



“Tesoros turísticos de Colombia: Análisis comparativo (benchmarking) de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades colombianas de Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022.”

**Ainara Fabiola Vega Rojas
Keneth de Jesús Pérez García
Yuranis Vanessa Sánchez De Horta**

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Profesional en Hotelería y Turismo

Director:
MSc. Elder Alberto Mejía Martínez

Línea de investigación:
Gestión turística

Universidad Antonio Nariño
Programa Hotelería y Turismo
Facultad de Ciencias Empresariales
Santa Marta, Magdalena
Mayo de 2023

Agradecimientos

Nos gustaría expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que nos han brindado su apoyo y colaboración durante la realización de este trabajo de investigación. En primer lugar, queremos agradecer a nuestro director de grado Elder Mejía, por su guía, su paciencia y su valioso tiempo invertido en este proyecto. Sin su ayuda y orientación, este trabajo no habría sido posible.

También queremos agradecer a nuestros compañeros y profesorado de la Universidad, por su orientación y colaboración en la recolección y análisis de datos, así como por sus comentarios y sugerencias constructivas que han enriquecido enormemente este trabajo.

Además, queremos expresar nuestro agradecimiento a nuestra querida Universidad Antonio Nariño -UAN-, por brindarnos toda su colaboración y apoyo necesarios para la realización de este proyecto.

Por último, pero no menos importante, queremos agradecer a nuestras familias y amigos por su apoyo incondicional durante todo el proceso de investigación. Su aliento y motivación han sido fundamentales para nosotros en todo momento.

Gracias a todas estas personas, este trabajo ha sido posible.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo de investigación a nuestras familias, quienes nos brindaron su apoyo incondicional durante todo el proceso. Agradecemos especialmente a nuestros padres por enseñarnos el valor del esfuerzo y la perseverancia en la consecución de metas.

También quisiéramos agradecer a los amigos y compañeros de estudio por su constante motivación y ánimo en momentos de dificultad.

Finalmente, queremos expresar nuestra gratitud al director de tesis por su orientación y conocimientos, que han sido fundamentales para el éxito de este trabajo.

A todos ellos, ¡mil gracias!"

Tabla de contenido

Resumen.....	14
Abstract.....	15
Introducción.....	16
Planteamiento del problema.....	19
1.1. Identificación del tema.....	21
1.2. Delimitación.....	22
1.3. Formulación del fenómeno.....	23
1.4. Definición e Investigación del Problema.....	24
Objetivo general.....	25
2.1. Objetivo general.....	25
2.2. Objetivos específicos.....	25
Marco de referencia.....	27
3.1. Referentes históricos turísticos desde un punto de vista de benchmarking...27	27
3.2. Precedentes dentro del contexto internacional.....	33
3.2.1. Desde el punto de vista del benchmarking.....	35
3.3. Una mirada nacional sobre la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá.....	37
3.3.1. Desde el punto de vista del benchmarking.....	38
3.4. Estudios e investigaciones sobre la oferta turística local.....	39

3.4.1. Desde el punto de vista del benchmarking	42
Justificación.....	44
4.1. Hipótesis.....	47
Estado del arte: marco conceptual y teórico	49
5.1. Marco conceptual	49
5.2. Marco teórico.....	49
5.2.1 El sector turístico en Colombia: características, evolución y desafíos	53
5.2.1.1. Características puntuales que identifican a Colombia como destino turístico.	57
5.2.1.2. Referentes sobre la evolución del turismo en Colombia.	59
5.2.2. Benchmarking en el sector turístico: conceptos, ventajas y desventajas	63
5.2.2.1. Ventajas del benchmarking en el sector turístico.	67
5.2.2.2. Desventajas del benchmarking en el sector turístico.....	68
5.2.3. Aspectos sociales de los destinos turísticos: oportunidades para mejorar la oferta turística y aumentar la competitividad de su destino.	69
5.2.4. Aspectos Culturales de los destinos turísticos: una oportunidad para mejorar la oferta turística cultural de las ciudades	70
5.2.5. Aspectos económicos de los destinos turísticos: una oportunidad para diversificar la oferta y atraer nuevos segmentos de mercado.....	72

5.2.6. Aspectos ambientales de los destinos turísticos: una oportunidad para contribuir significativamente al desarrollo sostenible	74
5.2.7. Oferta y demanda turística desde un punto de vista de benchmarking	75
5.2.7.1. Santa Marta:.....	76
5.2.7.2. Cartagena:.....	80
5.2.7.3. Medellín:.....	85
5.2.7.4. Bogotá:	93
5.2.7.5. Demanda turística:.....	100
5.2.7.6. Flujo de turistas nacionales y extranjeros:.....	101
5.2.7.7. Patrones de viajes y gastos:	112
5.2.7.8. Con relación a las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá:	114
5.2.7.9. Tipos de consumidores y su vocación turística:	116
5.2.8. Factores que inciden en la competitividad turística.....	119
5.2.9. Análisis de las estrategias y políticas implementadas en los destinos turísticos objeto de estudio necesarias para maximizar los beneficios del turismo y minimizar sus incidencias negativas	125
5.2.10. Turismo sostenible y responsable: conceptos y herramientas para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos	130

5.2.10.1. Desarrollo turístico sostenible en los destinos turísticos objeto de estudio.....	134
5.2.11. Incidencias del turismo y su análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá.....	139
5.2.12. Análisis del turismo regenerativo: para un turismo más responsable y sostenible	145
Metodología utilizada que respalda la investigación para la obtención de resultados y conclusiones.....	151
Resultados de la investigación	153
7.1. Diferencias y semejanzas de la oferta turística de Santa Marta y Cartagena ..	153
7.1.1. Diferencias.....	153
7.1.2. Semejanzas	154
7.2. Diferencias y semejanzas de la oferta turística de Santa Marta y Medellín	155
7.2.1. Diferencias.....	155
7.2.2. Semejanzas	156
7.3. Diferencias y semejanzas de la oferta turística de Santa Marta y Bogotá.....	157
7.3.1. Diferencias.....	157
7.3.2. Semejanzas	158
7.4. Diferencias y similitudes de consumidores de bienes y servicios turísticos (demanda) de Santa Marta y Cartagena	159

7.4.1. Diferencias.....	159
7.4.2. Similitudes.....	160
7.5. Diferencias y similitudes de consumidores de bienes y servicios turísticos (demanda) de Santa Marta y Medellín.....	161
7.5.1 Similitudes.....	161
7.5.2 Diferencias:.....	162
7.6. Diferencias y similitudes de consumidores de bienes y servicios turísticos (demanda) de Santa Marta y Bogotá.....	163
7.6.1. Similitudes.....	164
7.6.2. Diferencias.....	164
7.7. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística.....	166
7.8. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a desarrollo turístico sostenible.....	168
7.9. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a impactos negativos del turismo.....	169
7.10. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a turismo regenerativo.....	171
7.11. Fortalezas del turismo en la ciudad de Bogotá.....	176
7.11.1. Debilidades.....	177

7.12. Perspectivas sobre las oportunidades y amenazas del sector turístico de Santa Marta frente a Cartagena.....	178
7.12.1. Oportunidades del turismo en la ciudad de Santa Marta	178
7.12.2. Amenazas.....	179
7.12.3. Oportunidades del turismo en la ciudad de Cartagena	180
7.12.4. Amenazas.....	182
7.12.5. Oportunidades del turismo en la ciudad de Medellín	183
7.12.6. Amenazas.....	184
7.12.7. Oportunidades del turismo en la ciudad de Bogotá.....	185
7.12.8. Amenazas.....	186
7.13. Resultados finales al realizar un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022, utilizando la metodología de benchmarking y enfocándose en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.....	187
7.14. Resultados finales al evaluar la oferta de productos y servicios turísticos en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá	189
7.15. Resultados finales al identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con las otras ciudades	191
7.15.1. Fortalezas de Santa Marta:.....	191
7.15.2. Fortalezas de Cartagena:.....	192

7.15.3. Fortalezas de Medellín:.....	192
7.15.4. Fortalezas de Bogotá:	193
7.16. Resultados finales al proponer recomendaciones específicas para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado nacional e internacional	195
Conclusiones y recomendaciones	199
8.1. Comparación de oferta turística entre Santa Marta y Cartagena	199
8.2. Comparación de la oferta turística entre Santa Marta y Medellín.....	201
8.3. Comparación de la oferta turística entre Santa Marta y Bogotá.....	204
8.4. Recomendaciones.....	206
8.2.1. Desde el punto de la oferta turística:	207
8.2.2. Desde el punto de vista de la demanda:.....	208
8.2.3. Recomendaciones de la oferta turística al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá	209
8.2.4. Recomendaciones de la demanda turística al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá	212
8.2.5. Recomendaciones de la competitividad turística al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá.....	215
8.2.6. Recomendaciones de desarrollo turístico sostenible al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá.....	218

8.2.7. Recomendaciones de incidencias del turismo que se pueden obtener al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá.....	220
8.2.8. Recomendaciones de turismo regenerativo al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá	224
8.5. Conclusiones obtenidas al analizar comparativamente la ciudad de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a demanda turística	227
8.6. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística	229
8.7. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a desarrollo turístico sostenible	232
8.8. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a impactos negativos del turismo	235
8.9. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a turismo regenerativo	238
8.10. Conclusión general	242
Bibliografía	245

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá durante el año 2022, desde un enfoque de benchmarking. Para ello, se realizará un estudio exhaustivo de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada destino turístico, teniendo en cuenta los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.

Además, se realizará un análisis de la oferta y demanda turística, la competitividad turística, las estrategias y políticas implementadas y las incidencias del turismo en cada destino. Por último, se abordará el concepto de turismo regenerativo y su posible aplicación en los destinos turísticos seleccionados. A partir de la información recopilada, se presentarán conclusiones y recomendaciones para mejorar la oferta turística en cada destino y aumentar su competitividad en el mercado turístico nacional e internacional.

La metodología a seguir será una investigación descriptiva y comparativa mediante la literatura existente, es decir una revisión bibliográfica.

Es importante mencionar que esta investigación busca contribuir al conocimiento y análisis del sector turístico en Colombia sobre su situación actual, particularmente de la ciudad de Santa Marta frente a los destinos turísticos seleccionados.

Además, se espera que las conclusiones y recomendaciones presentadas puedan ser de utilidad para los actores del sector turístico, como empresas, gobiernos locales, organizaciones turísticas y comunidades locales. También se espera que este trabajo pueda servir como base para futuras investigaciones en el área del turismo y su impacto en los destinos turísticos.

Palabras clave: oferta, turismo, competitividad, desarrollo sostenible

Abstract

The aim of this research is to carry out a comparative analysis of the tourist offer of Santa Marta in comparison to Cartagena, Medellin, and Bogota during the year 2022, from a benchmarking approach. To achieve this, an exhaustive study of the strengths, opportunities, weaknesses, and threats of each tourist destination will be carried out, taking into account the social, cultural, economic, and environmental aspects.

Furthermore, an analysis of the tourist supply and demand, tourist competitiveness, implemented strategies and policies, and the impact of tourism in each destination will be conducted. Lastly, the concept of regenerative tourism and its possible application in the selected tourist destinations will be addressed. Based on the gathered information, conclusions and recommendations will be presented to improve the tourist offer in each destination and increase their competitiveness in the national and international tourism market.

The methodology to be followed will be a descriptive and comparative research through existing literature, that is, a bibliographic review.

It is important to mention that this research seeks to contribute to the knowledge and analysis of the tourism sector in Colombia regarding its current situation, particularly of the city of Santa Marta compared to the selected tourist destinations.

Additionally, it is expected that the presented conclusions and recommendations can be useful for the actors in the tourism sector, such as companies, local governments, tourism organizations, and local communities. It is also hoped that this work can serve as a basis for future research in the area of tourism and its impact on tourist destinations.

Keywords: offer, tourism, competitiveness, sustainable development.

Introducción

El turismo es un sector importante en la economía colombiana, y son Bogotá, Medellín y Cartagena las principales ciudades que más reciben turistas, de acuerdo con el último reporte de este año por parte de la entidad responsable de monitorear y llevar a cabo el control migratorio en el país -Migración Colombia-, (LA REPÚBLICA, 2020), por tanto, es válido contrastarlo con la ciudad de Santa Marta, otro lugar de importancia turística.

La investigación que se propone es un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022, utilizando la metodología de benchmarking y enfocándose en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.

El objetivo de esta investigación es comparar la oferta turística de Santa Marta con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, identificando las fortalezas y debilidades de cada una de ellas en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, para establecer un punto de referencia o benchmarking en la oferta turística de Santa Marta.

La metodología de benchmarking consiste en comparar el desempeño de una organización con el de otras que son líderes en su industria, para identificar las mejores prácticas y establecer metas de mejora. En este caso, se aplicará esta metodología para comparar la oferta turística de Santa Marta con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá.

Los aspectos que se analizarán serán los siguientes:

- **Aspectos sociales:** se analizará el impacto de la oferta turística en la comunidad local, así como la oferta de actividades culturales y deportivas para los visitantes.
- **Aspectos culturales:** se analizará la oferta de turismo cultural, como museos, sitios históricos y festivales culturales.

- **Aspectos económicos:** se analizará la contribución del turismo a la economía local, la oferta de alojamiento y los precios de los productos turísticos.
- **Aspectos ambientales:** se analizará el impacto ambiental de la oferta turística, como la gestión de residuos, el consumo de energía y el uso del transporte.

Además de los aspectos mencionados anteriormente, esta investigación también abordará la competitividad turística de cada destino y las estrategias y políticas implementadas para mejorarla. Para ello, se revisarán las políticas y estrategias de promoción turística, la inversión en infraestructura turística, la calidad de los servicios turísticos y la imagen del destino en el mercado turístico.

Asimismo, se analizarán las incidencias del turismo en cada destino, y cómo repercute en la economía local, el empleo, la cultura y el medio ambiente. Se revisarán también las políticas de sostenibilidad y gestión del turismo, como la regulación del turismo y la gestión de los recursos naturales.

Por último, se abordará el concepto de turismo regenerativo, que se enfoca en la regeneración y mejora de los destinos turísticos y en la creación de un turismo más sostenible y responsable. Se analizarán las políticas y estrategias implementadas en cada destino para fomentar el turismo regenerativo, como la promoción de prácticas turísticas sostenibles, el desarrollo de programas de educación y concientización ambiental para los turistas y la participación de las comunidades locales en la gestión del turismo.

Se utilizarán fuentes secundarias, como estadísticas de turismo y reportes de organismos públicos y privados, para recopilar la información necesaria para el análisis comparativo.

Este análisis puede ayudar a los actores del sector turístico, como los gobiernos locales, las empresas turísticas y los hoteles, a diseñar estrategias para mejorar su oferta y atraer más

turistas a la región. Además, también puede ser útil para los viajeros que planean visitar Colombia y desean comparar las opciones de diferentes destinos.

El presente estudio también puede contribuir a una mejor comprensión de las oportunidades y desafíos que enfrenta el turismo en Colombia y a la identificación de prácticas sostenibles y efectivas para el desarrollo de esta industria en el país.

Planteamiento del problema

El turismo es una de las industrias más importantes en Colombia, ya que aporta significativamente al desarrollo económico del país. En este contexto, es fundamental realizar un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con estas tres ciudades y proponer recomendaciones para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado turístico nacional e internacional.

El uso de la metodología de benchmarking es una herramienta eficaz para este análisis, ya que permite comparar la oferta turística de diferentes destinos y identificar las mejores prácticas que han sido implementadas en cada uno de ellos. Asimismo, el enfoque en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales es esencial, ya que el turismo debe ser una actividad sostenible que contribuya al desarrollo de las comunidades locales y respete el medio ambiente.

Es importante destacar que la competitividad turística de un destino no solo se mide por la cantidad de visitantes que recibe, sino por la calidad de la experiencia turística que se ofrece (UNWTO, 2016). En este sentido, es fundamental analizar las estrategias y políticas implementadas en cada destino para mejorar la calidad de los servicios turísticos, la promoción turística, la inversión en infraestructura turística y la imagen del destino en el mercado turístico.

Además, es necesario abordar las incidencias del turismo en cada destino, como el impacto en la economía local, el empleo, la cultura y el medio ambiente, y analizar las políticas de sostenibilidad y gestión del turismo que han sido implementadas para minimizar los efectos negativos del turismo y maximizar sus beneficios.

Finalmente, el concepto de turismo regenerativo es fundamental para lograr un turismo sostenible y responsable que contribuya al desarrollo económico y social de las comunidades

locales y al cuidado del medio ambiente. Por ello, es importante analizar las políticas y estrategias implementadas en cada destino para fomentar el turismo regenerativo, como la promoción de prácticas turísticas sostenibles, el desarrollo de programas de educación y concientización ambiental para los turistas y la participación activa de las comunidades locales en la gestión del turismo.

En síntesis, un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, utilizando la metodología de benchmarking y enfocándose en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, es fundamental para identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta y proponer recomendaciones para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado turístico nacional e internacional, contribuyendo así al desarrollo sostenible del país.

