oriente a los procesos de cubrir las expectativas del cliente y a cumplir con la normativa que refiere el sistema turístico.

En ese orden de ideas, y ajustado a la perspectiva sistémica del turismo Vértice (2010), menciona cinco componentes que la conforman: la oferta turística, la demanda, la infraestructura, la superestructura y la comunidad receptora. En este sentido, para el creador del presente aporte científico, son los postulados propuestos por Varisco (2017), en cuanto a la conceptualización de sistema turístico, por considerar en forma amplia este constructo teórico, y el impacto de este sobre los diferentes factores presentes en su entorno.

Metodología

Para ejecutar el procedimiento investigativo, se requirió de una rigurosidad metodológica, bajo este contexto, la presente investigación, estuvo orientada a describir los componentes del Sistema Turístico en MIPYMES turísticas del Departamento del Atlántico, el mismo se fundamentó en el paradigma positivista, pues en la

investigación científica se requiere de un modelo conceptual que oriente la búsqueda de evidencias. Por consiguiente, la misma se ubica en la metodología cuantitativa, que según Hernández et al. (2014, p.4), “se usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

Se enmarca dentro del tipo descriptiva explicativa, se considera descriptiva por que entre sus líneas de acción se describen los componentes del sistema turístico, lo cual se sustenta en los planteamientos de Hernández, et al. (2014, p. 90), al afirmar que con los estudios descriptivos se busca “especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice”. En cuanto a su diseño, se ciñe a la metodología nominada como no experimental transeccional, la cual es descrita por Hernández et al. (2014, p.152) como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos.

Respecto a la población, Arias (2012, p.81), define la población como el “conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, en este sentido, para el presente estudio estuvo constituida por los gerentes de 144 Mipymes prestadora de servicios turísticos como: agencias de viajes, alojamientos, centros vacacionales, entre otras actividades ubicadas en los siguientes Municipios: Malambo, Juan de Acosta, Soledad, Baranoa, Polo nuevo, Suan, Ponedera, Palmar de Varela, Galapa, Puerto Colombia, Sabanalarga y Tubará.

Seguidamente, se procedió a la selección de la muestra, definida ésta última, de acuerdo a los postulados Hernández et al. (2014, p.175) como un sub-grupo de la población. Seleccionando una muestra probabilística también denominada como dirigida, para calcular el tamaño de la muestra se utilizó el programa Sample

Size Determination en STATS®, el cual consiste en los siguientes datos:

- Tamaño de la población: que para el presente estudio está constituida por 144 gerentes de Mipymes prestadora de servicios turísticos en los referidos municipios del departamento del Atlántico.
- Error máximo aceptable: 5%.
- Porcentaje estimado de la muestra: 50%. Opción automática que brinda STATS®.
- Nivel deseado de confianza: 95%.
- Finalmente, de acuerdo al cálculo arrojado por el programa STATS®, el tamaño de la muestra es de 105.

En cuanto a la Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, la técnica utilizada para recabar datos es la denominada como cuestionario, el cual según Hernández et al. (2014, p.217), consiste en “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”. Para describir los componentes del Sistema Turístico en Mipymes turísticas del Departamento del Atlántico, se implementó un instrumento de medición, catalogado como “cuestionario auto administrado”, complementado con la técnica de observación directa. Para tal fin, se utilizó la escala tipo Likert (Chávez; 2007, p. 173). Al respecto explica Hernández et al. (2014, p.238), que la misma está constituida por un “conjunto de ítems que se presentan en formas de afirmaciones para medir la reacción del sujeto”; éstas igualmente se encuentran direccionadas de mayor a menor, dada la naturaleza de las posiciones.

Tabla 1. Alternativas de respuesta

Siempre	5
Casi Siempre	4
Algunas Veces	3
Casi Nunca	2
Nunca.	1

Fuente: Elaboración Propia. Escala Likert

El instrumento se sometió a la validez de contenido con el criterio de 5 expertos, según Her-

nández et al. (2014, p. 204), muestra el “grado en que un instrumento realmente mide la variable de interés, de acuerdo con expertos en el tema.

Respecto a la Confiabilidad del instrumento, se cita a Hernández et al. (2014, p.262), quienes refieren que es el grado en que la aplicación repetida de un instrumento de medición, a los mismos individuos u objetos, produce resultados iguales”. En consecuencia, para calcular la confiabilidad se utilizó el Método Estadístico de Alfa Cronbach, el cual arrojó un resultado estimado de 0,93 (93%), corroborando que el instrumento se caracteriza por un nivel de alta confiabilidad.

