

**CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA CIUDAD DE
SANTA MARTA DURANTE EL PERIODO 2010 A 2016.**



LINA FERNANDA JARABA CERRA

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COEMERCIO
INTERNACIONAL
COMERCIO INTERNACIONAL
SANTA MARTA
2018**

**CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA CIUDAD DE
SANTA MARTA DURANTE EL PERIODO 2010 A 2016.**



LINA FERNANDA JARABA CERRA

**Trabajo presentado como modalidad de Grado optar el Título de Profesional
en Comercio Internacional**

ALEJANDRA GUARDIOLA ESMERAL

Asesora

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COEMERCIO
INTERNACIONAL
COMERCIO INTERNACIONAL
SANTA MARTA
2018**

Nota de aceptación

Asesor

Evaluador

Evaluador

Santa Marta, día 12 de septiembre del 2018

DEDICATORIA

Principalmente a Dios

*Por haberme permitido llegar
hasta este punto y haberme dado*

Sabiduría para lograr mis metas y

Proyectos,

A mis PADRES por siempre estar ahí,

por apoyarme y amarme sin límites

A mi Hija ANTONELLA

Gracias por empujarme a dar lo mejor de mí.

AGRADECIMIENTOS

Le doy gracias a Dios por todas sus bendiciones por permitirme llegar hasta este punto, Agradecida con todas tus bendiciones mi Dios, gracias a todo el personal de profesores y directivos por las enseñanzas, a mis compañeros.

CONTENIDO

RESUMEN.....	
ABSTRAC.....	
INTRODUCCIÓN.....	9
1. JUSTIFICACION.....	15
2. OBJETIVOS	16
OBJETIVO GENERAL.....	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3. METODOLOGIA.....	17
TIPO DE INVESTIGACION	17
DISEÑO DE LA INVESTIGACION	17
TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN	18
4. RESULTADOS ESPERADOS.....	19
ANTECEDENTES	19
MARCO DE REFERENCIA	21
5. CONCLUSIONES.....	34
6. RECOMENDACIONES.....	35

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo caracterizar las actividades turísticas en la ciudad de Santa Marta, determinando la oferta turística por niveles, identificando el tipo de promoción y demanda y se analiza la eficiencia de la gestión administrativa del turismo en el Distrito de Santa Marta frente a la promoción de estas actividades a nivel nacional e internacional. La metodología utilizada fue una revisión documental de literatura a partir de estudios del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Cámara de Comercio Santa Marta, SITUR, entre otros. Los resultados muestran que las actividades turísticas se llevan a cabo mediante las directrices de actores como el Ministerio del Turismo, el Instituto de Turismo de Santa Marta – INDETUR y el Fondo de Promoción Turística de Santa Marta, el Fondo Nacional de Turismo FONTUR entre otros.

Palabras Clave: Turismo, Actividades, Promoción, Demanda, Oferta.

ABSTRAC

The objective of this work is to characterize tourist activities in the city of Santa Marta, determining the tourist offer by levels, identifying the type of promotion and demand and analyzing the efficiency of the administrative management of tourism in the District of Santa Marta against the promotion of these activities at national and international level. The methodology used was a documentary literature review based on studies by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, Santa Marta Chamber of Commerce, SITUR, among others. The results show that tourist activities are carried out through the guidelines of actors such as the Ministry of Tourism, the Tourism Institute of Santa Marta - INDETUR and the Tourism Promotion Fund of Santa Marta, the National Tourism Fund FONTUR among others.

Key Words: Tourism, Activities, Promotion, Demand, Offer

0. INTRODUCCIÓN

El turismo es una poderosa herramienta de transformación social, que contribuye significativamente en la promoción del desarrollo económico, el mejoramiento de la calidad de vida, la generación de riqueza, y promueve la conservación de los recursos naturales en los destinos o regiones turísticas y sus áreas de influencia.

Hoy por hoy, existe consenso a nivel internacional, sobre el hecho de que el turismo puede integrar y favorecer todos los aspectos del desarrollo, ya que actúa como incentivo para la protección y puesta en valor del patrimonio natural y cultural; esta cambia la actitud de la comunidad residente y de los diversos actores frente al manejo y aprovechamiento de los recursos naturales. Figueroa (2011, p. 1).

Pues, si se tiene en cuenta que uno de los puertos más importantes del país, lo tiene Santa Marta, ya que este cuenta con su calado natural, al lado de la bahía más hermosa de América, el Morro y sus inolvidables y bellos atardeceres, es un puerto de intenso calor y hermosos paisajes, el cual, se encuentra ubicado al norte de la ciudad; otro atractivo es la ciudad y el centro histórico que lo rodea, y su arquitectura y monumentos, deja ver la nobleza y belleza de la ciudad de Santa Marta; sin mencionar sus playas, ríos paisajes la sierra nevada y todos los recursos naturales de los cuales los turistas se pueden deleitar, al conocer esta magnífica ciudad mágica.

En este sentido, se puede establecer que la ciudad es un destino turístico, en el cual interactúa una serie de empresas y organizaciones que conforman un sector importante que genera ingresos como una industria creciente. Para la ciudad de Santa Marta, por ser su vocación turística cobra importancia el presente estudio, el cual tiene como objetivo caracterizar las actividades turísticas de la ciudad durante el periodo 2010 a 2016.

El tipo de estudio es el documental y la información se obtuvo a través de la utilización de fichas bibliográficas. Los resultados muestran que las actividades

turísticas se llevan a cabo mediante las directrices de actores como el Ministerio del Turismo, el Instituto de Turismo de Santa Marta – INDETUR y el Fondo de Promoción Turística de Santa Marta, el Fondo Nacional de Turismo FONTUR entre otros, los cuales trabajan en pro de la promoción y posicionamiento de Santa Marta, como destino turístico a nivel nacional.

El presente trabajo tuvo como objetivo caracterizar las actividades turísticas en la ciudad de Santa Marta, determinando la oferta turística por niveles, identificando el tipo de promoción y demanda y analiza la eficiencia de la gestión administrativa del turismo en el Distrito de Santa Marta frente a la promoción de estas actividades a nivel nacional e internacional.

1.DEFINICIÓN DEL TEMA O SITUACIÓN A TRATAR

CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA DURANTE EL PERIODO 2010 A 2016.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El desarrollo de la temática se centra en la caracterización de las actividades turísticas desarrolladas en la ciudad de Santa Marta, en el periodo 2010 a 2016 como un destino turístico que compite a nivel nacional e internacional con otros destinos turísticos. La alcaldía distrital de Santa Marta lanza su marca de promoción turística y económica la cual remplazará **“La magia de tenerlo todo”** por un nuevo slogan que será mucho más representativo para los samarios como los es **“Santa Marta naturalmente mágica”** esta es una es una marca que evoca lo que se viene por los 500 años de la ciudad, retoma cosas de la marca anterior y también resalta lo autóctono de esta zona del país como su gastronomía. Este slogan se podrá usar gratuitamente en entidades públicas y privadas”, para el Instituto Distrital de Turismo es de vital importancia el uso de este nuevo slogan en las entidades ya que permitirá que los habitantes le presenten a sus turistas una nueva carta de presentación ante los turistas a nivel mundial, logrando de este modo posicionar, fortalecer e impulsarla la ciudad. (Distrital, 2018).