Formulación de Pregunta de investigación:

¿Cuál es la diferencia en la oferta turística entre Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante el año 2022, al implementar un análisis de benchmarking de los tesoros turísticos de Colombia?

Preguntas de investigación específicas:

- ¿Cuáles son los atractivos turísticos de diferentes destinos de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá?
- ¿Cómo ha sido percibida la oferta turística de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá en términos frente a los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales?
- ¿Cómo se puede evaluar la oferta de productos y servicios turísticos en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, considerando los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales?

- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá durante el año 2022, en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales?
- ¿Cómo se puede mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado turístico nacional e internacional a través de la identificación de las mejores prácticas implementadas por estas tres ciudades?

1.1. Identificación del tema

Esta investigación se enfoca en comparar y analizar la oferta turística de cuatro destinos importantes en Colombia, incluyendo Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022. El propósito de esta investigación es evaluar los diferentes aspectos que afectan a la oferta turística de estos destinos, con el fin de establecer un punto de referencia o benchmarking en la oferta turística de Santa Marta.

La oferta turística de cada uno de estos destinos es compleja y multifacética, abarcando aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales. Por lo tanto, esta investigación se enfoca en identificar las fortalezas y debilidades de cada destino en estos diferentes aspectos, con el objetivo de entender cómo se posicionan en el mercado turístico colombiano.

Además, esta investigación se enfoca en la oferta y la demanda turística, analizando cuáles son los atractivos turísticos de cada destino y cómo se perciben por los visitantes. También se considera la competitividad turística, incluyendo la calidad de los servicios turísticos y la capacidad de cada destino para atraer y retener visitantes.

Por otro lado, la investigación también analiza las estrategias y políticas implementadas en cada destino para fomentar el turismo y cómo estas políticas han afectado a la oferta y demanda turística. También se aborda la importancia del turismo sostenible y regenerativo, que se enfoca en minimizar el impacto ambiental y social del turismo y promover el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

En síntesis, esta investigación es importante porque proporciona información valiosa sobre los diferentes aspectos que afectan a la oferta turística en Colombia, y cómo se compara cada destino en términos de fortalezas y debilidades en aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales. Además, la investigación destaca la importancia de fomentar el turismo sostenible y regenerativo para promover un turismo responsable y sostenible en los destinos turísticos colombianos.

Todo esto con el fin de generar conocimiento que pueda ser útil para la toma de decisiones en el sector turístico y contribuir al desarrollo sostenible del turismo en estas ciudades.

1.2. Delimitación

La delimitación de esta investigación se enfoca en analizar y comparar la oferta turística de cuatro destinos turísticos en Colombia: Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022. Se identificarán las fortalezas y debilidades de cada destino en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, y se establecerá un punto de referencia o benchmarking en la oferta turística de Santa Marta.

Para lograr este objetivo, se incluirán diferentes aspectos que afectan la oferta turística de cada destino, incluyendo la oferta y demanda turística, la competitividad turística, las estrategias

y políticas implementadas, las incidencias del turismo en cada destino y la importancia del turismo sostenible y regenerativo.

Es importante destacar que la investigación se enfoca únicamente en el año 2022 y se limita a los destinos turísticos mencionados. Además, aunque se abordan diferentes aspectos que afectan la oferta turística de cada destino, la investigación no pretende abarcar todos los posibles factores que pueden influir en la oferta turística de estos destinos.

La delimitación de esta investigación se enfoca entonces en analizar y comparar la oferta turística de cuatro destinos turísticos en Colombia durante 2022, identificando las fortalezas y debilidades de cada uno en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, para establecer un punto de referencia en la oferta turística de Santa Marta. Además, se considerará la oferta y demanda turística, la competitividad turística, las estrategias y políticas implementadas, las incidencias del turismo en cada destino y el turismo sostenible y regenerativo.

1.3. Formulación del fenómeno

El fenómeno que aborda este trabajo de tesis es el análisis comparativo (benchmarking) de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades colombianas de Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022.

El objetivo principal es identificar las fortalezas y debilidades de cada destino turístico, evaluar su competitividad y analizar los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales de la industria turística en cada ciudad.

El trabajo también busca discutir las estrategias y políticas necesarias para mejorar la competitividad turística y maximizar los impactos positivos del turismo, todo esto en el contexto del desarrollo sostenible.

El fenómeno que se estudia es la situación actual del turismo en estas cuatro ciudades colombianas y su potencial para el futuro.

Además del análisis comparativo de la oferta turística y la evaluación de su competitividad e impactos, este trabajo de tesis también busca profundizar en temas teóricos relevantes para el sector turístico, como la demanda turística, el desarrollo turístico sostenible, las políticas y estrategias nacionales, gubernamentales y locales, entre otros.

La metodología utilizada será una investigación descriptiva y comparativa a través de la revisión bibliográfica de fuentes confiables y relevantes. Los resultados obtenidos en este estudio serán de gran utilidad para la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas y estrategias en el sector turístico de Colombia.

1.4. Definición e Investigación del Problema

La definición e investigación del problema en este estudio se centra en la identificación de las fortalezas y debilidades de la oferta turística en Santa Marta en comparación con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá durante el año 2022. El problema radica en que, aunque Santa Marta es un destino turístico reconocido en Colombia, se enfrenta a la competencia de estas otras ciudades que también tienen una amplia variedad de atracciones y comodidades turísticas. Por lo tanto, es necesario realizar un análisis comparativo de la oferta turística de estas ciudades para identificar áreas de mejora en Santa Marta y mantener su competitividad en la industria del turismo.

La investigación del problema se llevará a cabo mediante la recopilación de información y para ello se utilizarán fuentes bibliográficas como estadísticas turísticas, informes de organismos gubernamentales y no gubernamentales, estudios de mercado, entre otros, para

obtener información sobre la oferta y la demanda turísticas en cada ciudad. A partir de estos datos, se realizará un análisis comparativo (benchmarking) para identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística en Santa Marta en comparación con las otras ciudades.

Objetivo general

Esta investigación se focalizará en realizar un análisis comparativo de la oferta turística de cuatro destinos turísticos en Colombia: Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022. Entonces, el análisis se centrará en identificar las fortalezas y debilidades de estas ciudades en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, con el fin de establecer un punto de referencia o benchmarking en la oferta turística de Santa Marta.

Para lograr este análisis de benchmarking, se considerará tanto la oferta como la demanda turística de cada destino, así como su competitividad turística. Además, se analizarán las estrategias y políticas implementadas por cada destino en relación con el turismo, las incidencias del turismo en cada destino y la importancia del turismo sostenible y regenerativo.

2.1. Objetivo general

Realizar un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022, utilizando la metodología de benchmarking y enfocándose en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, con el objetivo de identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con estas tres ciudades y proponer recomendaciones para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado turístico nacional e internacional.

2.2. Objetivos específicos

Los objetivos específicos de esta investigación se enfocan en identificar y analizar las características de la oferta turística, evaluar la demanda turística, comparar la competitividad turística, analizar las estrategias y políticas implementadas, evaluar las incidencias del turismo y analizar las prácticas de turismo sostenible y regenerativo en cada uno de los destinos turísticos seleccionados para establecer un punto de referencia o benchmarking en la oferta turística de Santa Marta.

Los **objetivos específicos** para alcanzar el objetivo general son:

- Identificar los principales atractivos turísticos de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá desde los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.
- Analizar la percepción de los turistas respecto a la oferta turística de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá en términos de los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.
- Evaluar la oferta de productos y servicios turísticos en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, desde los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.
- Identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con las otras ciudades, desde los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.
- Proponer recomendaciones específicas para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado turístico nacional e internacional desde los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.

Marco de referencia

El marco de referencia de antecedentes internacionales, nacionales y locales es una parte fundamental de cualquier investigación ya que permite contextualizar el tema de estudio y conocer las experiencias y conocimientos previos relacionados con el mismo. En el ámbito turístico, el análisis de los antecedentes es especialmente importante debido a la naturaleza global de la actividad turística y a la influencia que tienen las tendencias internacionales en los destinos turísticos a nivel nacional y local, y compararlas con la oferta turística de Santa Marta para establecer un punto de referencia o benchmarking.

Igualmente, permitirá conocer las tendencias, experiencias y estrategias implementadas en otros destinos turísticos y en el propio país y, Además, permitirá identificar las fortalezas y debilidades de cada destino turístico y analizar las prácticas de turismo sostenible y regenerativo en cada uno de ellos.

3.1. Referentes históricos turísticos desde un punto de vista de benchmarking

Los antecedentes, reiteramos, son importantes en una investigación porque permiten contextualizar y situar el tema de estudio en un marco más amplio de conocimiento y evidencia. Al revisar los antecedentes, se pueden identificar las investigaciones previas que se han realizado sobre el tema, las teorías y enfoques que se han utilizado, y los resultados y conclusiones obtenidos.

Esto permite al investigador comprender mejor el estado del arte del tema de estudio y evitar la repetición innecesaria de investigaciones previas, así como también identificar las limitaciones y oportunidades de mejora en las investigaciones existentes. Además, al conocer los antecedentes, el investigador puede desarrollar una perspectiva crítica y reflexiva que le permita

identificar nuevas áreas de investigación y desarrollar un marco teórico sólido y bien fundamentado.

Los antecedentes son una herramienta valiosa para fortalecer la calidad y relevancia de una investigación y se puede mirar desde un contexto internacional, nacional y local.

Respecto al benchmarking desde el punto de vista turístico es una herramienta importante para evaluar y mejorar el rendimiento en la industria. En el turismo, el benchmarking se utiliza para comparar el rendimiento de un destino turístico con otros destinos, empresas turísticas, hoteles, entre otros (Blazquez, Talaya, & Molina, 2007). A continuación, se presenta una revisión bibliográfica del turismo desde el punto de vista del benchmarking:

- Benchmarking en la gestión del turismo cultural

Este estudio se centra en el uso del benchmarking en la gestión del turismo cultural. Se examinan los diferentes enfoques del benchmarking en la gestión del patrimonio cultural y se presenta un modelo de benchmarking para la gestión del turismo cultural. El estudio destaca que el benchmarking puede ser utilizado para mejorar la calidad y la sostenibilidad del turismo cultural y ayudar a los destinos turísticos a maximizar su potencial turístico (Lopez, 2010).

- Benchmarking en la medición de la responsabilidad social corporativa en la industria turística

En este estudio se analiza el uso del benchmarking en la medición de la responsabilidad social corporativa en la industria turística. Se presentan diferentes enfoques del benchmarking en la medición de la responsabilidad social corporativa en empresas turísticas y se discuten las ventajas y desventajas de cada enfoque. El estudio concluye que el benchmarking puede ser una herramienta valiosa para medir y mejorar el desempeño de responsabilidad social corporativa de las empresas turísticas (Gonzalez, Alen, & Rodriguez, 2011).

- Benchmarking en la evaluación del impacto económico del turismo

En este estudio se examina el uso del benchmarking en la evaluación del impacto económico del turismo. Se presentan diferentes métodos de benchmarking en la evaluación del impacto económico del turismo y se discuten sus ventajas y desventajas. El estudio destaca que el benchmarking puede ser utilizado para mejorar la eficacia de las políticas públicas y privadas en la industria turística y para maximizar el impacto económico del turismo en las comunidades locales (Transformaturismo, 2021).

- Benchmarking en la gestión ambiental del turismo

En este estudio se centra en el uso del benchmarking en la gestión ambiental del turismo. Se presentan diferentes enfoques del benchmarking en la gestión ambiental del turismo y se discuten sus ventajas y desventajas. El estudio destaca que el benchmarking puede ser utilizado para mejorar la gestión ambiental de los destinos turísticos y ayudar a los destinos turísticos a minimizar su impacto ambiental (Camara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de la provincia de Huesca, 2021)

- Benchmarking en la industria turística: un enfoque para mejorar la competitividad

En este estudio se analiza la importancia del benchmarking en la industria turística para mejorar la competitividad de los destinos turísticos. Se destacan las ventajas y desventajas del uso de benchmarking, así como las etapas del proceso de benchmarking. El estudio concluye que el benchmarking puede ser una herramienta valiosa para mejorar el rendimiento de los destinos turísticos y aumentar su competitividad (Valee, 2014)

- Benchmarking en la gestión de destinos turísticos

Este estudio se centra en la aplicación del benchmarking en la gestión de destinos turísticos. Se revisa la literatura existente sobre el tema y se presentan casos de éxito de destinos

turísticos que han utilizado el benchmarking para mejorar su gestión. El estudio destaca que el benchmarking puede ser utilizado no solo para mejorar la competitividad, sino también para mejorar la calidad de los servicios turísticos (Ecrofan, 2018)

- Benchmarking en la industria hotelera

Este estudio se enfoca en el uso del benchmarking en la industria hotelera. Se examinan las diferentes formas en que los hoteles pueden utilizar el benchmarking para mejorar su rendimiento, incluyendo la medición de la satisfacción del cliente y la comparación de los costos y beneficios de diferentes prácticas de gestión. El estudio concluye que el benchmarking es una herramienta valiosa para la gestión de hoteles y puede ayudar a mejorar la eficiencia y la calidad del servicio (The Hotels Network, 2023).

- Benchmarking en la industria del transporte turístico

En este estudio se examina el uso del benchmarking en la industria del transporte turístico. Se discuten las diferentes formas en que las empresas de transporte turístico pueden utilizar el benchmarking para mejorar su rendimiento, incluyendo la comparación de las tarifas y los tiempos de viaje con otras empresas. El estudio concluye que el benchmarking puede ser una herramienta útil para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio en la industria del transporte turístico (Peruzzo, 2020).

- Benchmarking en la gestión de la calidad en el turismo

Este estudio se enfoca en el uso del benchmarking como herramienta de gestión de la calidad en la industria turística. Se revisa la literatura existente sobre el tema y se presentan casos de éxito en el uso del benchmarking para mejorar la calidad en empresas turísticas y destinos turísticos. El estudio destaca que el benchmarking puede ser utilizado para identificar mejores

prácticas en la industria y mejorar la calidad de los servicios turísticos (Calderon & Gonzalez, 2022).

- Benchmarking en la planificación turística

En este estudio se examina el uso del benchmarking en la planificación turística. Se discuten las diferentes formas en que los destinos turísticos pueden utilizar el benchmarking para mejorar su planificación, incluyendo la comparación de las políticas de turismo con otros destinos y la identificación de mejores prácticas en la industria. El estudio concluye que el benchmarking puede ser una herramienta valiosa para mejorar la planificación turística y aumentar la competitividad de los destinos turísticos (Sancho & Garcia, 2004).

- Benchmarking en la gestión del turismo sostenible

Este estudio se centra en el uso del benchmarking en la gestión del turismo sostenible. Se analiza cómo el benchmarking puede ser utilizado para medir el rendimiento de los destinos turísticos en términos de sostenibilidad y compararlos con otros destinos. El estudio destaca que el benchmarking puede ser una herramienta importante para mejorar la gestión del turismo sostenible y ayudar a los destinos turísticos a alcanzar sus objetivos de sostenibilidad (UCP, 2016).

- Benchmarking en la gestión de eventos turísticos

En este estudio se examina el uso del benchmarking en la gestión de eventos turísticos. Se revisa la literatura existente sobre el tema y se presentan casos de éxito en el uso del benchmarking para mejorar la gestión de eventos turísticos. El estudio destaca que el benchmarking puede ser utilizado para identificar mejores prácticas en la gestión de eventos y mejorar la eficiencia y la calidad de los mismos (Alcaldía de Cali, 2021).

En general, estas referencias bibliográficas demuestran que el benchmarking puede ser una herramienta valiosa para medir y mejorar el desempeño social, cultural, económico y ambiental de la industria turística. Al utilizar el benchmarking de manera efectiva, los destinos turísticos y las empresas turísticas pueden mejorar su rendimiento y aumentar su contribución positiva a la sociedad y al medio ambiente (CEUPE, 2023).

Igualmente, la revisión bibliográfica demuestra que el benchmarking se puede utilizar para mejorar la competitividad de los destinos turísticos, la gestión de destinos turísticos, la gestión hotelera y la industria del transporte turístico. Además, el benchmarking puede ayudar a mejorar la calidad de los servicios turísticos y la eficiencia de las empresas turísticas.

También es de anotar que el benchmarking es una herramienta versátil que puede ser utilizada en diferentes áreas de la industria turística, incluyendo la gestión de la calidad, la planificación turística, el turismo sostenible y la gestión de eventos. Al utilizar el benchmarking de manera efectiva, los destinos y las empresas turísticas pueden mejorar su rendimiento y aumentar su competitividad en el mercado (Blazquez, Talaya, & Molina, 2007).

Reseñamos algunas referencias bibliográficas que nos permite adentrarnos a nuestra investigación, ya que es una parte fundamental de cualquier estudio para identificar, recopilar y analizar la literatura existente en torno al tema de referencia, tanto a nivel mundial, nacional y local.