Cabe destacar, que para el caso de la presente investigación la variable es de tipo escalar, pues de acuerdo al citado autor las mismas se caracterizan por “ser susceptibles de medición cuantitativa” (p.17). También llamadas variables métricas. En esta estadística se tomaron en cuenta los siguientes cálculos representados por las frecuencias absolutas y relativas, las medidas de tendencia central representadas en: la medida aritmética, la mediana y la desviación estándar por variable, indicadores e ítems.

Resultados

A continuación, se exponen los hallazgos obtenidos del análisis de los datos proporcionados por el instrumento, el cual devela, por medio de la tendencia central, los conocimientos que, en cuanto al sistema turístico y sus componentes, presentan los gerentes de Mipymes turísticas que hacen vida económica en las zonas previamente señaladas.

La Variable Sector Turístico, coloca al turismo como un fenómeno social cuya existencia obedece a la diversidad de razones para que los grupos humanos se desplacen fuera de su lugar de origen, generando actividades económicas que le califican como sector económico. A continuación, se presenta el análisis de los indicadores y dimensiones que la conforman.

Tabla 2. Componentes del sistema turístico. A.

DIMENSIÓN: SISTEMA TURÍSTICO																					
INDICADORES	OFERTA TURÍSTICA								DEMANDA TURÍSTICA								INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA				
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		
Ítems	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	
Alternativas de Respuesta																					
Siempre	15	14	30	29	62	59	40	38	37	35	56	53	40	38	61	58	40	38	59	55	
Casi Siempre	25	24	41	39	25	24	43	41	31	30	33	31	33	31	30	29	35	33	25	24	
A Veces	37	35	25	24	15	14	13	12	27	26	10	10	24	23	14	13	18	17	10	10	
Casi Nunca	16	15	3	3	3	3	5	5	6	6	5	5	6	6	0	0	7	7	12	11	
Nunca	12	11	6	6	0	0	4	4	4	4	1	1	2	2	0	0	5	5	0	0	
Total Indicador	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	
Promedios	3,14		3,82		4,39		4,05		3,87		4,31		3,98		4,45		3,93		4,23		
Promedio del Indicador									4,05								4,20				
Moda Indicador	5								5				5								
Mediana Indicador	4								4				5								
Baremo de Interpretación del Promedio								Rangos				Categorías del Promedio									
Muy Ausente								1 – 1,80													
Ausente								1,81 – 2,61				3,92									
Medianamente Presente								2,62 – 3,42													
Presente								3,43 – 4,23													
Muy Presente								4,24 – 5,00				PRESENTE									

Fuente: Elaboración propia de los autores (2019).

Se determina que el componente del Sistema Turístico se encuentra formada por 5 elementos claves, de los cuales en la tabla 2 se presentan tres (3) de ellos: Oferta Turística, Demanda Turística e Infraestructura Turística. En cuanto al indicador Oferta Turística, medido a través de los Ítems 1, 2 y 3, se pudo determinar que la mayoría de los gerentes encuestados consideran que los componentes descriptores del referido indicador se encuentran presentes, observándose solo que los resultados del Ítems 1, se conservaron dentro del rango mediana mente presente, sin embargo, el promedio obtenidos por los reactivos de 3,78, los coloca en el rango de presente.

De ello se induce, que los gerentes entrevistados consideran que la oferta turística está constituida por las mercancías traducidas en productos, así como los servicios dispuestos en el mercado para los consumidores, coincidiendo con los postulados propuestos por Ludeña (2016, p. 49).

Similar resultado arrojó el indicador Demanda Turística, al cual le correspondieron los reac-

tivos 4, 5, 6 y 7, en esta oportunidad todos coincidieron en el mismo rango, para conformar un promedio de 4,05, ubicándolo en la categoría de presente. Los resultados obtenidos revelan que los gerentes consultados piensan que los componentes que forman la Demanda Turística son los presentados por Varisco (2017, p. 67), la que está constituida por las exigencias de servicios y productos por parte de los viajeros y que estos requerimientos pueden ser cuantificables y cualificables. Infiriéndose, en cuanto a estas derivaciones el entendimiento por parte de los gerentes, en referencia a la importancia que tiene medir la demanda como estrategia efectiva dentro del Sistema Turístico para optimizar los servicios prestados.