Eslogan que según Ospina (2007) a comienzos de 2001 el hotel Santamar dio a conocer su imagen de promoción, con el lema “Santa Marta: la magia de tenerlo todo”, este hotel de cinco estrellas ubicado en sector de Pozos Colorados, a las afueras de la ciudad, tenía por objeto mostrar que la ciudad tenía “todo” porque poseía un hotel como el Santamar.

Continúa señalando esta autora que el lema tuvo mucha acogida tanto que en 2002 el Distrito se apropia el slogan para la promoción turística de la ciudad

colocándole un logotipo en donde, según el fondo de promoción turística de Santa Marta, el amarillo y el azul hacen referencia al sol y a la playa, el color verde representa el ecoturismo, el blanco la Sierra Nevada y el color naranja la historia.

Promoción encaminada a mostrar los sitios turísticos de la ciudad como la Quinta de San Pedro Alejandrino, donde murió el libertador Simón Bolívar; el Parque Nacional Tayrona conformado por lindas playas como Bahía Concha, Chengue, Neguanje, Cabo San Juan de Guía, la Piscina, entre otras, las cuales son visitadas por turistas nacionales e internacionales.

Así mismo, Santa Marta es una ciudad ubicada en una hermosa bahía del Caribe, es un distrito turístico, cultural e histórico con grandes atractivos turísticos. Su cercanía a la Sierra Nevada de Santa Marta y al Parque Tayrona la convierten también en un destino de turismo de Naturaleza sin igual. Cuenta con turismo de sol y playa, la más reconocida en este sitio es el Rodadero. Entre los lugares más reconocidos esta la Quinta de San Pedro, las calles de la ciudad por su cultura y algunos museos.

Turismo de Sol y Playa que tuvo sus inicios a mediados de los años setenta en los destinos de Santa Marta, Cartagena, San Andrés y Providencia, en donde surgió de manera espontánea. El Gobierno Nacional al observar esta situación diseñó políticas que permitían reglamentar y organizar este sector, iniciando con la Política Nacional Ambiental para el Desarrollo Sostenible de los Espacios Oceánicos y las Zonas Costeras e Insulares de Colombia, la cual hace énfasis en que el turismo debe propender por un desarrollo sostenible incorporando adecuadamente las visiones de las comunidades locales. (Montenegro, 2016)

En este sentido los actores del sector de la ciudad deben tener en cuenta que el turismo es visto como un sector clave en la economía de un país, debido a que puede generar amplios beneficios en su zona de influencia. Además, la práctica del turismo se evidencia como una forma moderna de generación de valor, y

ayuda a la preservación del medio y de riquezas tradicionales como los valores y costumbres. Mercado, Pacheco y Rojas (2015, p. 137).

Por otra parte, el turismo representa la principal actividad económica del Distrito de Santa Marta, sobretodo porque a diferencia de otros sectores, el sector hace una mejor redistribución de sus beneficios, ya que el acceso a alguna actividad conexas con este sector es mucho más expedito, particularmente en las actividades de comercio para el turismo de carácter informal. PNUD Colombia (2011).

De igual manera, según esta organización, en Santa Marta existen diversas agencias de viajes y turismo, empresas dedicadas a la operación de actividades en dicho sector, además de hoteles, restaurantes, parques naturales, parques temáticos, empresas de transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre, entre otras.

Sin embargo, existen algunos factores que desfavorecen las actividades de dicho sector en la ciudad, como es el ofrecimiento de un turismo de temporada, dado que la ciudad es más que sol y playa, tiene otros atractivos eco turísticos, etno turísticos, culturales entre otros, es válido aclarar que, pese a ello, no se evidencian en la ciudad actividades innovadoras que atraigan a un turista que deje mayores ingresos.

En este sentido, se debe planificar el sector turístico de tal manera que se ofrezca actividades relacionadas con el turismo todo el año, y no depender de las temporadas de fin de año, de semana santa y en las vacaciones de mitad de año. Pues hay que tener en cuenta que Santa Marta cuenta que de acuerdo a Figueroa (2011, p.23) la oferta turística de la ciudad tiene como elemento principal el turismo de sol y playa, pues cuenta con zonas adecuadas y muy atractivas para este tipo de actividad. No obstante, el turismo cultural e histórico también se desarrolla más no es uno de sus fuertes a pesar de sus grandes calidades históricas intrínsecas al hecho de ser la primera ciudad fundada del país.

Con base a lo anterior se deben formular estrategias por parte de los representantes del sector turístico de la ciudad encaminadas a ofrecer una oferta turística organizada que le permita competir a la ciudad con otros destinos turísticos del país como Cartagena y San Andrés.

Se puede decir que Santa Marta merece un estudio de las actividades que ha desarrollado en los últimos años para atraer y entretener a los turistas, esto con la finalidad de proponer mejoras en la presente propuesta después de haber estudiado a profundidad las actividades realizadas en el sector turístico, para que los operadores puedan revisar y llevar a la práctica.

Santa Marta una ciudad por vocación turística se ve afectada por diferentes factores que desfavorece las actividades de dicho sector. Uno de ellos es la falta de infraestructura turística para ofrecer paquetes con entretenimiento, dado que la ciudad es más que sol y playa, tiene otros atractivos eco turísticos, etno turísticos, culturales entre otros, es válido aclarar que, pese a ello, no se evidencian en la ciudad actividades innovadoras que atraigan a un turista que deje mayores ingresos.

Tomado como ejemplo otras ciudades en el mundo que han optado por ser innovadoras en sus actividades y con ello han logrado una mayor afluencia de visitantes tal es el caso de Cancún. Se puede decir que Santa Marta merece un estudio de las actividades que ha desarrollado en los últimos años para atraer y entretener a los turistas, esto con la finalidad de proponer mejoras en la presente propuesta después de haber estudiado a profundidad las actividades realizadas en el sector turístico, para que los operadores puedan revisar y llevar a la práctica.

De acuerdo a lo anterior surge la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuál es la caracterización de las actividades turísticas en la ciudad de Santa Marta, durante el periodo 2010 – 2016?

1. JUSTIFICACION

El turismo es una actividad generadora de divisa que trae consigo la generación de riqueza tanto nivel económico, como social, ambiental y también es una fuente de empleo; pero más que eso representa la identidad de la ciudad a nivel nacional e internacional, por esta razón se debe buscar la manera de mejorar cada día para que este el sector turístico pueda ser competitivo a nivel internacional.