También nos permite conocer los avances y las tendencias actuales en el área de estudio e identificar las brechas de conocimiento y las áreas de investigación que requieren mayor atención, e igualmente nos facilitará el proceso de investigación y la obtención de resultados relevantes.

Además, facilitará la identificación de la metodología a utilizar: Al conocer la literatura existente en el área de estudio, nos permite seleccionar la metodología más adecuada para la investigación. Asimismo, facilita la identificación de fuentes y datos relevantes, lo que nos permite realizar una investigación más efectiva y eficiente.

Finalmente, nos facilita la interpretación de los resultados para llegar a unas conclusiones y recomendaciones más sólidas.

En conclusión, la revisión bibliográfica es esencial en cualquier investigación, ya que nos permite conocer el estado del arte en el área de estudio, formular preguntas de investigación y objetivos específicos, seleccionar la metodología adecuada, identificar fuentes y datos relevantes e interpretar adecuadamente los resultados obtenidos.

3.2. Precedentes dentro del contexto internacional

A nivel internacional, existen numerosos estudios y trabajos de investigación sobre la oferta turística y la competitividad turística de los destinos turísticos. Estos estudios aportan conocimientos y experiencias valiosas sobre las estrategias y políticas implementadas en otros destinos turísticos para mejorar la oferta y la competitividad turística.

Para nuestra investigación "Análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá, durante 2022", consultamos algunos documentos en referencia, entre otros y que se detallarán otras referencias bibliográficas a lo largo de este análisis:

- "Tourism Statistics and the Impact of Covid-19" de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que analiza el impacto de la pandemia en el sector turístico a nivel global y proporciona

estadísticas sobre el número de llegadas de turistas internacionales y el gasto turístico (Organización mundial del turismo, 2020)

- "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019" del Foro Económico Mundial, que evalúa la competitividad turística de 140 países, incluyendo aspectos como la infraestructura turística, la seguridad y la sostenibilidad. (WORLD ECONOMIC FORUM, 2019)

- "The Future of Travel & Tourism in Emerging Markets" de Euromonitor International, que analiza las tendencias y oportunidades en el sector turístico en los mercados emergentes, incluyendo países como Colombia (Vargas L. , 2020)

- "30 Best Travel to visit in Colombia 2023", que destaca los destinos turísticos más atractivos y prometedores a nivel mundial, incluyendo algunas ciudades colombianas como Medellín" (Lush, 2023)

- "Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?" de la Universidad de Surrey en Reino Unido, que propone un marco conceptual para evaluar la competitividad de los destinos turísticos y discute la importancia de la innovación y la colaboración en el desarrollo turístico (UN Expert Group meeting on Sustainable Tourism, 2013)

- "Sustainable tourism: A comprehensive literature review on frameworks and application", Este documento tiene como objetivo estudiar el progreso de la investigación sobre el turismo sostenible y esbozar e identificar las disciplinas, revistas, artículos y autores clave, resaltando que, en las últimas décadas, el turismo sostenible ha sido uno de los temas más importantes entre los académicos y profesionales (Hashemkhani & Maknoon, 2015)

- "Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030" de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que destaca la importancia del turismo para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, y presenta casos de

estudio sobre cómo el turismo puede contribuir a la reducción de la pobreza, la conservación del medio ambiente y la promoción de la igualdad de género (WORLD TOURIMS

ORGANIZATION, 2018)

- Tourism Planning in Developing Countries: Review of Concepts and Sustainability Issues”, este documento tiene como objetivo estudiar el progreso de la investigación sobre el turismo sostenible y esbozar e identificar las disciplinas, revistas, artículos y autores clave. Esto se lleva a cabo a través de un examen amplio, profundo y estructurado de los artículos académicos publicados. En las últimas décadas, el turismo sostenible ha sido uno de los temas más importantes entre los académicos y profesionales (Brandful & Black, 2013)

Estos son algunos de los antecedentes internacionales que pueden proporcionar una perspectiva global sobre el sector turístico y las oportunidades y desafíos que enfrentan tanto los destinos turísticos colombianos como los destinos turísticos de otros países. Además, pueden ayudar a identificar las mejores prácticas y estrategias para mejorar la competitividad turística y promover un turismo sostenible y responsable en Colombia.

3.2.1. Desde el punto de vista del benchmarking

- “Modelo Estructural del Benchmarking Turístico” El objetivo de este artículo es construir Modelos Estructurales para explicar la relación entre benchmarking-satisfacción y calidad y entre marketing- imagen y cultura (Molina, Ochoa, & Bonales, 2018)

- “Benchmarking y su Aplicación en Turismo”: un estudio sobre cómo el turismo se ha convertido en un sector relevante capaz de mejorar la economía de los destinos turísticos y sustentar el desarrollo a largo plazo (Piédrola, Artacho, & Molina, SEMANTIC SCHOLAR, 2010)

- “Benchmarking de destinos turísticos: diferencias de calidad del servicio, según el producto turístico comercializado”, y cuyo objetivo del artículo es contribuir al conocimiento del benchmarking turístico mediante el desarrollo de un análisis comparativo entre destinos (Molina, Esteban, & Blázquez, 2011)
- “Benchmarking Internacional y Análisis de la Competitividad, incluido en el informe final del proyecto llamado “Medellín Destino de Negocios”, uno de los objetivos del estudio fue identificar las ciudades que se constituyen en referente a nivel internacional en torno al turismo de negocios, así como identificar los aspectos, mecanismos que han contribuido a su éxito (Vallee, 2014)
- “Aplicación de metodologías y Benchmarking en la formulación e implementación de estrategias para la mejora de la oferta turística” (López & Benavides, 1997)
- “El benchmarking aplicado al turismo idiomático; una herramienta para lograr estrategias innovadoras de gestión”. Un estudio sobre los viajes que se realizan al extranjero y generan el desarrollo del turismo idiomático (Piédrola, Artacho, & Molina, El benchmarking aplicado al turismo idiomático: una herramienta para lograr estrategias innovadoras de gestión. Caso de york (inglaterra) y córdoba (españa), 2023)
- “Benchmarking interno en una central de compras de agencias de viajes”. El objetivo de este trabajo es determinar, mediante un análisis conjunto probabilístico, utilizando el modelo de Rasch, la importancia relativa de los factores determinantes de la oferta turística de una alianza estratégica entre agencias de viajes (Montero & Oreja, 2015)
- “Benchmarking para la puesta en marcha de ecomuseos”. Una investigación de cómo los ecomuseos tienen especial interés como modelo desarrollo turístico (Micossi, 2017)

3.3. Una mirada nacional sobre la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá

A nivel nacional, en Colombia, se han realizado diversos estudios sobre el turismo y los destinos turísticos del país. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha elaborado planes y estrategias para el desarrollo del turismo en Colombia, y se han realizado estudios sobre la oferta turística, la demanda y la competitividad turísticas de los destinos turísticos del país.

Algunos de los antecedentes más relevantes de esta investigación que referenciamos en este aparte de la investigación más otras referencias bibliográficas que se incluirán a lo largo de esta investigación, son:

- “Políticas del sector turismo/MINCIT- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, documento que presenta el estado actual del turismo cultural en Colombia y plantea estrategias para consolidar el sector (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)
- “Estudio prospectivo: el turismo del futuro Colombia -Visión 2030, trabajo de grado sobre la perspectiva a futuro sobre el turismo y sus incidencias en el sector (Hernández & Alfonso, 2020)
- “Caracterización del sector de turismo”, y en donde se analiza y conceptualiza sobre la caracterización del Sector Turismo en términos de las características socioeconómicas, tecnológicas, ocupacionales, tendencias, normativa y regulación con el fin de identificar insumos clave que aporten al diseño de las cualificaciones que requieren para cualificar el talento humano del sector (Mineducación, 2021)
- “Estudios sobre el turismo en Colombia”, un estudio que muestra una gran dinámica al asociar las actividades turísticas con el contexto social y geográfico (León, 2019)

- “La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia”, una revisión de literatura sobre la medición de la calidad del servicio en destinos turísticos a nivel internacional y para Colombia (Contreras, 2021)
- “Análisis de la Investigación y Desarrollo Turístico en Colombia”. Este documento describe el comportamiento de la investigación científica en el turismo de Colombia en los últimos siete años (2007-2013)” (Zuñiga, 2015)
- “Marketing, una aproximación a la producción de investigación académica en Colombia en los últimos años”, una investigación de tipo cualitativo desarrolla una revisión sistemática de la literatura con el método prisma para documentar el estado de las investigaciones de turismo dentro del enfoque académico del marketing en Colombia durante los últimos años (Ruiz, Ricardo, & Forero, 2022)
- “Percepción y tendencia de los consumidores en el turismo nacional”, estudio descriptivo con la finalidad de conocer la percepción y tendencias de los lugares turísticos en Colombia (Lozano & Rengifo, 2016)

Estos estudios han proporcionado información valiosa sobre la oferta turística en Colombia y sus ciudades más importantes. Sin embargo, se requiere un análisis comparativo más detallado de la oferta turística de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, que permita identificar oportunidades para mejorar la calidad del servicio turístico y promover un turismo sostenible y responsable en estas cuatro ciudades.

3.3.1. Desde el punto de vista del benchmarking

- “Benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia”.

- Un estudio donde se realizó un benchmarking entre estos dos países con el fin de analizar si es posible tomar la experiencia de Costa Rica e implementarla en Colombia (Gutiérrez, Castro, & Largacha, 2021)
- “Benchmarking funcional de los gremios turísticos en Antioquia”. Un estudio de benchmarking y sus Implicaciones para la Gestión de los Destinos turísticos (Marquez & López, 2015)
- “Benchmarking del turismo en salud en Colombia”. Una perspectiva de turismo en salud y cómo es capaz de mejorar los destinos turísticos en el país (Estrada, s.f.)
- “Informe Benchmarking Nacional”. El objetivo principal de este benchmarking Nacional es investigar e identificar casos de éxito que están realizando actualmente empresas vinculadas al canal de comercialización y a la mejora de la operación, y que sirvan como ejemplo para adoptar por pequeñas empresas del rubro, incluyendo estudios, actividades, y proyecciones para la Industria Turística (Benchmarking Nacional , 2021)
- “Modelo de benchmarking turístico para la implementación de pueblos mágicos en el municipio de Corozal Sucre- Colombia”. Este estudio propone un modelo de benchmarking turístico para la implementación del programa pueblos mágicos en el municipio de Corozal (Barboza, 2019)
- “Benchmarking del turismo MICE”. Un estudio comparativo entre ciudades colombianas con respecto a otros países (ProColombia, 2015)

3.4. Estudios e investigaciones sobre la oferta turística local

En el ámbito local, tanto Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá cuentan con estudios e investigaciones específicas sobre su oferta turística, su demanda turística, su competitividad

turística y las incidencias del turismo en cada destino. Además, las autoridades locales de cada destino turístico han implementado diversas estrategias y políticas para mejorar la oferta y la competitividad turística, así como para promover un turismo sostenible y responsable.

Algunos de estos antecedentes son:

- "Incidencia del turismo en el desarrollo socioeconómico de Santa Marta durante el período 2010 a 2016", una monografía sobre las consecuencias que tiene el turismo en la actividad económica y social de la ciudad de Santa Marta (Castellar & Polo, 2017)
- "Evaluación del impacto social y cultural del turismo en Santa Marta, Colombia". Un estudio sobre los impactos del turismo en la capital del Magdalena desde el punto de vista cultural y social, incidencia y desarrollo (Vargas F. , 2022)
- "Cadena de valor generada por la oferta turística de la ciudad de Santa Marta durante el periodo 2011-2017", un estudio que demuestra cómo el turismo puede generar beneficios que potencialicen el desarrollo económico, además de la modernización de su infraestructura (Mora, Lara, & Urbina, 2017)
- "Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias Colombia", un documento que analiza la oferta y demanda del turismo informal en la capital de Bolívar (Morelos, Cardona, & Lora, 2021)
- "Turismo sostenible: catalizador de la reactivación económica en Cartagena", cuyo propósito de la investigación es entender el rol del segmento de turismo sostenible en la reactivación económica de la ciudad de Cartagena de Indias (Alvis, 2021)
- "Modelo Turístico Sostenible para Cartagena de Indias", el cual tiene por objeto la identificación de un Modelo Turístico Sostenible de Integración Económico y Social para los

monumentos históricos de Cartagena de Indias, a partir de modelos implementados en ciudades turísticas a nivel internacional (Solano, 2016)

- “La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín – Colombia”, el objetivo del trabajo es medir la contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín para el periodo 2005-2015 (Brida, Rodríguez, & Mejía, 2020)

- “Incidencia del turismo de Negocios en el desarrollo económico de la ciudad de Medellín en el periodo 2008-2019”, investigación que pretende identificar la incidencia del turismo de negocios en el desarrollo económico de la ciudad de Medellín (Monsalve & Gómez, 2020)

- “El turismo urbano como oferta turística alternativa en Medellín: comportamientos espaciales de la ciudad como destino turístico”, estudio que busca una reflexión acerca del reconocimiento y valoración de la oferta turística local y el modelo de gestión de la ciudad desde sus inicios (Bejarano, Arroyave, Saldarriaga, Urrego, & González, 2017)

- “Análisis de algunas métricas del estudio “Traveler Sentiment & Influences 2020 2021”, que pretende analizar el flujo de turistas y viajeros en Bogotá (Instituto Distrital de Turismo, 2023)

- “Desempeño de la actividad de Alojamiento en Colombia y Bogotá”, estudio que analiza las características del turismo en Bogotá y Cundinamarca” (Colombia O. d., 2023)

- “Análisis Ocupacional del Sector de Turismo en Bogotá”, se centra en la caracterización de las demandas ocupacionales y el mercado laboral del sector turismo en la ciudad de Bogotá (Secretaría Distrital del Desarrollo Económico, 2013)

Además, se tendrán en cuenta para esta investigación los distintos planes sectoriales de turismo implementadas por el Gobierno nacional y las respectivas gobernaciones y alcaldías, donde se establecen estrategias y políticas sobre este sector de actividad, Para este caso, se tendrá

como referencia “El Plan Sectorial del Turismo 2022-2026 Turismo en Armonía con la vida” (Bravo & Umaña, 2022)

Estos antecedentes locales pueden proporcionar información valiosa sobre las políticas, estrategias y acciones implementadas por las autoridades locales para mejorar la oferta turística y promover el desarrollo turístico sostenible en cada una de las ciudades comparadas en la investigación. Además, pueden ayudar a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y desafíos específicos de cada destino turístico, y cómo estos factores pueden influir en la competitividad turística de cada ciudad.

3.4.1. Desde el punto de vista del benchmarking

Es muy escasa los estudios sobre el turismo en Santa Marta desde un punto de vista del benchmarking, de manera que nuestro análisis cobra mayor relevancia para futuras investigaciones. Algunos de estos estudios, son:

- Uno de estos estudios de benchmarking “Estudio de la hotelería paralela en el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta-zona de El Rodadero”. Entre las técnicas empleadas para la realización de un análisis comparativo sobre la exploración de experiencias internacionales relacionadas con el tema de la denominada intrusión de la oferta extrahotelera, se utilizó el método del benchmarking (Herrera, Leguizamón, & Duque, 2010)
- Otro estudio se refiere al “Análisis de la competitividad de la industria hotelera en Santa Marta (Colombia) mediante técnicas de benchmarking”. (Marín, J. J., y Zúñiga, G. (2019)
- “Benchmarking competitivo del destino turístico de Santa Marta”. (Arévalo, 2020).
- “Benchmarking del desarrollo turístico sostenible en Santa Marta, Colombia (Medina D., Álvarez, M., 2019).

- “Análisis de la sostenibilidad del sector turístico en Santa Marta (Colombia) a través de benchmarking. (Sandoval P., Ramírez, L. 2018).
- “Benchmarking competitivo del sector turístico en Santa Marta (Colombia)” (Vanegas J. C., Torres, L., 2021).
- “Análisis de benchmarking de la industria hotelera en Santa Marta, Colombia”. (Acosta, G., Guzmán S., 2020).
- “Análisis de la competitividad del sector turístico de Santa Marta a través de benchmarking”. (González D., Tejada R., 2019).

Justificación

La realización de esta investigación se justifica por la importancia que tiene el turismo como sector económico y social en Colombia. El turismo es una fuente importante de ingresos para el país y una herramienta de desarrollo económico y social para las regiones. Además, es un sector que ha sido afectado significativamente por la pandemia de COVID-19 y que requiere de estrategias para su recuperación y fortalecimiento.

La metodología de benchmarking es una herramienta eficaz para comparar la oferta turística de diferentes destinos e identificar las mejores prácticas en términos de los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales. El análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, utilizando esta metodología, permitirá identificar las fortalezas y debilidades de Santa Marta en comparación con estas ciudades en términos de los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.

La identificación de estas fortalezas y debilidades permitirá a los actores del sector turístico de Santa Marta desarrollar estrategias y acciones específicas para mejorar la oferta turística de la ciudad, fortalecer su competitividad y contribuir al desarrollo económico y social de la región. Además, las recomendaciones que se propongan en esta investigación podrán ser útiles para otros destinos turísticos del país que se encuentren en una situación similar y que busquen fortalecer su competitividad en el mercado turístico nacional e internacional.