Asimismo, el indicador de Infraestructura Turística, el cual fue identificado con las interrogantes 8, 9 y 10, cuyos promedios también se encuentran dentro del rango de presentes con un valor de 4,20. Los resultados obtenidos revelan que los gerentes de las Mipymes prestadoras de servicios turísticos piensan que la Infraestructura Turística está constituida por las

obras y servicios necesarios para el desarrollo del turismo como actividad económica, estableciendo un soporte para las Mipymes, las comu-

nidades receptoras, el desarrollo económico del país coincidiendo con el pensamiento de Varisco (2017, p. 68).

Tabla 3. Componentes del Sistema Turístico B.

DIMENSIÓN: SISTEMA TURÍSTICO													
Indicadores	Súper Estructura						Comunidad Receptora						
	Ítems		11		12		13		14		15		16
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	
Alternativas de Respuesta													
Siempre	44	42	43	41	40	38	15	14	18	17	28	27	
Casi Siempre	33	31	34	32	44	42	22	21	31	30	35	33	
A Veces	24	23	22	21	16	15	47	45	41	39	28	27	
Casi Nunca	4	4	6	6	4	4	12	11	9	9	8	8	
Nunca	0	0	0	0	1	1	9	9	6	6	6	6	
Total Indicador	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	105	100	
Promedios	4,11		4,09		4,12		3,21		3,44		3,68		
Promedio del Indicador	4,11				3,44								
Moda Indicador	5				3								
Mediana Indicador	4				3								
Baremo de Interpretación del Promedio				Rangos				Categorías del Promedio					
Muy Ausente				1 – 1,80									
Ausente				1,81 – 2,61									
Medianamente Presente				2,62 – 3,42				3,92					
Presente				3,43 – 4,23									
Muy Presente				4,24 – 5,00				PRESENTE					

Fuente: Elaboración propia (2019)

En la Tabla Nro. 3, se presentan los siguientes 2 componentes, tales como Súper Estructura y Comunidad Receptora. El primero de éstos derivaron a la consecución de los Ítems 11, 12 y 13; el promedio alcanzado por los referidos interrogantes, la cual se cristalizó en un valor 4,11, ubicándolo en el rango de presente, ello demuestra que los encuestados consideran como preeminentes los componentes descriptores del indicador Superestructura, en el entendido de que éstos se encuentran configurados en las leyes, reglamentos, planes y programas diseñados tanto por organizaciones públicas y privadas, responsables de optimizar el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, al igual que armonizar las distintas relaciones con los actores claves del sistema. La percepción expresada por los gerentes de Mipymes encuestados es consonante con lo expuesto Ibáñez y Cabrera (2011, p. 166), quien en sus postulados estima a Superestructura

como una condición sine qua non para el desarrollo del sistema Turístico.

Por su parte, el indicador Comunidad Receptora es desde la perspectiva del investigador del presente estudio, de especial importancia. Los Ítems que les representan dentro del instrumento aplicado fueron el 14, 15 y 16, cuyos resultados indican como afecta el ejercicio económico de la actividad turística a quienes hacen parte de la Comunidad Receptora. Ésta última es definida Varisco (2017) como un subsistema el cual ha adquirido importancia reciente en especial. El valor obtenido del análisis de los datos suministrados por los gerentes entrevistados, arrojan una media aritmética de 3,44, a una milésima del rango medianamente presente, pero dicho valor lo ubica definitivamente en el rango de presente. Ello explica que, las medidas centrales denominadas como moda y mediana sea el valor 3. Sin embargo, los resultados re-

flejan que los gerentes encuestados coinciden con los aportes teóricos de Varisco (2017), en cuanto al impacto e importancia del indicador para la Variable Sector Turismo.

Conclusiones y discusión

De acuerdo al estudio realizado, se ha determinado que la comprensión y análisis del sistema turístico en el departamento del Atlántico, debe considerar los actores que lo conforman y sus objetivos, en tal sentido tomar en cuenta las consideraciones y expectativas del visitante, del empresario y de los empleados del sector, además de argumentar las actividades y acciones con las perspectivas y consideraciones de las instituciones que se integran de diferentes maneras al proceso turístico, y como eje importante la comunidad representantes de instituciones y los residentes.