La investigación que se llevó a cabo puede ser un aporte útil para el sector turístico en Santa Marta, contribuyendo con el desarrollo de la ciudad. Cabe resaltar que a pesar de que es una ciudad turística, se evidencian pocos antecedentes en este sector, para lo cual el presente estudio desde un enfoque metodológico permitirá recabar la información a través de fichas bibliográficas, para el logro de los objetivos propuestos.

Por otra parte, el desarrollo del proyecto conllevará a través de la revisión de la literatura sobre la temática, sistematizar las diferentes teorías desde la postura de diferentes autores sobre turismo, actividades turísticas y todo lo que encierra el sector turístico para el Distrito de Santa Marta.

Desde un enfoque práctico, el presente estudio permitirá al sector turístico de las ciudades cuales es la situación de las actividades que deben desarrollar empresas que hacen parte del sector para que mejoren sus procesos con la finalidad de beneficiar estas entidades y también a los trabajadores que laboran ahí y por supuesto crear más fuentes de trabajo. De igual forma busca crear también conciencia de que si la ciudad tiene un sector organizado beneficiara a todos los involucrados, obteniéndose un turismo de calidad para que el Distrito de Santa Marta pueda competir con las otras ciudades turísticas del país

2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Caracterizar las actividades turísticas en la ciudad de Santa Marta durante el periodo 2010 a 2016.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la oferta turística por niveles en la ciudad Santa Marta.
2. Identificar el tipo de promoción y demanda de Santa Marta como destino turístico.
3. Develar la eficiencia y eficacia gestión administrativa del turismo en el Distrito de Santa Marta.

3. METODOLOGIA

TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación de la presente investigación es la documental, la cual de acuerdo a Arias (2012) es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí sus carates de investigación experimental.

Según Tamayo (2012) está, es en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. Nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas.

Continúa afirmando el autor que al construir un marco teórico se debe convenir concentrarse en el problema de investigación que se ocupa, sin divagar en otros temas ajenos al estudio. Un buen marco teórico no es el que contiene muchas páginas, sino el que trata con profundidad los aspectos relacionados con el problema y vincula lógicamente y coherentemente los conceptos y proposiciones existentes en estudios anteriores; de manera que construir un marco teórico no sólo significa reunir información, sino también ligarla, comentarla y analizarla.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION

El diseño de la presente investigación es no experimental, la cual según (Palella y Martins (2012) el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en

forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen.

Para Hurtado (2010) constituye la programación en cuanto a tiempo y etapas; requiere precisar el tiempo global del cual se dispone y las fechas y períodos destinados a cada estadio y fase de la investigación. El investigador especifica los pasos, la secuencia, la prioridad, el momento cuando los llevará a cabo y el tiempo que dedicará a cada uno, así como el tiempo total disponible para la entrega. En algunos casos cada etapa corresponde a un objetivo específico; en otros, los objetivos específicos se van cumpliendo simultáneamente, de modo que en conjunto contribuyen al logro del objetivo general.

TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

La recolección de la información se realizó a través de una revisión documental, de más de 25 referencias bibliográfica, para lo cual se utilizó la ficha bibliográfica.

4. RESULTADOS ESPERADOS

ANTECEDENTES

Con relación a las actividades turísticas en la ciudad de Santa Marta durante el periodo 2010 a 2016, se debe partir del Plan de Desarrollo del Distrito de Santa Marta, 2016 – 2019, el cual contempla la implementación de un programa estratégico de comercialización turística de la ciudad, así como el programa Santa Marta destino sostenible y responsable e igualmente el de innovación turística.

Según el plan, se busca convertir a Santa Marta en una marca reconocida a nivel internacional que represente un destino diverso y de alta calidad. Esto a su vez repercutirá en el número de visitantes y turistas que arriben a la ciudad y por lo tanto en el ingreso que genere el sector. Para tal fin se adelantará el programa de marketing de ciudad.

Es importante resaltar igualmente la tesis realizada por Figueroa (2011), la cual tiene como título Caracterización del turismo en el corregimiento Taganga, Santa Marta D.T.C.H.: Un *análisis desde la perspectiva de la sostenibilidad*, trabajo que presenta una caracterización del sistema turístico del Corregimiento de Taganga como destino estratégico para el desarrollo y la competitividad del turismo en el Distrito de Santa Marta. Para tal fin, se realiza un análisis integral de las dimensiones de la sostenibilidad de la actividad turística, desde una perspectiva ambiental, económica, y sociocultural. El estudio permite determinar que la transformación y dinámica de crecimiento de la actividad turística en Taganga, se ha desplegado de una manera espontánea, acelerada y desorganizada.

Igualmente, Botero y Zielinski (2010) publicaron el Artículo Evaluación del Potencial para el Desarrollo de turismo Sostenible en el Corregimiento de Taganga, Distrito de Santa Marta (Colombia) Este artículo busca evaluar la potencialidad que tiene Taganga, como pequeño destino turístico, de implementar

un modelo de turismo sostenible. La metodología combinó una profunda recolección de información primaria, con diversos métodos para identificación y valoración del inventario turístico, descripción de las características actuales y tendencias del mercado turístico, evaluación de la imagen del destino turístico, identificación de impactos ambientales, evaluación de la sostenibilidad de la oferta turística, análisis de competitividad del destino y análisis del desarrollo turístico de acuerdo con el modelo TALC.

Importante resaltar el trabajo de grado titulado Circuito de turismo de naturaleza enmarcado en el café y culturas de la Sierra Nevada de Santa Marta, realizado por Sánchez (2015), el cual realizó para optar el título de magister en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas, en la Universidad Tecnológica de Bolívar y el cual tuvo como objetivo diseñar una propuesta de circuito turístico de turismo de naturaleza enmarcado en el café para los turistas y comunidades que disfrutan el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta; utilizando fuentes primarias (encuestas, entrevistas y focus group a operadores turísticos) y secundarias (herramientas Online y documentos), para ampliar la oferta turística de Santa Marta y así buscar la diversificación del destino.

De igual forma Martínez (2013) desarrolló su trabajo de Maestría en Estudios Culturales titulado La Producción de Taganga como Espacio Turístico: Tensiones y Contradicciones en el cual señala que la “La idea de reflexionar sobre el turismo surgió de la necesidad de poner en discusión la capacidad del sector turístico para generar bienestar económico en diferentes comunidades de Colombia.” Para esta autora “Reflexionar sobre el turismo desde una perspectiva cultural implica cuestionar la abstracción de lo cultural para reconectarlo con una serie de procesos que se suelen presentar como esferas de análisis aisladas y diferenciadas, por ejemplo, lo político, lo ambiental, lo cotidiano, lo local, lo regional, lo mundial, etc”.