Otro argumento para justificar la realización de esta investigación es que, a pesar de que Santa Marta es un destino turístico importante en Colombia, existe una competencia cada vez más fuerte entre los diferentes destinos turísticos del país. Esto hace necesario que Santa Marta cuente con una oferta turística de alta calidad que le permita diferenciarse y destacarse en el mercado turístico.

Además, cada ciudad tiene su propia identidad cultural y social, así como su propia oferta de productos y servicios turísticos. Por lo tanto, el análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá permitirá identificar las características que hacen única a Santa Marta, así como las oportunidades de mejora que existen en términos de los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales.

Por otro lado, el turismo es un sector que tiene una incidencia significativa en el medio ambiente y en la comunidad local. Por esta razón, es importante que la oferta turística de Santa Marta se desarrolle de manera sostenible y responsable, teniendo en cuenta los aspectos ambientales y sociales. El análisis comparativo permitirá identificar las mejores prácticas en términos de sostenibilidad y responsabilidad social en los destinos turísticos, y proponer recomendaciones específicas para mejorar la oferta turística de Santa Marta desde esta perspectiva.

Esta investigación se justifica además por la importancia del turismo como sector económico y social en Colombia, la necesidad de fortalecer la oferta turística de Santa Marta para competir en el mercado turístico, la importancia de preservar el medio ambiente y la comunidad local en el desarrollo del turismo, y la posibilidad de identificar las mejores prácticas en términos de los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales en los destinos turísticos.

La investigación "Análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022" es importante por varias razones:

- **Contribuye al desarrollo de la industria turística en Colombia:** el turismo es un sector importante para la economía colombiana, y esta investigación puede proporcionar información valiosa sobre los atractivos y desafíos de algunos de los destinos turísticos más populares del

país. Además, los resultados pueden ser útiles para desarrollar estrategias de promoción turística efectivas y sostenibles que mejoren la competitividad de Colombia en el mercado turístico internacional.

“Es una actividad que juega un importante rol en el desarrollo del país y que les permite a los empresarios generar valor, empleo y bienestar” afirmación de Juan Pablo Franky, ex viceministro de turismo del gobierno Iván Duque respecto a la industria turística en Colombia y refuerza la apreciación referida en el párrafo anterior, además “es una de las prioridades del Gobierno colombiano, dado el potencial que tiene para generar mayores ingresos al país y empleos de calidad” (Bancolombia, 2019)

- **Fomenta el turismo sostenible y responsable:** evalúa el impacto social y ambiental de la industria turística en cada ciudad y puede ayudar a identificar prácticas sostenibles y efectivas para abordar los desafíos asociados, y de igual modo promover un turismo responsable que beneficie a las comunidades locales y al medio ambiente.

Para el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio es relevante “fomentar prácticas responsables y sostenibles en torno al turismo para evitar la degradación de los destinos, Colombia es uno de los primeros países del mundo que se une como miembro de la Coalición para el Futuro del Turismo (The Future of Tourism Coalition), cuyo objetivo es que el turismo pospandemia tenga entre sus prioridades las necesidades de los destinos y las comunidades” (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2020)

- **Proporciona información valiosa para la toma de decisiones:** los resultados de esta investigación pueden ser útiles para las autoridades locales y nacionales, empresas turísticas, organizaciones no gubernamentales y otros actores relevantes en la industria turística para tomar decisiones informadas y mejorar la gestión y el desarrollo turístico en cada ciudad.

- **Contribuye al conocimiento académico:** la investigación puede generar nuevo conocimiento y análisis comparativo sobre la oferta turística y el impacto social y ambiental de la industria turística en Colombia. Además, puede proporcionar un marco para futuras investigaciones y análisis comparativos sobre otros destinos turísticos en el país.

Además de las razones mencionadas anteriormente, también es importante destacar que esta investigación puede ser útil para los turistas que visitan estas ciudades, ya que pueden obtener información valiosa sobre los atractivos y desafíos de cada destino, lo que les permitirá tomar decisiones más informadas y mejorar su experiencia turística.

Al comparar la oferta turística de Santa Marta con referencia a las otras ciudades, se pueden identificar las diferencias y similitudes entre ellas, lo que puede ayudar a mejorar la cooperación y colaboración entre ellas y fomentar el desarrollo turístico regional.

Es importante destacar que la investigación puede ser relevante no solo para el sector turístico, sino también para otros sectores económicos y sociales, como el comercio, la educación y la cultura, que también pueden beneficiarse del desarrollo turístico en estas ciudades.

También es importante destacar que este estudio se enfoca en el año 2022, lo que permite tener una visión a corto plazo y evaluar la oferta turística en un momento específico. Sin embargo, los resultados también pueden ser útiles para tener una visión a largo plazo y establecer estrategias y políticas que permitan mantener la competitividad de las ciudades turísticas de Colombia en el futuro.

4.1. Hipótesis

La oferta turística de Santa Marta es comparable y competitiva con la de Cartagena, Medellín y Bogotá en términos de atractivos turísticos, servicios, infraestructura y calidad de la experiencia turística.

Para probar esta hipótesis, se llevará a cabo un análisis comparativo (benchmarking) de la oferta turística de cada ciudad con base en diferentes factores relevantes para los turistas, como la diversidad y calidad de los atractivos turísticos, la calidad y accesibilidad de los servicios turísticos, la infraestructura turística, la seguridad y la sostenibilidad. Los resultados del análisis permitirán evaluar la competitividad de la oferta turística de cada ciudad y determinar si Santa Marta puede ser considerada como una opción comparable y competitiva para los turistas con relación a las otras ciudades de estudio.

Estado del arte: marco conceptual y teórico

5.1. Marco conceptual

El estado del arte de este tema indica que existen estudios comparativos de la oferta turística de diferentes ciudades a nivel nacional e internacional. En Colombia, se han realizado estudios que comparan la oferta turística de ciudades como Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, entre otras, con el fin de identificar fortalezas y debilidades de cada una y establecer estrategias para mejorar la competitividad turística del país.

En el ámbito internacional, también se han realizado estudios comparativos de la oferta turística de diferentes ciudades de distintos países. Estos estudios han permitido identificar tendencias y buenas prácticas en la gestión turística, así como establecer estrategias para mejorar la competitividad y la calidad de la experiencia turística en las ciudades estudiadas.

En general, estos estudios han sido útiles para evaluar la competitividad de la oferta turística de cada ciudad y establecer estrategias y políticas que permitan mejorar la calidad y la competitividad de la oferta turística en el país o la región. En el caso de este estudio, se pretende evaluar la oferta turística de Santa Marta con relación a otras ciudades turísticas de Colombia y determinar si puede ser considerada como una opción comparable y competitiva para los turistas en términos de atractivos turísticos, servicios, infraestructura y calidad de la experiencia turística.

5.2. Marco teórico

El marco teórico para esta investigación se enfoca en proporcionar una base sólida para comprender la dinámica del sector turístico en Colombia y cómo se relaciona con la oferta y la

demanda turística en los destinos turísticos de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá, durante 2022.

Además, se mencionará las cuestiones económicas, culturales, sociales, ambientales y de sostenibilidad relacionadas con las ciudades objeto de estudio, así como las estrategias de marketing y posicionamiento necesarias para garantizar la diferenciación y competitividad de los destinos turísticos.

En primer lugar, abordaremos las características, evolución y desafíos del sector turístico en Colombia. Es importante comprender cómo el turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos en Colombia y cómo se ha desarrollado a lo largo del tiempo (Jimenez & Parra, 2019). Además, es importante identificar los desafíos que enfrenta el sector turístico en Colombia, como la falta de infraestructura turística, la seguridad, el acceso a financiamiento y la falta de políticas y estrategias efectivas para el desarrollo turístico.

Después analizaremos el concepto de benchmarking en el sector turístico, sus tipos, ventajas y desventajas. El benchmarking es una herramienta importante para identificar las mejores prácticas en el sector turístico y para comparar la oferta y la demanda turística de diferentes destinos. Es importante comprender cómo se puede utilizar el benchmarking para mejorar la competitividad y la calidad de los destinos turísticos.

Pasaremos luego a los aspectos sociales y culturales de los destinos turísticos. Es importante analizar cómo el turismo afecta a las comunidades locales y a la calidad de vida de los visitantes. Además, se debe abordar la importancia del patrimonio cultural, los eventos y festividades, y el turismo cultural en los destinos turísticos.

Enseguida miraremos los aspectos económicos de los destinos turísticos y su incidencia en la economía local y nacional. Es importante analizar los modelos de desarrollo turístico y

cómo pueden ser utilizados para maximizar los beneficios del turismo y minimizar sus impactos negativos.

También tocaremos los aspectos ambientales de los destinos turísticos, incluyendo su incidencia en el medio ambiente, el cambio climático y el turismo sostenible. Es importante comprender cómo el turismo puede ser sostenible y responsable, y qué herramientas se pueden utilizar para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos.

Posteriormente, para seguir un orden y una secuencia lógica dentro del marco teórico de nuestra investigación, hablaremos de la oferta y la demanda turística desde un punto de vista de benchmarking. Es importante comprender cómo se puede comparar la oferta y la demanda turística de diferentes destinos y cómo se pueden utilizar estos datos para mejorar la competitividad y la calidad de los destinos turísticos.

No podemos dejar de mencionar seguidamente cómo se deben abordar las estrategias de marketing y posicionamiento necesarias para garantizar la diferenciación y competitividad de los destinos turísticos. Es importante comprender cómo se pueden utilizar las estrategias de marketing y posicionamiento para atraer a los visitantes y destacarse de la competencia.

También analizaremos las estrategias y políticas implementadas en los destinos turísticos objeto de estudio necesarias para maximizar los beneficios del turismo y minimizar sus incidencias negativas: El turismo puede tener efectos positivos y negativos en los destinos turísticos. Por ello, es importante que las políticas y estrategias implementadas en el sector turístico estén diseñadas para maximizar los beneficios y minimizar los impactos negativos. Algunas estrategias pueden incluir la diversificación de la oferta turística, la promoción de prácticas turísticas sostenibles, la educación y sensibilización de los visitantes, entre otras. Es

necesario que estas estrategias sean diseñadas en colaboración con las partes interesadas locales, para asegurar su implementación efectiva.

Abordaremos asimismo el turismo sostenible y responsable: conceptos y herramientas para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos: El turismo sostenible y responsable es un enfoque que busca reducir los impactos negativos del turismo y maximizar los beneficios sociales, económicos y ambientales (Colombia Purdue Partnership , 2016).

. Para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos, es necesario utilizar herramientas como la evaluación de impacto ambiental, la evaluación del impacto social, el análisis del ciclo de vida, entre otras (Alcaldía de Medellín, 2018). Es importante que los destinos turísticos adopten un enfoque holístico, que tenga en cuenta los diferentes aspectos de la sostenibilidad, para lograr un desarrollo turístico sostenible a largo plazo.

Igualmente, analizaremos las incidencias del turismo y su análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá: El turismo puede tener incidencia positivas y negativas en los destinos turísticos objeto de estudio. Es necesario analizar las incidencias del turismo en cada uno de estos destinos turísticos, para identificar las fortalezas y debilidades de cada uno en términos de oferta turística. Al comparar la oferta turística.

Otro de los temas a incluir y que se debe abordar es realizar un análisis del turismo regenerativo para identificar las mejores prácticas y lecciones aprendidas que pueden ser aplicadas en los destinos turísticos objeto de estudio: El turismo regenerativo busca generar beneficios para las comunidades locales y el medio ambiente a través del turismo. Este análisis puede centrarse en identificar las mejores prácticas y lecciones aprendidas en otros destinos turísticos que han implementado estrategias de turismo regenerativo, y evaluar su aplicabilidad en los destinos objeto de estudio.

Ya para concluir, mencionaremos las fortalezas y debilidades del sector turístico de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá: Para este análisis se puede tomar en cuenta aspectos como la calidad de los servicios turísticos, la accesibilidad, la seguridad, la oferta de atractivos turísticos, la promoción turística, entre otros. Es importante evaluar cada destino de manera integral y destacar las fortalezas y debilidades que presenta cada uno de ellos con relación al sector turístico.

Por último, identificaremos las perspectivas sobre las oportunidades y amenazas del sector turístico de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá: Este análisis puede centrarse en las tendencias del mercado turístico, las oportunidades y amenazas que presenta cada destino, la competitividad en el sector turístico, entre otros aspectos relevantes. Es importante considerar tanto los aspectos internos como los externos que pueden afectar al sector turístico de cada destino.

Terminaremos nuestra investigación explicando la metodología utilizada en nuestra investigación, los resultados obtenidos siempre desde un punto de vista del benchmarking, para concluir finalmente con unas conclusiones y recomendaciones, sin olvidar las referencias bibliográficas que respaldan el estudio en referencia.

5.2.1 El sector turístico en Colombia: características, evolución y desafíos

El sector turístico en Colombia es uno de los más importantes de la economía del país. Colombia cuenta con una gran diversidad cultural, natural y geográfica, lo que la convierte en un destino turístico atractivo para los visitantes nacionales y extranjeros.

En los últimos años, el turismo en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en términos de número de visitantes y de ingresos generados. Según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, en el año 2019, el país recibió 4,5

millones de visitantes extranjeros, lo que representó un aumento del 2,7% respecto al año anterior. Además, los ingresos generados por el turismo en el mismo periodo ascendieron a 6.500 millones de dólares (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2020)

La constante se mantuvo para el 2022 que cerró con “4.606.915 turistas no residentes, un 232,2 % superior frente a 2020 y 114,7 % más respecto a 2021, informó este martes el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (EFE, 2023)

Entre las principales características del sector turístico en Colombia se encuentran la diversidad de sus destinos, la riqueza cultural y natural del país, la hospitalidad de su gente y la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.

El sector turístico es un motor importante para el desarrollo económico de Colombia. De acuerdo con datos del Banco Mundial, el turismo representa alrededor del 3,7% del PIB del país y genera aproximadamente 1,8 millones de empleos directos e indirectos (Banco Mundial, 2023)

La diversidad de los destinos turísticos de Colombia es una de sus principales fortalezas. El país cuenta con una amplia variedad de atractivos turísticos, desde playas paradisíacas en el Caribe y el Pacífico, hasta ciudades coloniales con patrimonio histórico y arquitectónico, pasando por reservas naturales, parques nacionales y paisajes de montaña impresionantes. Esto permite ofrecer una amplia variedad de opciones para los visitantes, lo que contribuye a la diversificación del turismo en el país.

No obstante, para aprovechar al máximo el potencial turístico de Colombia, es necesario seguir trabajando en la mejora de la infraestructura turística. En algunos lugares, especialmente en las zonas más alejadas de las ciudades, la infraestructura turística aún es insuficiente para satisfacer las necesidades de los visitantes. Es necesario invertir en la construcción y mejora de

carreteras, aeropuertos, puertos y otros medios de transporte para facilitar el acceso a los destinos turísticos y mejorar la experiencia del turista.

Sin embargo, el sector turístico colombiano también enfrenta algunos desafíos importantes. Entre ellos se encuentran la necesidad de mejorar la infraestructura turística, especialmente en las regiones más alejadas de los centros urbanos, y de diversificar la oferta turística para atraer a un público más amplio y sofisticado.

Otro desafío clave es la necesidad de mejorar la seguridad en algunas zonas del país, que aún son consideradas como riesgosas para los turistas. Si bien Colombia ha avanzado significativamente en la reducción de la violencia y la criminalidad en los últimos años, todavía hay áreas que requieren una atención especial para garantizar la seguridad de los visitantes.

Los reportes así lo indican, por ejemplo en un artículo del diario La República titulado “Hay que mejorar la seguridad para subir en turismo” afirma que “se debe mejorar no solo en infraestructura sino en garantizar la seguridad de visitantes” y “para que Colombia pueda aparecer como un destino turístico de calidad debe mejorar dos aspectos fundamentales: la seguridad y la infraestructura para garantizarles a los turistas el costo beneficio que todos buscan” (LA REPÚBLICA, 2020)

Por eso, la seguridad sigue siendo un desafío para el sector turístico en Colombia. Si bien se han hecho esfuerzos significativos para mejorar la situación en las últimas décadas, todavía existen zonas del país que se consideran riesgosas para los turistas. Es necesario seguir trabajando en la reducción de la violencia y la criminalidad en todo el país para garantizar la seguridad de los visitantes y mejorar la percepción de Colombia como destino turístico seguro.

Otro aspecto clave a tener en cuenta es la necesidad de diversificar la oferta turística. Si bien Colombia cuenta con una gran variedad de atractivos, aún es posible expandir la oferta para

atraer a diferentes tipos de turistas. Por ejemplo, el turismo gastronómico, el turismo cultural, el turismo de aventura y el turismo rural son algunas de las opciones que pueden ser desarrolladas en el país.