A este respecto, se concluye que los componentes del Sistema Turístico en MIPYMES turísticas del Departamento del Atlántico, se concibe como un proceso que va más allá del elemental traslado de personas para recreación, pues ella se contextualiza como un fenómeno social de gran impacto económico, se encuentran presentes y hacen por tanto parte de los conocimientos que sobre el sistema turístico tienen los prestadores de servicios que desempeñan su

labor organizacional dentro de las denominadas Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

Lo anteriormente descrito va en concordancia con lo expresa por la OMT, cuando expresan que el sistema turístico se concibe como un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores, los cuales deben considerar en alianzas como un proceso sistémico, puesto que cada uno de los componentes del sistema turístico, tienen un rol y un nivel de importancia.

No obstante, todavía hay camino por recorrer en el departamento del Atlántico, dado que en los municipios debe establecerse una alianza estratégica que promueva la comprensión del funcionamiento coordinado, armónico, constante y rutinario de cada una de esos componentes del sistema turístico, que funcione como un sistema integral, deben comprender que el logro de los objetivos, la productividad del medio y su efectividad han de ser coordinados con los entes responsables, así como el hecho de que todos esos elementos integrados estén activos y prestos a cumplir con su rol. Bajo este contexto se determina que el sistema turístico, es una actividad coordinada y coherente que muestra determinados modos de esparcimiento, descanso y cultura creativa, en una sociedad globalizada con una estructura real, con acciones mecánicas, que dé respuesta a las necesidades.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Galapa (2008). Plan de Desarrollo Galapa 2008 - 2011. Camino del Desarrollo Social con la Gente. Recuperado de: <http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/galapa%20-%20atl%C3%A1ntico%20-%20pd%20-%202008%20-%202011.pdf> [Consultado 08/07/2019]
- Cabarcos N, N. (2010). Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos. España. Ideas Propias Editorial.
- Covarrubias R, R (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Publicado por Edumet.net. Enciclopedia Virtual. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/demanda-turistica.htm> [Consultado 08/07/2019]
- García C, y Olmos J, L. (2011). Estructura del mercado turístico. Madrid – España. Ediciones Paraninfo.
- Ibáñez P, R y Cabrera V, C. (2011). Teoría General del Turismo: Un enfoque Global y nacional. Publicado por la Universidad Autónoma de California Sur y la Academia Mexicana de Investigación Turística. México

- Ludeña R, A. (2016). Administración de empresas Turísticas y Hoteleras. Publicado por la Universidad Técnica Particular de Loja. España
- Monterrubio C, J (2010). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. Revista Gestión Turística Nro. 11. Publicado por la Universidad Austral de Chile. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3284403> [Consultado 07/08/2019]
- Niebles Núñez, L., De La Ossa Guerra, S. J., & González Martínez, K. D. (2019). Gestión humana en pymes: herramientas para organizaciones altamente efectivas. *Aglala*, 10(2), 111-121. <https://doi.org/10.22519/22157360.1437> [Consultado 07/01/2020]
- Niebles Nuñez, W. A., & Niebles Nuñez, L. D. (2019). Gestión sustentable en pymes de Barranquilla. *Herramientas gerenciales para la sostenibilidad de las organizaciones de la Costa Caribe Colombiana (1a ed., pp. 51–60)*.
<https://doi.org/10.32012/Cul,9>. [Consultado 07/01/2020]
- Organización Mundial del Turismo (2019). Notas Metodológicas. De la base de datos de estadísticas de turismo. España. Publicado por la Organización Mundial del Turismo. Recuperado de:
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/methodological_notes_2019.pdf [Consultado 02/08/2019]
- Organización Mundial del Turismo (2019). Turismo internacional: aumentan las cifras y la confianza. Recuperado de:
<https://www2.unwto.org/es/press-release/2019-05-21/turismo-internacional-aumentan-las-cifras-y-la-confianza> [Consultado 02/08/2019]
- Osterwaldery, A y Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocios. Editorial Deusto.
- Quesada C, R (2010). Elementos del Turismo. San José de Costa Rica. Editorial Universidad Estatal a distancia.
- Sancho A. (2003). Introducción al Turismo. Publicado por la Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado de:
<http://www2.unwto.org/es/search/node/introducci%C3%B3n%20al%20turismo> [Consultado 27/07/2019]
- Torres B, E (2006). El sistema de actividades turísticas. En Torres B, E. (COORD.), Estructura de mercados turísticos (p. 47). Barcelona-España. Editorial UOC.
- Varisco, C (2017). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. Repositorio Digital del Ministerio de Turismo Nacional de Argentina. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf> [Consultado 25/07/2019]
- Vértice (2010). Marketing Turístico. España. Editorial Vértice.