Este trabajo sirve de marco de referencia para identificar las diferentes actividades turísticas que se desarrollan en este corregimiento del Distrito de Santa Marta, y la comparación que en el mismo se hace sobre el Corregimiento de Taganga y el Rodadero, dos destinos turísticos que son apetecidos por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad.

MARCO DE REFERENCIA

Referente al concepto de turismo, para la Organización Mundial del Turismo - OMT (2016) es un sector económico que “ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo”.

Así mismo, OMT (2008, p.1), señala que “el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con los desplazamientos de las personas a destinos que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio, lo que hace que genere impactos en las economías de los países receptores y emisores, en el entorno natural, en los destinos y en la población receptora. Esta diversidad de impactos hace necesario que los procesos de planificación aborden dinámicas globales de desarrollo, gestión y supervisión.

Mientras que para Zúñiga (2014) en la actualidad el turismo constituye el mayor contribuyente al proceso de creación de nuevos empleos, así como al fenómeno de la diversificación de numerosas economías locales que ha llevado consigo nuevas formas de organizar y gestionar las entidades turísticas, además de los destinos en un marco de responsabilidad social y sostenibilidad.

Por otra parte, para Guerrero y Ramos (2014) comprenden la acción de los visitantes de trasladarse del lugar donde radican a otro ambiente distinto, por

un tiempo de más de un día y menor a un año; motivados por el descanso, diversión, esparcimiento, (sin motivos de lucro en el lugar visitado), gestionándose por su actividad, convenios de servicios y productos afines al sector, con los cuales se establecen interrelaciones socio-económicas-culturales y de protección al entorno histórico-ecológico, a fin de garantizar en forma eficaz sus expectativas de valor, necesidades y de experiencia y por ende el desarrollo del sector.

Con relación, al concepto de actividades turísticas, para Ibáñez y Rodríguez (s.f.) la actividad turística se clasifica de acuerdo al componente espacial, temporal o incluso de acuerdo al propósito del viaje. Cada modalidad turística engloba un grupo amplio de actividades. Estas actividades comprenden los servicios de alojamiento a través de hoteles y hostales, agencias de viajes, turismo cultural, de naturaleza entre otros.

La actividad turística es reconocida por su aporte a la generación de riqueza en las economías nacionales y locales que la desarrollan. En nuestro territorio se destacan los destinos con vocación turística en atención al atractivo que ofrecen sus recursos naturales, su biodiversidad, su patrimonio, sus manifestaciones culturales, entre otros. Arteaga (2010) citado por Tapia y Escobar (2015).

Por otra parte, de acuerdo a Altamira y Muñoz (2007) la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la OMT han elaborado la Clasificación Estándar de Actividades Turísticas (CSAT) con el fin de proveer un marco para determinar los sectores involucrados en el turismo. La CSAT es una clasificación de empresas o establecimientos cuyos ingresos por concepto de ventas contienen una proporción significativa de gastos hechos por turistas. Detalla 185 actividades económicas de oferta que tienen nexos significativos con el turismo. En su mayoría, esas actividades proveen bienes y servicios a los turistas, y comprenden transporte alojamiento, comidas, entretenimientos y ocio, entre otros.

Actividades que deben llevar a las empresas turísticas a ofrecer productos y servicios para la satisfacción de los turistas, es así, que para Rodríguez (2002: 56) se entiende que el Turismo es una actividad que produce (incluso cuando se apropia sin transformar) el espacio. Valora un determinado paisaje sin que haya una intervención de la producción espacial: mirar el cielo cubierto de estrellas, el mar, los ríos, el paisaje entre otros. O sea, se trata de la 'vista' del paisaje sin que ocurra ninguna transformación por la intermediación de la actividad turística directamente en aquel lugar.

Actividades que desde luego deben generar crecimiento económico, de tal manera, que Altamira y Muñoz (2007) señalan que para alcanzar crecimiento económico vía ingresos derivados del gasto turístico es necesario contar con una demanda turística suficiente que se sienta atraída por el producto turístico. Para lograrlo, se requiere de la interacción y preocupación de los diferentes actores económicos en desarrollar fuentes de ventaja competitivas.

Burns (2002) afirma que, aunque el turismo es visto frecuentemente como industria (o como un conjunto de industrias interconectadas), promoviendo un gran impacto en la economía mundial, es posible concebirlo en conexión con la sociedad y los procesos culturales, a partir de un enfoque sistémico.

En este sentido, se promueve la comprensión del turismo como fenómeno insertado en las esferas económica, política, social, cultural y ambiental, incentivando el pensamiento multidisciplinario para entender más profundamente este fenómeno. Schirm y Gomes (2013).

En este sentido, el turismo pasó a representar una fuente de oportunidades, tanto de disfrute y ocio como del campo del trabajo, tornándose una industria bastante promisoriosa y alcanzando el primer sector de la economía mundial en la década de 1990 (Betrán, 2003). En términos académicos, el turismo y las Actividades Físicas

de Aventura en Ambiente Natural (AFAN) pasaron a representar una gran área de estudio [...] (Moreira & Schwartz, 2006: 109).

Por otra parte, es importante resaltar que el sector turístico se encuentra principalmente representado por la prestación de servicios que requieren el involucramiento de personas y no tan fácilmente pueden ser reemplazadas por la maquinaria, como sí lo es en otros sectores. Mejía (2016).

OFERTA TURÍSTICA POR NIVELES EN LA CIUDAD SANTA MARTA.

Siendo el objetivo general Caracterizar las actividades turísticas en la ciudad de Santa Marta durante el periodo 2010 a 2016, se describirán los resultados de acuerdo a cada uno de los objetivos específicos, es así que con relación al objetivo encaminado a determinar la oferta turística por niveles en la ciudad Santa Marta se debe tener una meta clara del sector turismo para qué. Santa Marta y el Magdalena, sea el punto de encuentro de turismo y de naturaleza, conformado por paisajes exuberantes que albergan la mayor diversidad de aves del mundo.

Pues el como señala Alcocer (2013) el sector turístico se ha convertido en los últimos tiempos en el centro de la actividad económica de muchas regiones y países del mundo, por lo que ha estado sometido a profundas transformaciones, como resultado de los avances tecnológicos y los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores.

En este sentido el Plan Sectorial de Turismo “turismo para la construcción de la paz” (2014-2018) informa que actualmente Colombia goza de reconocimiento mundial como un país que ha sabido llevar la resiliencia en turismo a su punto mas alto, por su capacidad de sobreponerse a las circunstancias difíciles y adversas.

Al respecto Báez (2000) comenta que la creciente demanda turística en los primeros años de la década de los noventa provocó perspectivas optimistas entre los empresarios del sector que, complementadas en algunos casos con la bonanza en esta época de recursos provenientes de actividades ilícitas, condujo a un aumento considerable de la capacidad hotelera, y de paso, estimuló la apertura de restaurantes y nuevos servicios.