Todos los estudios sobre turismo así lo indican. Y no sólo Colombia debe diversificar su oferta turística para atraer más turistas, sino también es una directriz a nivel latinoamericano y mundial. En un análisis de Procolombia se insiste que “La apertura de la oferta turística en América Latina a opciones alternativas como la de los productos empresariales (turismo de reuniones), se ha constituido en el camino a seguir por parte de ese sector para combatir la crisis económica que actualmente viven Europa y Estados Unidos, emisores tradicionales de viajeros” (Colombia Tarde, 2023)

Además de los desafíos mencionados anteriormente, es importante destacar la necesidad de promover el turismo sostenible en Colombia. El turismo sostenible implica promover un desarrollo turístico que tenga en cuenta el cuidado del medio ambiente, la protección del patrimonio cultural y la inclusión social y económica de las comunidades locales.

En este sentido, Colombia ha tomado algunas medidas para promover el turismo sostenible, como la creación de programas de certificación ambiental y de turismo comunitario. Estos programas buscan fomentar prácticas turísticas responsables y sensibilizar a los visitantes sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y respetar las culturas locales.

Según una investigación realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Mintic- sobre qué se necesita para que Colombia crezca en el sector turístico identificó al turismo sostenible como el potencial a desarrollar, tanto así que estableció en el año 2020 “la Política de Turismo Sostenible, donde se reconoce que la riqueza natural es uno de los principales activos, para garantizar que el turismo se consolide con éxito en el largo plazo, no

solo con viajeros encantados y maravillados por el país, sino también protegiendo el patrimonio de las diversas comunidades y culturas” (Colombia Turismo Sostenible, 2023)

Asimismo, es importante seguir promoviendo el turismo inclusivo y accesible para todas las personas. Esto implica facilitar el acceso a los destinos turísticos para personas con discapacidades, mayores y otros grupos que pueden enfrentar barreras para viajar y disfrutar de los atractivos turísticos.

5.2.1.1. Características puntuales que identifican a Colombia como destino turístico.

Para concretar, mencionaremos a continuación las siguientes características:

- **Diversidad geográfica y cultural:** Colombia cuenta con una gran diversidad geográfica que incluye playas caribeñas, montañas andinas, selvas tropicales, desiertos y una gran variedad de ecosistemas naturales. Además, la riqueza cultural del país es un atractivo importante para los turistas, con una amplia variedad de festivales, música, bailes y arte.
- **Patrimonio histórico y arquitectónico:** Colombia cuenta con una rica historia y patrimonio arquitectónico, con numerosas ciudades coloniales como Cartagena de Indias, Santa Marta y Villa de Leyva, que ofrecen a los visitantes una experiencia única.
- **Gastronomía:** La gastronomía colombiana es una mezcla de sabores, influencias indígenas, africanas y españolas, con platos típicos como el ajiaco, el sancocho y la bandeja paisa. La variedad de platos y sabores es un atractivo importante para los turistas gastronómicos.
- **Turismo de naturaleza:** Colombia cuenta con una amplia oferta de turismo de naturaleza, que incluye parques nacionales, reservas naturales, playas, montañas, ríos y lagos. Algunos de los destinos naturales más destacados son el Parque Nacional Natural Tayrona, el Cañón del Chicamocha y la Sierra Nevada de Santa Marta.

- **Turismo de aventura:** El turismo de aventura en Colombia es una experiencia emocionante y desafiante que incluye deportes extremos como el parapente, el rafting, el senderismo y el surf. Destinos como San Gil, Villa de Leyva y Medellín son ideales para los amantes de la adrenalina.
- **La amabilidad y hospitalidad de los colombianos:** Colombia es conocida por su gente amable, acogedora y hospitalaria. Los turistas que visitan el país suelen destacar la calidez de los colombianos y su disposición a ayudar y hacer sentir a los visitantes como en casa.
- **El clima:** Colombia cuenta con un clima tropical y cálido en la mayor parte del territorio, lo que lo convierte en un destino atractivo durante todo el año. Además, debido a la variedad geográfica del país, es posible encontrar diferentes climas en diferentes regiones, lo que permite a los turistas escoger el destino más adecuado según sus preferencias.
- **Precios accesibles:** A pesar del creciente interés turístico en Colombia, los precios suelen ser más accesibles que en otros destinos turísticos de la región. Esto hace que Colombia sea una opción atractiva para turistas que buscan un destino asequible.
- **La seguridad:** Aunque la seguridad sigue siendo un desafío en algunas zonas del país, Colombia ha realizado importantes avances en materia de seguridad en los últimos años, lo que ha contribuido a mejorar la imagen del país como destino turístico seguro.

Respecto a lo anterior, se puede inferir que la diversidad geográfica y cultural, el patrimonio histórico y arquitectónico, la gastronomía, el turismo de naturaleza y el turismo de aventura son algunas de las características que hacen de Colombia un destino turístico atractivo para los visitantes nacionales e internacionales, sin desconocer la amabilidad y hospitalidad de los colombianos, el clima cálido y tropical, los precios accesibles y la seguridad son algunos de

los factores que hacen de Colombia un destino turístico atractivo y que lo diferencian de otros destinos en la región.

5.2.1.2. Referentes sobre la evolución del turismo en Colombia.

La evolución del turismo en el país ha sido notable en los últimos años, con un aumento constante en la llegada de turistas nacionales e internacionales. Los indicadores así lo demuestran con tendencia ascendente en todos los aspectos, pero aún falta camino por recorrer.

Presentaremos a continuación, algunas de las características puntuales de esta evolución:

- **Crecimiento sostenido del turismo:** En la última década, Colombia ha experimentado un crecimiento sostenido del turismo, con un aumento en la llegada de turistas nacionales e internacionales. En 2019, el país recibió más de 4,5 millones de turistas internacionales, lo que representó un aumento del 2,7% con respecto al año anterior, como dijimos anteriormente y aumentando para el 2022.
- **Diversificación de los mercados emisores:** En los últimos años, Colombia ha logrado diversificar los mercados emisores de turistas, reduciendo su dependencia de países como Estados Unidos y Venezuela. Actualmente, los principales mercados emisores de turistas a Colombia son Estados Unidos, Argentina, Brasil, México y Chile.
- **Mejora en la infraestructura turística:** En los últimos años, Colombia ha realizado importantes inversiones en infraestructura turística, incluyendo la construcción de nuevos hoteles, aeropuertos, carreteras y otros servicios turísticos. Esto ha permitido mejorar la calidad de los servicios turísticos y ampliar la oferta de destinos y actividades.
- **Mayor promoción del turismo:** El gobierno colombiano ha realizado una importante inversión en la promoción del turismo en el país, con campañas publicitarias en medios

internacionales y participación en ferias y eventos turísticos de todo el mundo. Además, se han implementado políticas y programas para fomentar el turismo interno.

- **Desarrollo del turismo sostenible:** Colombia ha dado importantes pasos para desarrollar el turismo sostenible, promoviendo prácticas responsables en el manejo de los recursos naturales y culturales y en la gestión de los destinos turísticos. Esto ha permitido reducir el impacto ambiental y social del turismo y ha contribuido a la conservación de la biodiversidad y el patrimonio cultural del país.

- **Mayor diversificación de la oferta turística:** En los últimos años, Colombia ha ampliado su oferta turística, incorporando nuevos destinos y actividades que van más allá de los tradicionales turismos de sol y playa y turismo de negocios. Se han desarrollado, por ejemplo, turismo de aventura, turismo rural, turismo cultural, turismo de naturaleza y turismo de salud, entre otros.

- **Mayor inversión en el sector turístico:** Colombia ha logrado atraer importantes inversiones nacionales e internacionales en el sector turístico, lo que ha permitido la creación de nuevos negocios y servicios turísticos y ha contribuido a la generación de empleo y desarrollo económico en el país.

- **Aumento en la calidad y formación de los servicios turísticos:** La industria turística en Colombia ha avanzado en la mejora de la calidad y la formación de los servicios turísticos, con la implementación de programas de capacitación y certificación de competencias en distintos ámbitos del sector turístico.

- **Incorporación de tecnología en el turismo:** Colombia ha incorporado nuevas tecnologías en el sector turístico, como la implementación de plataformas de reservas en línea, la

utilización de redes sociales para la promoción turística y la implementación de soluciones tecnológicas para mejorar la experiencia de los turistas en los destinos.

Así las cosas, la evolución del turismo en Colombia ha sido notable en los últimos años, con un crecimiento sostenido, una diversificación de los mercados emisores, una mejora en la infraestructura turística, una mayor promoción del turismo y un enfoque en el turismo sostenible. Estos factores han contribuido a posicionar a Colombia como un destino turístico atractivo y competitivo en la región.

También podemos decir que la evolución del turismo en Colombia ha sido impulsada por la diversificación de la oferta turística, la mayor inversión en el sector, la mejora en la calidad y formación de los servicios turísticos y la incorporación de tecnología en el turismo. Estos factores han permitido que Colombia consolide su posición como uno de los destinos turísticos más atractivos de la región.

Por último, mencionaremos algunas **características puntuales de los desafíos** que Colombia enfrenta como destino turístico, a pesar de los avances en la evolución del turismo que se ha tenido, aún existen importantes cosas por mejorar que enfrenta el país para consolidarse como un destino turístico sostenible y competitivo:

- **Seguridad:** Uno de los mayores desafíos que enfrenta Colombia como destino turístico es la seguridad. A pesar de los avances en la reducción de la violencia y el aumento de la seguridad en el país, aún persisten preocupaciones en este aspecto, especialmente en zonas rurales y regiones fronterizas.
- **Infraestructura:** Aunque ha habido importantes mejoras en la infraestructura turística, aún existen limitaciones en algunas zonas del país, como en las áreas rurales y en los destinos

emergentes. También existen desafíos en la conectividad aérea y terrestre, lo que dificulta el acceso a algunos destinos turísticos.

- **Competitividad:** Colombia se enfrenta a una creciente competencia de otros destinos turísticos en la región, lo que puede afectar su capacidad para atraer turistas. Para ser más competitivos, es necesario seguir mejorando la calidad de los servicios turísticos, la oferta de destinos y actividades, y la promoción del turismo en el país.
- **Sostenibilidad:** A pesar de los esfuerzos para desarrollar un turismo sostenible, aún existen desafíos en la gestión de los recursos naturales y culturales, y en el manejo de los impactos ambientales y sociales del turismo. Es necesario seguir trabajando en políticas y prácticas responsables que permitan el desarrollo turístico sostenible y la protección del patrimonio natural y cultural del país.
- **Promoción turística:** A pesar de los esfuerzos por promover el turismo en Colombia, aún existen oportunidades para mejorar la promoción turística del país en el extranjero. Se necesitan estrategias de promoción más efectivas que permitan posicionar a Colombia como un destino turístico atractivo y seguro en el mundo.
- **Impuestos:** El sector turístico en Colombia enfrenta altas tasas impositivas, lo que puede dificultar el crecimiento y desarrollo del sector y afectar la competitividad del país como destino turístico.
- **Cultura de servicio:** A pesar de los avances en la calidad y formación de los servicios turísticos, aún existen desafíos en la cultura de servicio y en la atención al cliente en algunos destinos turísticos. Es necesario seguir trabajando en mejorar la cultura de servicio y la atención al cliente en el sector turístico.

- **Turismo comunitario:** Colombia tiene una rica diversidad cultural y una amplia oferta turística en zonas rurales, lo que presenta una oportunidad para el desarrollo del turismo comunitario. Sin embargo, aún existen desafíos en la promoción y el desarrollo de este tipo de turismo, lo que puede afectar la inclusión social y el desarrollo sostenible en estas zonas.
- **Innovación:** El sector turístico en Colombia necesita seguir innovando para adaptarse a los cambios en las preferencias y necesidades de los turistas, y para aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología. Es necesario seguir impulsando la innovación en el sector turístico para mejorar la oferta turística y la experiencia de los turistas en los destinos.

En síntesis, Colombia enfrenta importantes desafíos en la consolidación de su posición como destino turístico sostenible y competitivo. Estos desafíos incluyen la seguridad, la infraestructura, la competencia, la sostenibilidad y la promoción turística, impuestos, la cultura de servicio, el turismo comunitario y la innovación son otros desafíos importantes que enfrenta el turismo en Colombia. Para consolidar su posición como destino turístico sostenible y competitivo, por eso se hace necesario seguir trabajando en políticas y prácticas que permitan abordar estos desafíos y consolidar a Colombia como un destino turístico atractivo y sostenible en la región y en el mundo.

No podemos desconocer que el sector turístico en Colombia tiene un gran potencial para seguir creciendo y generando empleo e ingresos para la economía del país. Para lograrlo, es necesario seguir trabajando en la mejora de la infraestructura turística, la diversificación de la oferta y la garantía de la seguridad de los turistas en todo el territorio nacional.

5.2.2. *Benchmarking en el sector turístico: conceptos, ventajas y desventajas*

El benchmarking es una técnica de marketing y gestión empresarial que implica comparar y analizar el desempeño de una empresa o producto en relación con los de sus competidores

directos o con empresas líderes en su sector. El objetivo del benchmarking es identificar las mejores prácticas, estrategias y procesos utilizados por otras empresas para mejorar el rendimiento y la eficiencia de la empresa o producto en cuestión.

Todas las definiciones apuntan a que el benchmarking es una herramienta de gestión, que es un proceso continuo de medir y comparar, que siempre tiende a descubrir mejores prácticas, a buscar con referencia a otras empresas o conceptos mejores resultados empresariales, a ser más competitivos en el respectivo sector, y que tiene múltiples aplicaciones.

Según (Manene, 2014) sobre el “benchmarking: historial, definiciones, aplicaciones y beneficios” afirma que “La mayoría de los autores relaciona el benchmarking con la competitividad y la mejora empresarial, siendo “la empresa” su ámbito natural de aplicación. Sin embargo, los beneficios potenciales de su utilización hacen que se considere en otros ámbitos, como en las “organizaciones públicas”, y a otros niveles, “sectorial” y “de entorno” (regional, nacional e internacional). Ello complica la definición del concepto, pues se trata de una herramienta que posee múltiples posibilidades de aplicación, persigue objetivos diferentes en cada caso, y utiliza una metodología propia en cada ámbito.

El benchmarking entonces puede involucrar la comparación de una amplia variedad de factores, como la calidad de los productos, la atención al cliente, la estrategia de precios, la eficiencia operativa y la gestión de recursos humanos. Al comparar estos factores con los de otras empresas líderes, se puede identificar áreas de mejora y oportunidades para implementar cambios positivos.

El benchmarking puede ser interno (comparando diferentes departamentos o unidades de la misma empresa) o externo (comparando la empresa con otras empresas del mismo sector o

industria). También puede ser formal o informal, y puede incluir el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como entrevistas y observaciones directas.

Para (Fran, 2021) en su artículo “Tipos de benchmarking: interno, externo, funcional e integral” y que el objetivo es lograr “una óptima eficacia aprendiendo de las mejores empresas, para ayudar a la propia a definir a donde quiere llegar” ...y que se puede trabajar tanto en lo interno como externo de la organización siendo funcional e integral.

Además de identificar áreas de mejora y oportunidades de cambio, el benchmarking también puede proporcionar una valiosa información sobre las tendencias y las mejores prácticas del mercado, lo que puede ayudar a la empresa a mantenerse actualizada y competitiva.

Es importante destacar que el benchmarking no es una estrategia de copiar lo que hacen otras empresas, sino más bien una herramienta para aprender de ellas y adaptar sus mejores prácticas a la empresa en cuestión. Por lo tanto, es esencial que la empresa que realiza el benchmarking tenga en cuenta sus propias capacidades, recursos y objetivos antes de implementar cualquier cambio.

“Un benchmarking eficaz permite identificar las áreas de crecimiento y favorece la mejora continua. Es una parte importante de la planificación estratégica porque ayuda a entender tu posición en tu mercado específico y a compararte con tus competidores directos.

El benchmarking puede mejorar tus procesos internos y tu presencia digital, así como aportar información que ayude a la alta dirección a tomar decisiones mejor informadas”, así define el blog Similarweb sobre el propósito que tiene el benchmarking en las organizaciones (Winik, Research, & Specialist, 2022)

Respecto al Benchmarking en el sector turístico, se puede decir que es una herramienta muy útil para esta industria, ya que puede aplicarse en diferentes áreas, tales como:

- **Servicio al cliente:** El servicio al cliente es fundamental en el sector turístico y el benchmarking puede ayudar a las empresas a comparar sus servicios con los de otras empresas líderes en el sector. Esto puede permitir a las empresas turísticas identificar áreas en las que deben mejorar y aprender de las mejores prácticas de otras empresas.
- **Precios y ofertas:** El benchmarking también puede ser utilizado para comparar los precios y ofertas de diferentes empresas turísticas. Esto puede ayudar a las empresas a establecer precios competitivos y atractivos para sus productos y servicios turísticos.
- **Promoción y marketing:** El benchmarking también puede ser útil para comparar las estrategias de promoción y marketing de diferentes empresas turísticas. Esto puede ayudar a las empresas a identificar las mejores prácticas de marketing y adaptarlas a su propia estrategia.
- **Gestión de recursos humanos:** La gestión de recursos humanos es importante en cualquier empresa, pero en el sector turístico es especialmente importante debido a que el personal de servicio al cliente es la cara de la empresa ante los clientes. El benchmarking puede ayudar a las empresas a comparar sus prácticas de gestión de recursos humanos con las de otras empresas líderes y aprender de las mejores prácticas.