En el 2007 el Departamento Nacional de Planeación (DNP, en adelante), definió en la Agenda Interna para la Productividad y Competitividad del Magdalena como apuestas productivas del departamento el desarrollo agroindustrial, los servicios de logística y transporte de mercancías basados en el puerto marítimo de Santa Marta y el turismo desde una perspectiva ecológica. PNUD Colombia (2011).

Teniendo en cuenta, las consideraciones anteriores se pueden establecer que actualmente la oferta turística por niveles en la ciudad está supeditada a las temporadas de fin de año, de semana tiempo y en las vacaciones de mitad de año, donde normalmente los gremios de turísticos de la ciudad a través de la prensa informan de esa situación a la comunidad samaria.

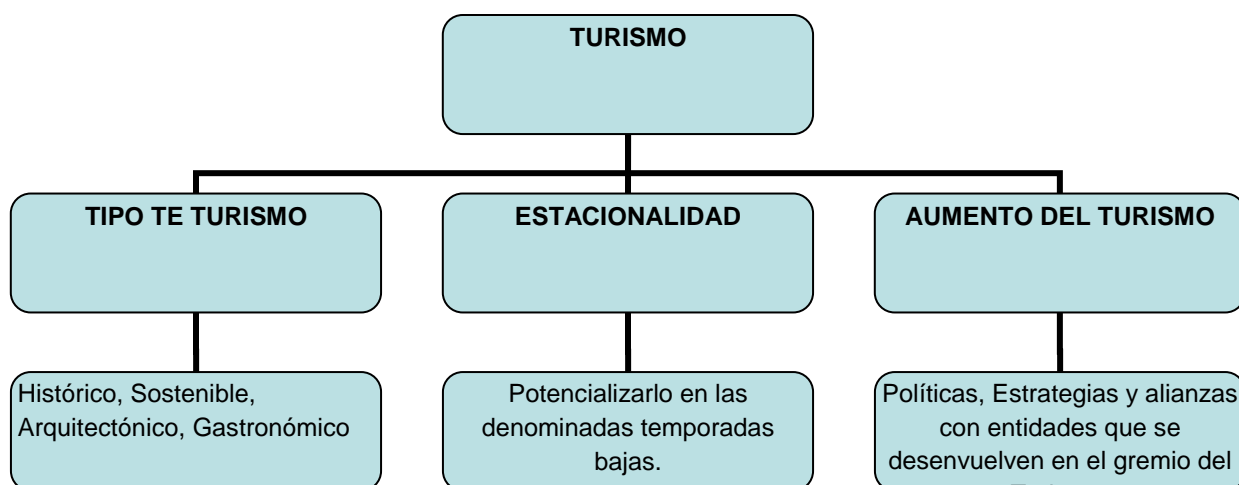
En virtud de lo anterior, cabe decir, que el paradigma de la sustentabilidad constituye hoy uno de los pilares sobre los que se asienta la actividad turística, asociándose, por un lado, a la idea de mejora continua en la calidad de los servicios y, por el otro, a los sistemas de indicadores que permiten monitorear esos progresos (Sánchez, 2013).

Es así que dada la necesidad de atender la situación que se presenta en el distrito de Santa Marta, en el que confluyen dos actividades de relevancia económica como lo son el sector turismo, y las organizaciones de hoteleros y la Asociación de empresarios del Magdalena se requiere la actuación del gremio, el Distrito y la academia a través de las Universidades.

Otro aspecto importante para que Santa Marta se fortalezca como destino turístico, es la ampliación del Aeropuerto Internacional Simón Bolívar, lo que permite que más vuelos diarios lleguen a la ciudad. Así mismo obras como la doble calzada conectan a la ciudad con otros destinos como Barranquilla y Cartagena.

En el siguiente grafico se puede identificar los niveles de la oferta turística en Santa Marta

Ilustración 1 Niveles de la oferta Turística



Fuente: Propia para mayor análisis de la investigación.

TIPO DE PROMOCIÓN Y DEMANDA DE SANTA MARTA COMO DESTINO TURÍSTICO.

Referente al segundo objetivo, el cual se formuló para identificar el tipo de promoción y demanda de Santa Marta como destino turístico, el Distrito de Santa Marta, en su Plan de Desarrollo contempla la implementación de un programa estratégico de comercialización turística de la ciudad, así como el programa Santa Marta destino sostenible y responsable e igualmente el de innovación turística.

Según el plan busca, se busca convertir a Santa Marta en una marca reconocida a nivel internacional que represente un destino diverso y de alta calidad.

De igual forma, a través del Fondo de Promoción Turística de Santa Marta, la ciudad es promocionada a nivel nacional e internacional. En este sentido el presidente de este fondo de acuerdo al periódico local Hoy Diario del Magdalena, dijo que para competir en los mercados mundiales se debe promocionar más a la ciudad como un destino.

Por su parte, el Plan del Departamento del Magdalena (Gobernación del Magdalena (2012) plantea en su propuesta productiva de turismo que las estrategias van encaminada a la investigación de recursos turísticos, su inventario, catalogación y difusión, así como en el estudio y desarrollo de nuevos productos turísticos, formación especializada y técnica (investigadores en turismo, gestores turísticos, guianza turística, promotores turísticos) y la innovación en gestión de marketing de productos y destinos turísticos (p.147).

Pues en Santa Marta existen diversas agencias de viajes y turismo, empresas dedicadas a la operación de actividades en dicho sector, además de hoteles, restaurantes, parques naturales, parques temáticos, empresas de transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre, entre otras, los cuales aportan a la promoción de la ciudad para que los turistas nacionales e internacionales la prefieran como destino turístico.

Lo anterior podría establecerse que es por la gestión que han realizado los actores del sector turístico como INDETUR, el cual tiene como objeto principal la ejecución de las políticas, planes y programas para la promoción del turismo y el posicionamiento del distrito de Santa Marta como destino turístico sostenible, para consolidar la marca ciudad, reconocida por su oferta multicultural y diversa, representada en productos y servicios altamente competitivos, que potencien a la región como polo de desarrollo económico. Alcaldía de Santa Marta (2018).

Según la revista portafolio santa marta incremento el número de visitantes de cruceros, al pasar de 8.684 en el 2010 a 14.168 en el 2016, de hecho, pasando de 4 a 12 barcos entre el 2010 y el 2017.

La industria de crucero expresa” El 33,7% de los pasajeros de cruceros escogerían el caribe, en donde Colombia ve un panorama positivo” esta situación se debe a que el gobierno a tomado medidas para dar a conocer los puertos y sus respectivas ventajas entre la cual se puede resaltar los itinerarios de las navieras.