Además de las áreas mencionadas anteriormente, el benchmarking también se puede aplicar en otros aspectos del sector turístico, como:

- **Gestión de destinos turísticos:** El benchmarking puede ser útil para comparar la gestión y promoción de destinos turísticos con otros destinos turísticos líderes en el mercado. Esto puede ayudar a los destinos turísticos a identificar áreas en las que deben mejorar para atraer a más visitantes y ser más competitivos.
- **Innovación en productos y servicios:** El sector turístico está en constante evolución y las empresas deben innovar y adaptarse a las necesidades y preferencias de los turistas. El

benchmarking puede ser útil para comparar la innovación en productos y servicios turísticos con otras empresas líderes en el mercado.

- **Sostenibilidad:** La sostenibilidad es una tendencia cada vez más importante en el sector turístico, y el benchmarking puede ser útil para comparar las prácticas sostenibles de diferentes empresas turísticas. Esto puede ayudar a las empresas a identificar áreas en las que deben mejorar y aprender de las mejores prácticas sostenibles de otras empresas.

5.2.2.1. Ventajas del benchmarking en el sector turístico.

El benchmarking es una herramienta útil para el sector turístico, ya que permite a las empresas comparar su desempeño con el de otras empresas similares y mejorar sus procesos y servicios en consecuencia. Algunas de las ventajas del benchmarking en el sector turístico incluyen:

- **Mejora de la calidad del servicio:** Al comparar el desempeño con otras empresas del mismo sector, las empresas pueden identificar áreas en las que necesitan mejorar y hacer ajustes para mejorar la calidad del servicio que ofrecen.
- **Identificación de mejores prácticas:** Al estudiar las prácticas de las empresas líderes del sector turístico, las empresas pueden aprender de ellas y aplicar las mejores prácticas en su propio negocio.
- **Identificación de oportunidades de innovación:** Al estudiar las tendencias y prácticas emergentes en el sector turístico, las empresas pueden identificar oportunidades de innovación para mejorar sus servicios y atraer a más clientes.
- **Reducción de costos:** Al comparar los costos y procesos con los de otras empresas, las empresas pueden identificar oportunidades para reducir costos y mejorar su rentabilidad.

- **Identificación de fortalezas y debilidades:** Al comparar el desempeño con otras empresas del mismo sector, las empresas pueden identificar sus fortalezas y debilidades y desarrollar estrategias para mejorar su competitividad.

Además de las ventajas mencionadas anteriormente, el benchmarking también puede ayudar a las empresas del sector turístico a:

- **Identificar nuevas oportunidades de mercado:** Al estudiar las estrategias y prácticas de las empresas líderes del sector turístico, las empresas pueden identificar nuevas oportunidades de mercado y desarrollar estrategias para atraer a más clientes.

- **Mejorar la satisfacción del cliente:** Al comparar su desempeño con el de otras empresas y aplicar las mejores prácticas, las empresas pueden mejorar la satisfacción del cliente y fidelizar a sus clientes actuales.

- **Mejorar la gestión y toma de decisiones:** Al recopilar y analizar datos sobre el desempeño y las prácticas de otras empresas del sector turístico, las empresas pueden mejorar la gestión y toma de decisiones basadas en información confiable.

- **Fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos:** El benchmarking puede fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos entre empresas del mismo sector, lo que puede llevar a la creación de redes y alianzas estratégicas.

5.2.2.2. Desventajas del benchmarking en el sector turístico.

Aunque el benchmarking puede proporcionar muchas ventajas, también hay algunas desventajas que se deben tener en cuenta. Algunas de ellas son:

- **Dificultad para encontrar empresas comparables:** Puede ser difícil encontrar empresas comparables en términos de tamaño, ubicación, tipo de servicio, entre otros factores, lo que puede dificultar la comparación y análisis de los datos.

- **Dificultad para obtener información precisa:** Puede ser difícil obtener información precisa y completa sobre otras empresas, ya que pueden ser reacias a compartir datos confidenciales o no tener una estructura de datos estandarizada.
- **Falta de adaptabilidad:** Las empresas pueden copiar estrategias y prácticas de otras empresas sin tener en cuenta sus propias circunstancias únicas, lo que puede llevar a resultados subóptimos.
- **Costos y tiempo:** El proceso de benchmarking puede ser costoso y consumir mucho tiempo, especialmente si se requiere viajar a otras empresas para obtener información.
- **Falta de enfoque en la innovación:** La concentración en comparar con lo que ya se está haciendo en el mercado puede limitar la capacidad de la empresa para innovar y desarrollar nuevos productos y servicios.

5.2.3. Aspectos sociales de los destinos turísticos: oportunidades para mejorar la oferta turística y aumentar la competitividad de su destino.

Incluir un análisis comparativo de la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022, referente a los aspectos sociales es importante por varias razones.

En primer lugar, este tipo de análisis permite entender mejor la situación actual de cada destino turístico en términos de inclusión social y justicia. Al comparar los diferentes aspectos sociales de cada destino, como la accesibilidad para personas con discapacidades, la diversidad cultural y la igualdad de género, podemos identificar fortalezas y debilidades en cada lugar y determinar qué áreas necesitan más atención y mejora.

En segundo lugar, el análisis comparativo también puede ser una herramienta útil para los turistas que buscan destinos que promuevan la inclusión social. Los turistas que valoran la

igualdad de oportunidades y la diversidad cultural pueden utilizar esta información para elegir destinos que estén más comprometidos con estos valores.

En tercer lugar, el análisis comparativo puede ser útil para los empresarios y gestores turísticos, ya que les permite identificar oportunidades para mejorar la oferta turística de su destino y aumentar su competitividad. Si un destino turístico se destaca en términos de inclusión social y diversidad, es más probable que atraiga a un público más amplio y diverso, lo que puede tener un impacto positivo en el turismo y en la economía local.

Además, incluir un análisis comparativo de la oferta turística en estos destinos durante 2022 referente a los aspectos sociales puede ayudar a promover una mayor conciencia y compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad social en la industria turística. Al resaltar la importancia de la inclusión social y la diversidad en la oferta turística, se puede fomentar un enfoque más ético y consciente del turismo en general.

Por último, el análisis comparativo también puede ser una herramienta para medir el progreso y el impacto de las iniciativas y políticas en materia de inclusión social y justicia en cada destino turístico. Al comparar los resultados, se pueden identificar tendencias y evaluar la efectividad de las medidas implementadas.

5.2.4. Aspectos Culturales de los destinos turísticos: una oportunidad para mejorar la oferta turística cultural de las ciudades

Incluir un análisis comparativo de la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022, referente a los aspectos culturales es igualmente importante por varias razones.

En primer lugar, este tipo de análisis permite entender mejor la diversidad cultural y el patrimonio cultural de cada destino turístico. Cada destino tiene su propia identidad cultural y

patrimonio, y al comparar la oferta turística en términos de aspectos culturales, se puede identificar lo que hace único a cada destino y cómo se está promoviendo y protegiendo su patrimonio cultural.

En segundo lugar, el análisis comparativo puede ser una herramienta útil para los turistas que buscan experiencias culturales auténticas. Los turistas interesados en la historia, la arquitectura, las artes y las tradiciones culturales pueden utilizar esta información para elegir destinos que ofrezcan una experiencia cultural auténtica y significativa.

En tercer lugar, el análisis comparativo puede ser útil para los empresarios y gestores turísticos, ya que les permite identificar oportunidades para mejorar la oferta turística cultural de su destino y aumentar su competitividad. Si un destino turístico se destaca en términos de su riqueza cultural y patrimonial, es más probable que atraiga a un público más amplio y diverso interesado en las experiencias culturales.

El análisis comparativo también puede ayudar a promover una mayor conciencia y compromiso con la protección y promoción del patrimonio cultural de cada destino turístico. Al resaltar la importancia de la riqueza cultural y patrimonial de cada lugar, se puede fomentar un enfoque más respetuoso y consciente del turismo en general.

Además, puede ser una herramienta útil para la planificación del turismo cultural en Colombia. Al identificar las fortalezas y debilidades de cada destino turístico en términos de su oferta cultural, se pueden desarrollar estrategias y planes de acción para promover y proteger el patrimonio cultural de cada lugar.

Es importante destacar que el turismo cultural puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible de un destino turístico. El turismo cultural puede generar empleo, promover

la diversidad cultural y el diálogo intercultural, y contribuir a la conservación y protección del patrimonio cultural.

Por último, el análisis comparativo puede ser una herramienta para evaluar el impacto del turismo en el patrimonio cultural y la identidad de cada destino. Al comparar los resultados de diferentes años, se pueden identificar tendencias y evaluar el efecto de las iniciativas y políticas implementadas en cada lugar.

5.2.5. Aspectos económicos de los destinos turísticos: una oportunidad para diversificar la oferta y atraer nuevos segmentos de mercado

Incluir un análisis comparativo de la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022, referente a los aspectos económicos es importante por varias razones.

En primer lugar, este tipo de análisis permite entender mejor el impacto económico del turismo en cada destino turístico. El turismo puede ser una importante fuente de ingresos y empleo para una región o ciudad, y al comparar la oferta turística en términos de aspectos económicos, se puede identificar la contribución del turismo al desarrollo económico de cada lugar.

En segundo lugar, el análisis comparativo puede ser una herramienta útil para los empresarios y gestores turísticos, ya que les permite identificar oportunidades de inversión y mejora de la oferta turística en su destino. Si un destino turístico está experimentando un crecimiento económico significativo gracias al turismo, es más probable que atraiga nuevas inversiones y oportunidades de negocio.

En tercer lugar, el análisis comparativo puede ser útil para los turistas que buscan destinos turísticos que ofrezcan una buena relación calidad-precio. Al comparar los precios y la calidad de

la oferta turística en cada lugar, los turistas pueden tomar decisiones informadas y planificar sus viajes de manera más efectiva.

El análisis comparativo también puede ayudar a identificar los retos y oportunidades que enfrenta el sector turístico en cada lugar. Al identificar las fortalezas y debilidades de cada destino turístico en términos económicos, se pueden desarrollar estrategias y planes de acción para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector turístico en general.

Es importante mencionar que el análisis comparativo de la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022 referente a los aspectos económicos puede ayudar a los responsables de la toma de decisiones a desarrollar políticas y estrategias más efectivas para promover el desarrollo sostenible del turismo.

El turismo puede tener un impacto significativo en la economía local, incluyendo la creación de empleo y la generación de ingresos para los residentes. Sin embargo, también puede tener impactos negativos, como la gentrificación, la explotación laboral y el aumento de los precios de los bienes y servicios locales. Al comparar los aspectos económicos de la oferta turística en diferentes destinos, se pueden identificar las mejores prácticas y estrategias para mitigar los impactos negativos y maximizar los beneficios económicos del turismo.

Además, el análisis comparativo puede ayudar a los destinos turísticos a diversificar su oferta y atraer nuevos segmentos de mercado, lo que puede contribuir a aumentar la resiliencia del sector turístico ante cambios en las condiciones económicas y sociales. Por ejemplo, al comparar la oferta turística en términos de precios y calidad, se pueden identificar oportunidades para atraer turistas que buscan experiencias auténticas, sostenibles y culturales.

5.2.6. Aspectos ambientales de los destinos turísticos: una oportunidad para contribuir significativamente al desarrollo sostenible

Incluir un análisis comparativo de la oferta turística en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022 referente a los aspectos ambientales es fundamental para comprender la sostenibilidad del turismo en cada destino turístico. Los impactos ambientales del turismo pueden tener consecuencias graves para el medio ambiente y la calidad de vida de los residentes, lo que puede afectar la viabilidad a largo plazo del sector turístico.

En primer lugar, el análisis comparativo puede ayudar a identificar los impactos ambientales del turismo en cada destino turístico, como la contaminación del aire y el agua, la generación de residuos, la degradación del paisaje y la erosión de la biodiversidad. Al comprender la magnitud y la naturaleza de estos impactos, se pueden desarrollar estrategias y planes de acción para mitigarlos y reducirlos.

En segundo lugar, el análisis comparativo puede ayudar a identificar las mejores prácticas y políticas para fomentar un turismo más sostenible. Por ejemplo, se pueden identificar iniciativas y programas de turismo responsable que promuevan la gestión sostenible de los recursos naturales, la conservación del patrimonio cultural y la inclusión social.

En tercer lugar, el análisis comparativo puede ser una herramienta útil para los turistas que buscan destinos turísticos que respeten el medio ambiente y promuevan prácticas sostenibles. Al comparar la oferta turística en términos de su impacto ambiental, los turistas pueden tomar decisiones informadas y optar por destinos y proveedores de servicios turísticos que promuevan prácticas sostenibles.

El análisis comparativo también puede ser útil para los empresarios y gestores turísticos, ya que les permite identificar oportunidades de negocio y mejora de la oferta turística en su

destino. Si un destino turístico está comprometido con la sostenibilidad ambiental, es más probable que atraiga turistas responsables y empresas turísticas que promuevan prácticas sostenibles.

Es importante mencionar que el análisis comparativo de la oferta turística en términos ambientales puede contribuir al cumplimiento de los objetivos globales de desarrollo sostenible, como los objetivos de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. En particular, el objetivo 12 se enfoca en garantizar un consumo y producción sostenibles, mientras que el objetivo 14 se enfoca en conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

El turismo es un sector importante para el desarrollo económico y la generación de empleo, pero también puede tener incidencias negativas en el medio ambiente y la sociedad. Por lo tanto, es fundamental abordar estos impactos y promover prácticas sostenibles en el sector turístico para garantizar su viabilidad a largo plazo. El análisis comparativo de la oferta turística en términos ambientales es una herramienta útil para lograr este objetivo y puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

5.2.7. Oferta y demanda turística desde un punto de vista de benchmarking

Este tema abarcará una descripción detallada de la oferta turística de cada ciudad, como actividades recreativas y de entretenimiento que se ofrecen, incluyendo asimismo la oferta cultural, gastronómica, de naturaleza, de aventura, entre otras.

En esta sección de la investigación igualmente reseñaremos algunos enlaces donde se puede apreciar los diferentes destinos turísticos que un turista puede visitar.

5.2.7.1. Santa Marta:

La ciudad de Santa Marta, ubicada en la costa caribeña de Colombia y capital del departamento del Magdalena, ofrece una amplia variedad de productos y servicios turísticos para sus visitantes, entre los cuales podemos mencionar:

- **Playas:** Santa Marta cuenta con una gran cantidad de playas de arena blanca y agua cristalina y reconocidas a nivel nacional e internacional, como El Rodadero, Taganga, Playa Blanca, entre otras.

Las diferentes empresas que intervienen directa o indirectamente en el turismo así lo demuestran y en las páginas especializadas en el tema referencian las diferentes playas que un turista o visitante local puede visitar. Un ejemplo, es un artículo donde relacionan las mejores playas de la capital del Magdalena y enumera más de 20 de ellas con una reseña de las bondades que puede ofrecer. Enumeramos algunas como el Rodadero, Playa Arrecifes, La Piscina, Buritaca, Nenguanje, Casa Grande y Pozos Colorados (MINCIT , 2023).

Además, Santa Marta cuenta con playas para todos los gustos, desde las más tranquilas hasta las más agitadas. Se pueden realizar actividades como el buceo, el snorkeling, el kayak y el paddleboarding.

- **Parques naturales:** La ciudad está rodeada de hermosos parques naturales como el Parque Nacional Natural Tayrona, la Sierra Nevada de Santa Marta y la Ciénaga Grande de Santa Marta, donde se pueden realizar actividades como caminatas, avistamiento de aves y fauna silvestre, entre otras (MINCIT , 2023).

A través de la Unidad Administrativa Espacial adscrita a este organismo Parques Nacionales Naturales de Colombia y encargada de la administración y conservación de estas áreas protegidas, se encuentra una descripción detallada de cada lugar.

Allí se indica cómo llegar, actividades y servicios ecoturísticos, información de fauna, flora, hidrografías y comunidades, más ecosistemas y servicios ambientales.

- **Turismo cultural:** Santa Marta cuenta con una rica historia y cultura, que se refleja en lugares como el Museo del Oro Tairona, la Quinta de San Pedro Alejandrino, la Catedral de Santa Marta, entre otros.

Es otra alternativa que tiene el turista como un atractivo turístico más que cuenta la capital del Magdalena. “No hay viaje completo a la bahía más hermosa de América sin tomar el sol en las playas del rodadero o sin visitar la quinta en donde Bolívar cerró sus ojos para siempre, edificación declarada Monumento Nacional Histórico porque entre sus muros quedó plasmado un capítulo especial de la historia del país”, comentario de Colombia.com y portal web que se respete no deja de mencionar este atractivo turístico cultural o el Museo de Oro Tairona, entre otros (Redacción Turismo, 2019)

- **Turismo gastronómico:** La gastronomía de Santa Marta es muy variada y rica en sabores, con platos típicos como el arroz con coco, el sancocho de pescado y el ceviche.

Otra opción, complementaria a visitar una playa o asistir a una actividad turística es experimentar los distintos sabores de la gastronomía de Santa Marta. El visitante encontrará la más diversa variedad de platos tanto autóctonos como comida internacional. “Se destacan fritos, sancochados o sudados de peces como pargo, mojarra, jurel y sierra. No faltan la carne, el arroz, la yuca, el plátano y el guineo o banano” (Colombiaco, 2023)

- **Deportes acuáticos:** Los deportes acuáticos son muy populares en Santa Marta, y se pueden practicar actividades como el surf, el windsurf, el kitesurf, el paddleboarding, entre otros.

Santa Marta es ideal para este tipo de actividad turística. En internet se puede encontrar las diferentes alternativas que ofrece la ciudad para este tipo de recreación turística (Technocio, 2022)

- **Paseos en barco:** Santa Marta ofrece, gracias a sus innumerables costas y playas, la actividad de un paseo por las cálidas aguas de mar Caribe y disfrutar del paisaje en lancha, botes y veleros.

Se puede apreciar las diferentes alternativas para este tipo de actividad (Tripadvisor, 2023)

No podemos dejar de mencionar los cruceros que llegan de otros países atrayendo de ese modo a cientos de pasajeros internacionales que pueden observar y disfrutar de una ciudad como es Santa Marta.

- **Turismo de aventura:** En Santa Marta se pueden realizar actividades de turismo de aventura como el rafting, el parapente, el bungee jumping, entre otras.

Entre los lugares que se encuentran están Canyoning o barranquismo en Minca, corregimiento de Santa Marta, el buceo en diferentes playas de la capital del Magdalena, como Cinto o Gairaca, o Canopy en Playa Blanca (Instituto de Turismo, 2022)

- **Turismo de compras:** La ciudad cuenta con una gran cantidad de tiendas y mercados donde se pueden adquirir productos artesanales y souvenirs.

Santa Marta es una ciudad muy apreciada para adquirir artesanías autóctonas de la región, además de ropa de uso tradicional. En esta página web de Tripadvisor, por ejemplo, se podrá encontrar los lugares donde puede realizar compras y llevarse un precioso recuerdo de la ciudad (Tripadvisor, 2023)

- **Ecoturismo:** Santa Marta es una región rica en biodiversidad, por lo que se pueden realizar recorridos ecológicos en los parques naturales cercanos, como el Tayrona, la Sierra Nevada de Santa Marta y la Ciénaga Grande de Santa Marta.

Estación Experimental San Lorenzo, Parque Arqueológico de Teyuna apodado “Ciudad Perdida”, Taranga, Minca, Ciudad Perdida, entre otros lugares para practicar turismo de ecoturismo (Calderon J. , 2020)

También existen otras actividades para el turista, como:

- **Turismo de salud y bienestar:** La ciudad ofrece diversos centros de bienestar y spas donde los visitantes pueden relajarse y disfrutar de tratamientos de salud y belleza. Un turismo que coge cada día mayor auge y Santa Marta se convierte en un lugar ideal para descansar, reposar y ser atendido en temas de salud (MediosDoc, 2022)

- **Turismo de convenciones:** Santa Marta cuenta con modernos centros de convenciones y una amplia oferta de hoteles para el turismo de negocios y convenciones (Portafolio, 2021)

- **Turismo religioso:** La ciudad cuenta con varias iglesias y santuarios, como la Catedral de Santa Marta y el Santuario de Nuestra Señora del Carmen, que atraen a muchos turistas religiosos.

La Catedral Basílica de Santa Marta, es otro de los sitios que un turista puede visitar y apreciar la espléndida arquitectura que ofrece la ciudad (El Informador, 2018)

- **Turismo de observación de aves:** La región de Santa Marta es un destino importante para los amantes de la observación de aves, ya que alberga una gran variedad de especies exóticas y endémicas (Ecoturismo, 2010)

- **Vida nocturna:** La ciudad cuenta con una amplia variedad de bares, discotecas y restaurantes donde se pueden disfrutar de la música y la gastronomía local.

Hay para todos los gustos tanto en el casco urbano como en la periferia. (Visit Santa Marta, 2022), por ejemplo, se puede recorrer el malecón en la bahía de Santa Marta, visitar el centro histórico, desplazarse a El Rodadero donde el turista encontrará un sinnúmero de actividades nocturnas, o ir a Taganga y disfrutar del ambiente samario o ver este corregimiento desde un velero.

La oferta turística de la ciudad de Santa Marta entonces es muy diversa y ofrece una amplia variedad de productos y servicios para todos los gustos y presupuestos, y van desde el turismo de playa y aventura hasta el turismo religioso y de salud y bienestar.

5.2.7.2. Cartagena:

Cartagena de Indias es una ciudad ubicada en la costa caribeña de Colombia que cuenta con una amplia variedad de productos y servicios turísticos para sus visitantes., entre ellos podemos mencionar:

- **Centro histórico:** Cartagena tiene un centro histórico muy bien conservado que fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1984. y fue el primer sitio del país inscrito en la lista de Patrimonio (Mincultura, 2022). En este lugar se pueden visitar monumentos históricos como la Torre del Reloj, la Plaza de Bolívar y el Castillo de San Felipe (Ministerio de Cultura, 2023)
- **Playas:** La ciudad cuenta con varias playas paradisíacas y arrecifes de coral, algunas de las más conocidas son Playa Blanca, Islas del Rosario, Bocagrande y La Boquilla. En estas playas se pueden realizar actividades como natación, buceo y deportes acuáticos como el Kayak · Kitesurf, Windsurf, Surf, Paddle Board, Snorkel y el snorkeling.

Es un destino de amplio reconocimiento a nivel mundial que es visitado por turistas extranjeros y, obviamente, para los connacionales es uno de los lugares preferidos para pasar sus vacaciones.

Las diferentes agencias de viaje reseñan las mejores playas del mar Caribe que un turista puede disfrutar y en donde puede escoger un sinnúmero de ellas, además de las ya mencionadas están Castillo Grande, Punta Arenas, Barú, Tierra Bomba, El Laguito, San Bernardo, entre otras (Costa Editorial Staff, 2023)

- **Turismo cultural:** Cartagena es una ciudad llena de cultura e historia, que se refleja en lugares como el Palacio de la Inquisición, el Museo del Oro Zenú, el Museo Naval del Caribe, entre otros.

Existen planes para que un turista pueda disfrutar de la rica diversidad cultural que cuenta la capital de Bolívar, y entre ellos un recorrido por las famosas murallas erigidas frente al mar Caribe, la llamada “ruta de Gabo”, o sitios alrededor de la ciudad que muestran la riqueza cultural de las comunidades con sus rasgos únicos y distintivos o un recorrido hasta Palenque de San Basilio, un corregimiento que muestra la idiosincrasia del primer pueblo libre de la esclavitud y fundado por africanos y reconocido como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (Procolombia, 2022)

- **Turismo gastronómico:** Recorrer esta bellísima ciudad permite, además de disfrutar de sus playas y la arquitectura, la oportunidad de degustar los platos típicos de la región al igual que la gastronomía internacional.

La gastronomía de Cartagena es muy variada y rica en sabores, con platos típicos como el arroz con coco, la langosta, el ceviche, pescado frito en todas sus variedades y especies como pargo o mojarra, patacones, el bollo, sin olvidar la arepa de huevo, entre otros.

“En el caso de la dulcería, se puede encontrar un repostería criolla que va desde la galleta griega, cazabes, alegría de coco con anís, torta de ñame, enyucados, plátanos picaros, cocadas, caballitos, hasta las jaleas tamarindo y corozo que abundan en época de Semana Santa; pero también se pueden encontrar en sitios como el Portal de los Dulces, en el Centro Histórico, o en puestos callejeros en el mismo lugar, donde personajes como las palenqueras aún preservan la culinaria de sus ancestros” así lo describe Liliana Díaz Mendoza en su artículo “Cultura y Gastronomía apuesta para el desarrollo económico de Cartagena” y nos muestra la riqueza de la dulcería local (Díaz L. , 2010)

- **Vida nocturna:** La ciudad cuenta con una amplia variedad de bares, discotecas y restaurantes donde se pueden disfrutar de la música y la gastronomía local.

Hay para todos los gustos y presupuestos en donde el turista puede recorrer la ciudad nocturna y encontrar además paseos en barco con cena incluida, cine, teatro y espectáculos de toda clase ofrecidos por hoteles y los entes locales (Vida nocturna en Cartagea de Indias, 2023)

- **Turismo de compras:** En Cartagena se pueden encontrar tiendas de artesanías y souvenirs, además de centros comerciales modernos y tiendas de marcas internacionales.

“En La Heroica, los centros comerciales, joyerías, boutiques y almacenes, abren las puertas a locales y turistas para que experimenten la gran variedad de ofertas, con la posibilidad de elegir entre diferentes estilos, formas, texturas, procedencia, diseñadores.”, así reseña un portal web sobre turismo y enumera los lugares donde puede visitar para realizar compras como Plaza Bocagandre, La Serrezuela y Centro Comercial Caribe Plaza, entre otros (Universal, 2023)

- **Turismo de aventura:** Se pueden realizar diversas actividades de turismo de aventura como el buceo, el snorkeling, el kitesurf, el parapente, entre otros.

En los diferentes portales web especializados en turismo describen este tipo de actividad turística y no únicamente para disfrutar playa, mar y sol, sino cabalgatas, paracaidismo y ciclo montañismo, sólo para mencionar algunas recreaciones en la ciudad de Cartagena (Lure Cartagena, 2023)

- **Turismo de convenciones:** La ciudad cuenta con modernos centros de convenciones y una amplia oferta de hoteles para el turismo de negocios y convenciones.

La ciudad heroica es famosa por ofrecer estos congresos y convenciones, y para ello cuenta con la infraestructura para realizar este tipo de actividades, como es el caso del Centro de Convenciones de Cartagena de Indias.

“Cartagena fue la ciudad de Colombia que más eventos albergó, 35, siguiendo a Bogotá, 46, y por encima de Medellín, 25. Esto generó divisas por más de US 84 millones y el gasto promedio de cada visitante fue de US 465,6. Además, la duración media de los encuentros fue de 3,6 días.”, según artículo de El Universal (El Universal, 2023)

- **Turismo religioso:** Cartagena cuenta con varias iglesias históricas, como la Catedral de Santa Catalina de Alejandría, que atraen a muchos turistas religiosos.

Sólo en el centro histórico de la ciudad se encuentran siete (7) iglesias de las cuales forman parte del patrimonio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -Unesco-.

Entre las inglesas más representativas se pueden mencionar la “Catedral Santa Catalina de Alejandría, Santuario de Pedro Claver, Convento De Santa Cruz de la Popa, Iglesia Santo Toribio, Templo Santo Domingo, Claustro San Agustín, Iglesia Nuestra Señora de las Mercedes (Ermita del Cabrero), Iglesia Tercera Orden, Iglesia María Auxiliadora, santísima Trinidad, entre

otras y según enumera la investigación “Propuesta de Turismo Religioso para diversificar la oferta turística de Cartagena (Castro & De Ávila, 2017)

Además, a lo largo del año se celebran todo tipo de actividades religiosas y espirituales, entre las que se destacan Semana Santa y la época de diciembre.

- **Turismo de bienestar:** La ciudad cuenta con spas y centros de bienestar donde se pueden disfrutar de tratamientos de salud y belleza.

Según un estudio de Booking.com y publicado por El Nuevo Siglo el turismo de bienestar es “cada vez más tendencia, donde los viajeros buscan experiencias que combatan el estrés laboral y social que viven a diario. En contraste con la forma en la que se vive actualmente, el turista de bienestar quiere tomarse su tiempo, estar en armonía con los demás y con el medio ambiente. Busca un estilo de vida saludable, incluso cuando está lejos de casa”. Tal apreciación es una de las conclusiones de la investigación y en donde la ciudad de Cartagena está dentro de las preferencias para realizar dicha actividad I (El Nuevo Siglo, 2023)

- **Turismo de bodas:** Cartagena es un destino muy popular para bodas, ya que cuenta con una gran cantidad de lugares con encanto para realizar ceremonias y recepciones, además de servicios especializados para la organización de eventos como el Baluarte Santa Clara y el Castillo de San Felipe de Barajas o la Catedral de Santa Catalina de Alejandría.

Para “World Travel Awards 2018, Cartagena se consolida como el mejor lugar para bodas en Suramérica”, afirmación extractada de Colombia Travel quien además describe la razón por la cual se celebra este tipo de actividad en la ciudad heroica: “es una ciudad como ninguna otra. Sus calles empedradas y coloridas, las hermosas playas en el mar Caribe y la arquitectura colonial española te transportarán a un lugar donde la historia y el romance se mezclan... lo hacen un escenario perfecto” (CoColombia Travel, 2023).

- **Turismo de eventos y fiestas:** La ciudad es sede de numerosos eventos culturales, deportivos y festividades durante todo el año, como el Festival Internacional de Música, el Festival Internacional de Cine, el Festival de Danza y el Hay Festival, concurso nacional de belleza, el gran fondo sprint gold Cartagena de ciclismo, boat show o el super héroes run, o las fiestas de la independencia, festival del pastel cartagenero, los premios India Catalina, fiestas de la Candelaria, entre otros (Colombia Travel & Vacations Group, 2023)

Turismo de cruceros, botes, veleros: No podemos dejar de mencionar el turismo de cruceros y en donde Cartagena es uno de los puertos más importantes del Caribe - recibe el 97 por ciento de los pasajeros que llegan por vía marítima a Colombia - (Grupo Puerto de Cartagena, 2023), por lo que un gran número de cruceros internacionales atracan en el Puerto, ofreciendo a los turistas la oportunidad de conocer la ciudad y sus alrededores, o los recorridos de botes, veleros y lanchas y, finalmente, encontramos el turismo de museos en el cual la ciudad cuenta con una amplia oferta de ellos, que incluyen el Museo de Arte Moderno, el Museo de Arte Colonial, el Museo de la Esmeralda, Muhca es un museo histórico de Cartagena/Palacio de la Inquisición o el Museo Naval del Caribe (Rojas, 2013).

Como se puede observar, Cartagena de Indias ofrece una amplia variedad de opciones turísticas para todos los gustos y presupuestos, desde el turismo recreativo, de eventos y gastronómico hasta el turismo de aventura y religioso. Además, su centro histórico y su patrimonio cultural la convierten en un destino único en Colombia, lo que la convierte en uno de los destinos turísticos más atractivos y completos de Colombia.

5.2.7.3. Medellín:

Medellín, apodada “la ciudad de la eterna primavera” por su clima templado y capital del departamento de Antioquia, se sitúa en el centro del Valle de Aburrá en la cordillera central y es

atravesada por el río que lleva su mismo nombre, que cuenta con una amplia variedad de productos y servicios turísticos para sus visitantes, entre ellos:

- **Turismo cultural:** Medellín tiene una rica historia y cultura, que se puede explorar fácilmente utilizando los diferentes servicios de transporte para llegar a sitios como el centro de la ciudad y hacer un recorrido en la Plaza de Botero, el Museo de Antioquia, el Museo Casa de la Memoria, el Pequeño Teatro, la Catedral Metropolitana, entre otros.

También existen excursiones o visitas guiadas para visitar otros lugares como el Planetario, la comuna 13 y sus grafitis, las diversas universidades y bibliotecas, el Palacio de la Cultura o el Teatro Metropolitano, la Casa de Literatura Infantil, el Planetario Jesús Emilio Ramírez, el teatro Pablo Tobón Uribe, entre otros.

No podemos dejar de mencionar otros lugares emblemáticos como el Parque Explora, un museo interactivo y entre sus atracciones cuenta con un acuario de grandes dimensiones y catalogado como el más grande de Latinoamérica.

Para las autoridades locales de Medellín, desde hace varios años atrás, le han apostado por el turismo y a sabiendas de los grandes beneficios que trae. Una de estas apuestas es que la ciudad “quiere consolidarse como un referente de turismo cultural y patrimonial, pues sus expresiones artísticas y los legados históricos en sus territorios han sido fundamentales para el fortalecimiento de las comunidades y una oportunidad de desarrollo económico” (Telemédellín, 2022)

- **Turismo de naturaleza:** La ciudad está rodeada de montañas y paisajes naturales, ideales para recorrer al aire libre actividades como caminatas a través de senderos especialmente diseñados para ello, practicar ciclismo de montaña, en lugares como el Parque Arví, Cerro El

Volador el Cerro Nutibara, o una excursión para conocer plantaciones de café y degustar su delicioso sabor.