Por otro lado, el Instituto Distrital de Turismo de Santa Marta –INDETUR, tendrá como misión Diseñar e implementar políticas públicas orientadas a promover la innovación en el sector turismo con miras a que el distrito de Santa Marta sea considerado para el 2030 un potencializado del desarrollo turístico sostenible. (Indetur), 2018).

El Fondo Distrital para la Cultura también hace su esfuerzo para lograr un éxito en la promoción turística de la ciudad, ya que esta impulsa, facilita y apoya procesos, proyectos y actividades culturales de interés común, en el marco del reconocimiento y el respeto por la diversidad cultural del distrito por medio del turismo de naturaleza el cual ha ganado un espacio titular es por esto que estrategias en donde se eleve el eco turismo se convierte en una de las principales promociones turísticas para la ciudad. (FODCA, 2018).

EFICIENCIA Y EFICACIA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL TURISMO EN EL DISTRITO DE SANTA MARTA.

Por último, al develar la eficiencia y eficacia gestión administrativa del turismo en el Distrito de Santa Marta, de acuerdo al Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018, “Turismo para la construcción de la Paz actualmente, Colombia goza de reconocimiento mundial como un país que ha sabido llevar la resiliencia en turismo a su punto más alto, por su capacidad de sobreponerse a circunstancias difíciles y

adversas. En palabras del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, “Colombia es un país con un futuro maravilloso, que está en el mapa del turismo mundial, donde en los últimos años ha generado grandes inversiones en infraestructura turística, en la calidad de los productos que ofrece y en el desarrollo del capital humano para atender al sector.

Pues el turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos del mundo por la generación empleo, y su contribución al desarrollo regional; En Colombia, el Caribe se ha consolidado como la región turística por excelencia dado el atractivo de sus recursos. Perdomo, Rodríguez, Rodríguez (2017).

Así mismo, en Colombia, el sector ha estado en el centro de atención de la política pública y los planes de desarrollo de los gobiernos recientes, en la medida que se considera que el país tiene un gran potencial relacionado con la diversidad de paisajes y de culturas de sus regiones, como lo ha reconocido el informe del Foro Económico Mundial (Blanke y Chiesa, 2013, p. 19)

Es por esto que se puede establecer que el Ministerio de Turismo en el país desarrolla una gestión administrativa y documental eficiente y eficaz debido a que el Plan Sectorial descrito se de política sectorial se elabora a partir del marco legal y normativo general y particular (Constitución Política de Colombia, Ley 300 de 1996 y subsiguientes); de los resultados de la evaluación del Plan Sectorial de Turismo 2010-2014; y de otros documentos de planeación del sector.

El Plan traza los lineamientos para que a través el turismo se convierte en poderosa herramienta para aportar al crecimiento del país, ya que, por su naturaleza interdisciplinar, apuesta de manera directa a cinco de los once ejes de competitividad fijados por el gobierno nacional, lo que se refleja en estrategias que integran este Plan Sectorial de Turismo.

La Alcaldía a través de INDETUR cada temporada se prepara para brindar un servicio a los visitantes de la ciudad, para cada temporada, basado en los planes

sectoriales de turismo a nivel de los entes territoriales deben de aliñarse con el Plan Sectorial a Nivel Nacional, para efectos de poder cumplir con los lineamientos trazados por el plan para que las actividades turísticas contempladas en los planes locales puedan atraer turistas nacionales e internacionales para que estos entes sean competitivos.

Tal es el caso del Distrito de Santa Marta, que en su Plan de Desarrollo 2016 - 2019 Unidos por el Cambio, Santa Marta ciudad del Buen Vivir, contempla en su Programa Formación para el trabajo y el emprendimiento, la capacitación para empresas turísticas, lo cual busca desarrollar y potenciar las habilidades del talento humano del sector turístico con miras a los Juegos Bolivarianos del 2017.

Igualmente, el Plan contempla la posibilidad de que los vendedores informales en zonas turísticas realicen capacitaciones y entrenamiento para que generen ingresos de una forma legal y así puedan asegurar su sostenibilidad económica, mejorando también la oferta turística formal en la ciudad, igualmente el Plan propone formalizar vendedores informales en zonas turísticas.

Un turismo sostenible y que el mismo no dependa de las temporadas, sino que todo el año los turistas nacionales e internacionales demanden servicios turísticos. En el tema de un turismo sostenible es de suma importancia, la directora de ProColombia, María Claudia Lacouture, dijo que Santa Marta ha venido creciendo, pero no se ha empoderado de las oportunidades que ofrece el turismo, y señaló que los retos para ser un destino más competitivo y de clase mundial son el desarrollo de infraestructura, conectividad internacional, gobernanza y cooperación entre los gobiernos nacional y local, seguridad para el turista, capacitación del recurso humano sobre todo en bilingüismo, certificación de playas, recuperación del centro histórico y mejoramiento del muelle para la llegada de cruceros. (Benjumea 2015).

Como dijo el viajero inglés Elisee Reclus a finales de 1800: “Santa Marta está situada en el paraíso”, en el paraíso terrenal de la costa Caribe colombiana. En

medio, se asoma una montaña de casi 19000 pies de altura. En la cima, nieves perpetuas; y en su base, sumergida en el mar Caribe, se posa coqueta, pequeña y ensoñadora la ciudad más antigua de América del Sur, Santa Marta. (Turismo, 2015)

Sus riquezas son innumerables, posee un patrimonio arquitectónico inigualable que evoca los tiempos de la bonanza bananera y una compleja red de ecosistemas en la Sierra Nevada que es única en el planeta. Es el destino turístico más visitado del país. Sus edificaciones coloniales, su infraestructura hotelera, los pintorescos alrededores y las playas de arena blanca la hacen acogedora y mágica. (Turismo, 2015)

Las políticas en materia de turismo que se han propuesto en los últimos años han resaltado sectores como el comercial, hotelero y desarrollo sostenible, esto se manifiesta en el auge turístico que han tenido las últimas temporadas de vacaciones (Sancho, 2011).

El aspecto turístico de Santa Marta no se encuentra exclusivamente en lo que es el casco urbano de la ciudad y sus atractivos. También, son importantes sus alrededores ricos y variados que hacen de un periodo de vacaciones toda una experiencia de vida, en la cual puede darse por satisfecho cualquier tipo de gusto o afición bien sea recreativa, deportiva, científica, cultural o de ocio. Playas de arenas blancas, restaurantes de todas las categorías, cafés, bares y parranda en la playa, se integran con la múltiple diversidad hotelera.

Logrando de este modo asegurar que la gestión en la administración del turismo se realiza con eficiencia, eficacia y de manera segura a los turistas, y ofrecen a ellos buenas playas en la costa Caribe. Santa Marta es el lugar para visitar, debido a sus políticas de turismo y a el esfuerzo de los entes encargados se logra en la actualidad ofrecer unas playas con un turismo étnico, ecológico, de naturaleza,

caminata, deportes y avistamiento precios cómodos, un clima espectacular, historia patria y la disposición de la población que ofrece.

CARACTERIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA, DURANTE EL PERIODO 2010 – 2016

Las actividades turísticas son el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el turista o visitante requiere para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones, se están realizando actividades que abarquen aspectos, históricos, culturales, arquitectónicos, religiosos y naturales para que el turista logre tener una buena experiencia en el distrito y con eso se mantenga el turismo en crecimiento como se ha logrado hasta ahora.

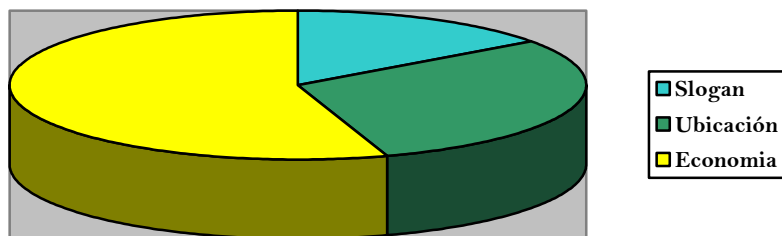
Santa Marta no solo desea el aumento en la demanda del turismo, sino que también espera ejecutar proyectos que pretendan aprovechar toda la infraestructura histórica incentivando el turismo a través de estrategias y alianzas ligadas a agencias de viajes, hoteles, sector privado y público.

En el Plan de Desarrollo Distrital se ha establecido una estrategia nueva en el país, tal es el caso de las Promotoras Turísticas que funcionan en Minca, Guachaca, Centro, Taganga y El Rodadero, las cuales son organizaciones sin ánimo de lucro conformadas por moradores y fuerzas activas de estos lugares.

Lo que busca la Gerencia de Servicios Turísticos es desarrollar la función de planificación turística enfrenta el reto de generar bienes y servicios diferenciados e innovadores, con asiento en las distintas regiones del país, donde la apuesta por el turismo conduzca a mayores beneficios económicos en las comunidades receptoras permitiendo a las mismas conservar, transmitir y compartir sus

costumbres y tradiciones; En el contexto, estos factores constituyen una de las grandes tendencias mundiales del turismo (Tavera, 2014 - 2018).

CARACTERIZACION DEL TURISMO EN SANTA MARTA



Fuente: Lina Jaraba (2018)

Una de las principales actividades de la ciudad es el turismo por lo tanto ocupa ese gran porcentaje en la gráfica anterior, debido a que santa marta está sustentada en gran parte por las agencias de viaje, restaurantes, hoteles, parques naturales y por supuesto por el puerto; el cual cada día aumenta su productividad permitiendo así la llegada de cruceros mas grandes.

Santa marta cuenta con una gran ubicación lo cual permite que se atractivo para los extranjeros y así mismo para los turistas nacionales (bahía del caribe). Muchas personas viajan largas horas para llegar a la ciudad del la playa y sol, pero la ciudad también es reconocida mundialmente por su cultura e historia.

El slogan hace parte de las características porque aporta gran importancia a santa marta, es la marca para darse a conocer al mundo, es decir, la carta de presentación ante los turistas; pero no solo cumple ese rol sino que también permite impulsar a la ciudad dando a conocer un poco de lo que ofrece la ciudad.

5. CONCLUSIONES

Una vez desarrollado el estudio, a continuación, se establecen las conclusiones del mismo, es así como de acuerdo a la revisión bibliográfica se establece que el Distrito de Santa Marta, cuenta con suficientes atractivos naturales, culturales e históricos, para ejecutar proyectos de desarrollo local referidos a la modalidad de turismo de naturaleza, e histórico – cultural, lo que provocaría un crecimiento de la demanda en número de visitantes.

Así mismo, la oferta de las actividades turísticas en los diferentes niveles en los cuatro últimos años y culturalmente el sector turístico funciona de acuerdo a las temporadas de vacaciones que se presentan en el país durante el año.

Un alto porcentaje de los trabajadores del sector corresponde a mano de obra poco calificada. De igual forma, el turismo estimula el ingreso de divisas, toda vez que es una actividad en la que intervienen grandes compañías extranjeras, contribuye al PIB y los efectos multiplicadores en la economía y el desarrollo de encadenamientos con otros sectores económicos.

Que la promoción de la ciudad se realiza a través de las empresas pertenecientes al sector turístico como los hoteles, las agencias de viajes, de transporte, entre otras. De igual manera a través de la oficina de turismo del Distrito y el Fondo de Promoción Turística de Santa Marta.

Algunas tendencias de pensamiento consideran al turismo como una actividad impulsora de la degradación de los recursos naturales y culturales, porque altera la integridad de los ecosistemas, propicia la pérdida de valores tradicionales de las comunidades locales. Por lo anterior, el turismo se enfrenta al desafío de desarrollarse de una manera mucho más benéfica para la sociedad y el medio ambiente, con sostenibilidad. La buena administración de los recursos naturales exige que cualquier modalidad de turismo deba hacerse bajo los parámetros del desarrollo sostenible.

6. RECOMENDACIONES

Señaladas las conclusiones se presentan las siguientes recomendaciones al sector turístico de la ciudad.

Capacitar al personal inmerso en la atención al turista, como los guías especialmente en inglés y en atención al cliente.

Actualizar el Plan Sectorial del turismo del Distrito de Santa Marta.

Fortalecer la promoción de la ciudad, por lo tanto, debe de implementar lo que está contemplado en el Plan de Desarrollo del Distrito convertir a Santa Marta en una marca reconocida a nivel internacional que represente un destino diverso y de alta calidad.

Que el Distrito invierta en una adecuada infraestructura (vías de comunicación, remodelación de centros recreativos y vacacionales, restauración de patrimonios históricos y culturales).

Promover la construcción y formalización de hoteles que ofrezcan mejores alojamientos y comodidades al turista, en especial un turismo accesible.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alcocer Lizcano, J. A. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Revista Le Bret* (5). Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 271-291
- Altamira, R. y Muñoz, Z. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL (2007) ISSN: 1133-3677
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Sexta Edición. Editorial Episteme.
- Báez, J. (2000). Balance del turismo regional en la década de los noventa y perspectivas: los casos de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta. Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional del Caribe, Departamento de Investigaciones.
- Benjumea, P. (2015). Los retos de Santa Marta para ser una ciudad sostenible. Obtenido de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16382889>.
- Blanke, J., y Chiesa, T. (2013). The travel y tourism competitiveness report 2013. En *Geneva, Switzerland: World Economic Forum*. Disponible en: <http://mycbs.biz/>
- data/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.
- Botero, C. y Zielinski, S. (2010). Evaluación del Potencial para el Desarrollo de turismo Sostenible en el Corregimiento de Taganga, Distrito de Santa Marta (Colombia). *Revista Turismo y Sociedad*. Universidad Externado de Colombia.
- Burns, P. (2002) "Turismo e antropologia" Chronos, São Paulo
- Cabrera, J. (2015). La Ciudad de Santa Marta de Magdalena, la Perla de América, en el Caribe Colombiano. Periódico Sol del Sur Tenerife. Tenerife – Magdalena.
- Comercio, M. d. (06 de septiembre de 2016). *Aumenta el número de cruceros y turistas que llegan a Colombia*. Obtenido de

http://www.mincit.gov.co/publicaciones/37029/aumenta_el_numero_de_cruceros_y_turistas_que_llegan_a_colombia

- Distrital, A. (Julio de 2018). *Samaritanos estrenan la marca "Santa Marta naturalmente mágica"*. Obtenido de Caracol Radio: http://caracol.com.co/emisora/2018/07/25/santa_marta/1532540019_776315.html
- Durán, A. R. (2011). *IMAGEN DE COLOMBIA COMO DESTINO TURÍSTICO A NIVEL LATINOAMÉRICA CAPÍTULO COSTA CARIBE*. Andalucía : la Universidad Internacional de Andalucía .
- Figueroa, Y. (2011). Caracterización del turismo en el corregimiento Taganga, Santa Marta D.T.C.H.: Un análisis desde la perspectiva de la sostenibilidad. Tesis de Maestría en Estudios del Caribe. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D.C.
- FODCA. (2018). *Santa Marta Cultural*. Obtenido de <http://santamartacultural.gov.co/fodca/>
- Gobernación del Magdalena (2012). Plan de Desarrollo Departamental 2012 – 2015 Construyendo respeto por el Magdalena. Santa Marta.
- Guerrero, P. y Ramos, R, (2014), Introducción al Turismo, 2da ED. Editorial Patria. México
- Guida, S. D.-G. (Marzo de 2010). *Guía Turística Magdalena Colombia*. Obtenido de Ministro de Comercio, Industria y Turismo: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=58189&name=GuiaTuristicaMagdalena-ok.pdf&prefijo=file>
- Hernández, L. (2016). Turismo de naturaleza uno de los más atractivos de Colombia. Trabajo de Grado Especialización en Gestión y Desarrollo Administrativo. Facultad de Ciencias Economicas. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá. D.C.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). Tercera Edición, Fundación Sygal: Caracas. (Parte II Capítulo 3 y 4).
- Ibáñez, R. y Rodríguez, I (s.f.) Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. Revista Medio Ambiente y Política Turística. <http://www.publicaciones.inecc.gob.mx/libros/669/tipologias.pdf>

- (Indetur), I. D. (2018). *Instituto de Turismo de Santa Marta*. Obtenido de <http://www.santamarta.gov.co/instituto-distrital-de-turismo-indetur-0>
- Martínez, M. (2013). *La Producción de Taganga como Espacio Turístico: Tensiones y Contradicciones*. Trabajo de Grado. Maestría en Estudios Culturales. Facultad de Ciencias Sociales. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Mejía, M. (2016). *Integración, gestión y capacitación del recurso humano en las MIPYMES turísticas en la ciudad de Guanajuato*. <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n32/1870-9036-eps-32-00004.pdf>
- Mercado, T., Pacheco, C. y Rojas, C. (2015). *Estructura empresarial del sector turístico en los municipios de Tolú y Coveñas*. *Revista Desarrollo Gerencial*. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Universidad Simón Bolívar.
- Montenegro, M. (2016). *Política de playas turísticas: lineamientos sectoriales*. Las 2 orillas; <http://www.las2orillas.co/politica-playas-turisticaslineamientos-sectoriales/>.
- Moreira, J. C. C. & Schwartz, G. M. (2006) “Sintonizando sensações e emoções com roteiros de turismo alternativo: um estudo com praticantes de atividades físicas na natureza”. *Turismo em Análise* 17(1): 108-126
- Organización Mundial del Turismo - OMT (2016). *¿Por qué el Turismo?. El turismo: Un fenómeno económico y social*.
- Organización Mundial del Turismo - OMT (2008, p.1). *Entender el turismo: Glosario Básico*. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ospina, N. (2007). *Santa Marta ¿la magia de tenerlo todo?: Realidades y perspectivas del discurso del turismo*. *Pensando en la Región*. Universidad del Magdalena. Santa Marta
- Palella, S y Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Tercera Edición. FEDUPEL. Caracas.
- Perdomo, J., Rodríguez, Z. y Rodríguez, R. (2017). *Factores económicos que afectan al turismo en la ciudad de Santa Marta-Magdalena*. Ponencia Encuentro Internacional de Investigadores en Administración 2017

noviembre 21 y 22. Universidad Externado de Colombia y Universidad del Valle. Bogotá

- Plan de Desarrollo 2016 – 2019. Unidos por el Cambio, Santa Marta Ciudad del Buen Vivir. Acuerdo 010 de 15 de julio de 2015. Consejo Distrital de Santa Marta.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD Colombia (2011). Sectores de Turismo e Infraestructura. Oportunidades de inclusión productiva para poblaciones en situación de pobreza y vulnerabilidad en el Distrito Turístico de Santa Marta. Primera Edición. PNUD Colombia. Bogotá. D.C.
- Sánchez, D. C. (2013). Un sistema de indicadores turísticos básicos: primera aproximación.
- <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/2cnct-ponenciasanchez.pdf>.
- Sanchez, J. (2015). Circuito de turismo de naturaleza enmarcado en el café y culturas de la Sierra Nevada de Santa Marta. Trabajo de Grado. Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo*. OMT Organización Mundial del Turismo.
- Seguimiento.com. (2017). *Así se logró la promoción turística de Santa Marta y Magdalena en 2017*. Obtenido de Seguimiento.com: <https://seguimiento.co/la-hamaca/asi-se-logro-la-promocion-turistica-de-santa-marta-y-magdalena-en-2017-12008>
- Schirm, J. y Gomes, C. (2013). El ocio y el turismo en los artículos publicados en revistas académicas de turismo. *Resvita Estudios y Perspectiva en Turismo*. Vol. 22 No. 5. Buenos Aires.
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa.
- Tapia, A. y Escobar, C. (2015). La Parahoteloría en el Distrito Turístico y Cultural de Cartagena y sus efectos Económico-sociales. Trabajo de Grado. Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Economía. Universidad de Cartagena.

- Tavera, M. E. (2014 - 2018). *PLAN SECTORIAL DE TURISMO Turismo para la construcción de la paz*. Bogotá, Colombia: MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO.
- Turismo, M. d. (2015). *Magdalena Colombia* . Obtenido de Guia Turistica: <http://www.colombia.com/turismo/images/magdalena.pdf>
- Zuñiga, A. (2014). Sistema de promoción y difusión turística para la Parroquia Pasa. Trabajo de grado. Facultad de Dirección de Empresas. Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ambato.