El turista también puede disfrutar de la naturaleza y el clima de la ciudad visitando lugares como el Jardín Botánico Joaquín Antonio Uribe, Parque de los Pies Descalzos, el Parque Norte, Parque de La Conservación, Parque Lineal Ciudad del Río o el emblemático Pueblito Paisa o el zoológico de San Diego.

“Una de las razones por las que Medellín se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos de Colombia, así como una de las ciudades más anheladas por quienes quieren mudarse a este país, son sus innovadores sitios públicos. Desde áreas verdes en las que el mejor plan es pasar unas horas descansando y haciendo picnic, hasta espacios donde el arte es el protagonista, la opción de plazas y parques en Medellín es definitivamente insuperable” una afirmación que expresa el sentir del pueblo paisa por su ciudad (Viajala, 2022)

- **Turismo de pueblos coloniales:** Para la agencia de viajes Travelgrafía “Los pueblos de Antioquia son muy lindos y visitarlos es una muy buena idea, pues la mayoría de pueblos cerca a Medellín gozan de un excelente clima, y son lugares cargados de historia, cultura y mucha naturaleza” (Travelgrafía, 2023)

Entre los pueblos coloniales que están alrededor de Medellín, podemos enumerar a Guatapé, Santa Fe de Antioquia, Jardín, Jericó, Rionegro, San Jerónimo, entre otros, son pueblos pintorescos con una arquitectura colonial, en donde se destacan las fachadas de las casas con sus coloridos balcones y ventanas adornadas con exuberantes y frondosas matas.

- **Turismo de negocios:** Medellín entendió desde hace varias décadas que el turismo era una actividad que debía estar dentro de los planes de desarrollo de la ciudad, y es así que el sector público, privado y sociedad civil se han unido para desarrollar iniciativas, estrategias y

políticas encaminadas a fortalecer este sector que incide notablemente en el Producto Interno Bruto -PIB- de la capital de Antioquia.

La Cámara de Comercio de Medellín es un artífice de esta realidad y que “el Cluster Turismo de Negocios busca contribuir al desarrollo de la competitividad de la industria, a través de una agenda que movilice el trabajo entre los sectores que la componen y su relación con otras industrias e instituciones, que permita fortalecer la región – ciudad como destino receptivo inclusivo, consciente de la sostenibilidad y la generación de confianza; que utilice la tecnología como herramienta fundamental para el fortalecimiento de las empresas; y en la que las comunidades locales sean actores principales de la transformación” (Cámara de comercio de Medellín para Antioquia, 2023)

En ese orden de ideas, Medellín cuenta con modernas instalaciones para reuniones y eventos de convenciones, como el Centro de Convenciones Plaza Mayoy, acompañada de una infraestructura e industria hotelera para desarrollar esta actividad y, según Procolombia, entidad adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -Mintic- “la capital antioqueña tiene su fuerte en eventos relacionados con ciencias de la salud, innovación, tecnología, construcción, moda y fabricación avanzada... y se ha posicionado en el top tres en Colombia como anfitriona de este tipo de eventos. Bogotá y Cartagena hacen parte de este podio” (el Colombiano, 2019)

- **Turismo de compras:** Medellín es un destino ideal para las compras, con tiendas de moda, joyas y artesanías en lugares como el Outlet de la Avenida Guayabal, Centro Comercial Unicentro, Centro Comercial Oviedo, Centro Comercial Mayorca, entre otros.

Existen programas especializados a través de diferentes operadores turísticos que ofrecen tours de compras que van desde lo más destacado de la idiosincrasia paisa con sus prendas regionales hasta la más alta calidad de marcas reconocidas.

“Las estrategias concebidas desde la Administración Municipal son parte del éxito de Medellín como destino de compras y moda. Actualmente, la Secretaría de Desarrollo Económico y su Subsecretaría de Turismo, en alianza con Inexmoda –entidad encargada de posicionar a los actores del sistema moda, y de la realización de las ferias Colombiatex y Colombiamoda–, trabajan en la consolidación de un producto turístico de compras, diseño y moda en Medellín que busca fortalecer a la industria a través del turismo”, afirmación realizada por Bureau, una empresa dedicada a promocionar a Medellín y Antioquia en el mercado nacional e internacional como destino turístico, en el artículo “Un destino de moda: compras, diseño y negocios en Medellín” (Comunicaciones Bureau, 2021)

- **Turismo gastronómico:** La gastronomía de Medellín es muy variada y rica en sabores, con platos típicos como la bandeja paisa, el calentado, la arepa paisa, el sancocho y mondongo antioqueño, entre otros, acompañada por una amplia variedad de piezas de panadería.

“la gastronomía es una industria que más impacto puede tener en el turismo local, nacional e internacional, pues la relación entre las manifestaciones culturales y los platos típicos de una región permiten que el visitante reciba una imagen global de la ciudad que visita y sobre todo se lleva algo representativo de su viaje” es el pensamiento que tiene la Cámara de Comercio de Medellín para esta actividad y su papel que juega en el desarrollo de la ciudad (Camara de comercio de Medellín Antioquia, 2019)

- **Turismo de aventura y deportivo:** Para el Instituto de Deportes y Recreación -Inder- ente descentralizado de la Alcaldía de Medellín tiene dentro de sus objetivos apoyar al turismo de la ciudad mediante visitas guiadas a los eventos deportivos que se desarrollan a lo largo del año, como la Maratón, Bike Fest, la vuelta a Colombia y los partidos de fútbol en el Atanasio de Girardot, entre otros.

También existen toda clase actividades deportivas que atraen a turistas para que practiquen su deporte favorito, entre ellos se ofrecen el rafting, parapente, manejo de autos todo terreno -cuatrimotos-, motociclismo, caminatas o escaladas, sólo para mencionar algunas actividades en las cercanías de la ciudad de Medellín.

Para ello, es necesario contar con los destinos ideales para practicar deportes extremos, la infraestructura adecuada y operadores afiliados a la Federación Colombiana de Ecoparques, Ecoturismo y Turismo de aventura -FEDEC- quienes se encargan de la parte operativa y de las medidas de seguridad pertinentes que garanticen una práctica confiable y segura (Colombia Travel & Vacations Group, 2023)

- **Turismo de eventos:** “Que sea Medellín un lugar atractivo para la realización de eventos, con resultados satisfactorios, es el reflejo de la gestión que la Administración Distrital ha adelantado para que la ciudad fuera certificada, en 2022 por Segittur, como Destino Turístico Inteligente y de los atributos que la caracterizan, entre ellos, la infraestructura de los sitios, las capacidades técnicas de las organizaciones, la cultura hospitalaria de sus habitantes, la variada oferta gastronómica y de establecimientos de hospedaje, las alternativas de ocio y su agradable clima”, declara la alcaldía de Medellín cuando se refiere a la celebración de diferentes tipos de eventos que realiza la ciudad de Medellín” afirma la Alcaldía de Medellín y cómo, a través de estos espectáculos, puede generar turismo (Alcandía de Medellín, 2023)

Los eventos van desde la Feria de las Flores, el Festival Internacional de Poesía, la fiesta del Tamarindo, la fiesta de Los Diablitos, Festival Internacional del Tango, Festival Internacional de Jazz, Festival del Humor, Feria y Salón Internacional del Caballo, las festividades decembrinas y su alumbrado con la apertura del desfile de danzas, mitos y leyendas, entre otros eventos (Uff Travel, 2023)

- **Turismo de bienestar y salud:** Medellín cuenta con spas y centros de salud donde se pueden disfrutar de tratamientos de salud y belleza. Es conocido, por ejemplo, Expofinest versión 2023, feria que reúne a las industrias de salud, deporte y bienestar, en Plaza Mayor.

También se cuentan con la infraestructura adecuada para prestar servicios de salud más especializados, como son clínicas, hospitales y centros especializados de salud y, lo más importante, la calidad y profesionalismo de sus médicos, cirujanos estéticos odontólogos y oftalmólogos.

Medellín es reconocida como “un destino para practicar procedimientos como cirugía estética, cirugía bariátrica, transplantes de órganos, oftalmología y tratamientos odontológicos especializados. Entre los países de procedencia, se destacan las Antillas (Bonaire, Aruba y Curazao), Estados Unidos y Venezuela... La oferta de servicios resulta atractiva para los ciudadanos de estos países, tanto por la calidad y la trayectoria que tiene la ciudad junto con su vocación a la formación en el área de la salud, como por los precios” (Turismomedico, 2023)

- **Turismo de arte urbano:** La ciudad es famosa por sus murales y arte urbano, que se pueden explorar en lugares como el barrio de Comuna 13 y el Jardín Botánico. La Alcaldía de Medellín ha impulsado en los últimos años esta actividad para integrar barrios deprimidos en oportunidades de socialización, empleo y bienestar de la Comunidad local, y entre ellas se destaca la “Red de Turismo Creativo” y “Arte Urbano y Transformación y Memoria” donde se brinda otro tipo de experiencia turísticas, o el festival Urban Fest 2023 en donde “los visitantes encontrarán una gran variedad de actividades alrededor del arte urbano” (Medellín aquí todo florece, 2023)

- **Turismo de vida nocturna:** Medellín cuenta con una vibrante vida nocturna, con una amplia variedad de bares, discotecas y restaurantes.

Es así que la capital de Antioquia fue catalogada por la revista Time entre los 50 mejores lugares del mundo para visitar en el 2023 al destacarse por su oferta cultural y la vida nocturna (Gallo, 2023)

○ **Turismo de música:** A lo largo del año, la Alcaldía de Medellín impulsa la presentación de artistas nacionales e internacionales, y para el 2023 tiene previsto conciertos como Miguel Mateos, Andrés Cepeda, Fonseca, Alejandro Fernández, Paloma San Basilio, Daniela Romo, José José, Feliciano y Fito Páez, entre otros, en escenarios como La Macarena, el estadio Atanasio Girardot, City Hall El Rodeo, Teatro Universidad de Medellín o el Teatro Metropolitano. Lo que demuestra la gran variedad y riqueza de música de todos los géneros y para todos los gustos (Alcaldía de Medellín, 2023)

Para finalizar la oferta de turismo en Medellín, no podemos dejar de mencionar el Ferrocarril de Antioquia que es un tren turístico que recorre la cordillera de los Andes, con vistas panorámicas de los paisajes naturales de la región, el turismo de parques temáticos, por ejemplo en las afueras de la capital de Antioquia se encuentra el Parque Temático Hacienda Nápoles, que ofrece actividades como un safari en jeep, un parque acuático y paseos en bote, o el turismo de café y Medellín se encuentra en una región cafetera, por lo que hay varias fincas cafeteras que se pueden visitar para aprender sobre el cultivo del café y probar diferentes variedades, o simplemente practicar golf en los varios campos de golf como el Club Campestre y el Country Club de Ejecutivos

Podemos decir, a modo de conclusión, que Medellín es un destino turístico diverso y emocionante que ofrece una amplia gama de opciones para todos los gustos y presupuestos, desde el turismo cultural y gastronómico hasta el turismo de aventura y bienestar. Además, su cultura, arte y paisajes naturales la convierten en un destino único en Colombia.

5.2.7.4. Bogotá:

La capital de Colombia ofrece una amplia gama de productos y servicios turísticos que la hacen ideal para cualquier turista que visita una ciudad que está a 2.640 metros sobre el nivel de mar, por tanto, puede encontrar museos, recorrer la urbe y conocer su bella arquitectura, su rica y variada gastronomía, la práctica de deportes y recreación como el ciclismo o el senderismo, hasta actividades turísticas de aventura o el turismo de negocios o religioso, entre otros.

El turismo que Bogotá ha emprendido en los últimos años ha dado sus frutos y es ampliamente reconocida por sus diferentes actividades que la ciudad puede ofrecer y atraer a turistas durante el año. De hecho, el 2023 la capital del país tuvo un reconocimiento a nivel internacional por su emprendimiento y promoción del turismo, a través del holding empresarial mexicano PriceTravel quien distinguió a “mejor destino nacional a Bogotá 2022 gracias a la campaña liderada por el Instituto Distrital de Turismo -IDT- 'En Bogotá nos vemos', iniciativa que permitió promocionar la Capital Estrella a nivel internacional logrando así la reactivación económica en la cadena de valor del sector turístico” (Suache, 2023)

- **Turismo cultural:** Bogotá es conocida por su rica historia y cultura, con numerosos museos, galerías de arte y lugares históricos. Algunos sitios destacados son el Museo del Oro, el Museo Nacional de Colombia, el Cerro de Monserrate, el Palacio de Nariño y la Catedral de Sal de Zipaquirá a las afueras de la ciudad y la Catedral Primada, entre otros.

“Bogotá es el epicentro de las diversas dinámicas culturales en Colombia, al reunir lugares, eventos y manifestaciones de las más diversas expresiones artísticas locales, nacionales y del mundo entero. En este sentido, se adelanta diferentes acciones encaminadas a poner en valor estas manifestaciones para el aprovechamiento turístico con subproductos o programas

como museos, gastronomía, religioso y vida nocturna, entre otros” según expresa el Instituto Distrital de Turismo -IDT- (Instituto Distrital de Turismo, 2023)

Bogotá es, por tanto, un sitio de interés para cualquier turista que quiera profundizar o admirar la extensa cultura arraigada en la capital del país.

- **Turismo gastronómico:** Bogotá es un destino gastronómico en constante evolución, con una gran variedad de platos tradicionales colombianos y restaurantes innovadores. Los visitantes pueden disfrutar de platos auténticos de la región como el ajiaco, el tamal, la fritanga criolla, el puchero, sin olvidar algo más frugal como el chocolate espeso con queso y una almojábana, empanadas de carne o pollo, o también degustar de una changua, un chupero, un caldo de costilla de res o sancocho santafereño. Tampoco puede pasar por alto la creciente escena culinaria internacional.

Cualquier página web en internet sobre la gastronomía de Bogotá referenciará inevitablemente esos platos mencionados anteriormente y que no se puede dejar de probar. El Instituto Distrital de Turismo-IDT-, sacó en el 2015 una guía gastronómica en donde “presenta las principales manifestaciones gastronómicas a lo largo del año, los platos imperdibles que facilitarán la elección y, al final, un directorio de restaurantes que ayudará a aprovechar cada minuto de su recorrido por la capital”, por tanto, es una guía de consulta permanente. (Alcandía Mayor de Bogotá, 2015), y allí también se exalta los platos tradicionales de la región.

Además, a lo largo del año Bogotá realiza diferentes eventos gastronómicos para promocionar los platos típicos de la región y, de paso, aumentar el flujo de turistas. En ese orden de ideas, es el caso del festival “Fritanga Fest” y en donde se invita a los bogotanos y turistas a degustar los platos autóctonos en las diferentes plazas de mercado, como Plaza de Mercado Las

Ferias, Plaza del 20 de Julio, Plaza Distrital de Kennedy y la Plaza del Siete de Agosto, entre otros (Castaño, 2023)

- **Turismo de compras:** “Conectarse con Bogotá a través de las compras es una novedosa forma de vivir una nueva experiencia turística en la capital. La ciudad cuenta con una gran oferta de centros comerciales, ferias artesanales, plazas de mercado y zonas comerciales, lugares donde los viajeros podrán encontrar la combinación perfecta entre el shopping y la identidad de la ciudad” así referencia este sitio web (Bogotatourismoffice, 2023) sobre las bondades que tiene la capital para hacer compras.

Bogotá es, entonces, un destino ideal para las compras, con una amplia variedad de centros comerciales -más de 55 en total incluyendo Soacha y Chía (Portafolio, 2023), tiendas de moda y mercados tradicionales. Algunos lugares destacados que podemos mencionar son el Centro Comercial Andino, el Centro Comercial Santa Fe, Centro Comercial Unicentro, Multiplaza, Calima, de Las Américas, entre otros, y lugares más populares como el Mercado de Paloquemao, San Andresito o San Victorino.

- **Turismo de negocios:** Bogotá es el centro financiero y de negocios de Colombia, con una amplia variedad de conferencias, ferias y exposiciones internacionales. Algunos lugares destacados incluyen el Centro Internacional de Convenciones y Exposiciones de Bogotá - Corferias-, considerado el primer distrito de ferias, eventos y convenciones de Latinoamérica y es una excelente vitrina de la capital del país para el mundo entero, y en donde a diario padan cientos de visitantes recorriendo el recinto con sus diferentes pabellones con temáticas específicas.

Bogotá se ha posicionado como un lugar ideal para atraer el turismo de negocios y “en los últimos años se ha convertido en una importante plaza en industria de reuniones en la región

gracias a las convenciones y eventos empresariales y comerciales, entre otros. De hecho, de acuerdo con cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá y el Buró de convenciones, “la capital aloja 40% de los eventos que se realizan en el país, activando aproximadamente 11 sectores de la cadena productiva... y el 52% de los turistas que ingresan al país tienen a Bogotá como destino final”, según datos de Investigación in Bogotá (CoColombia, 2023)

De tal manera que el turismo de negocios es una fuente de ingresos muy importante para la ciudad y cada vez existen más iniciativas y políticas para atraer a turistas del mundo para la realización de eventos corporativos y convenciones.

- **Turismo de naturaleza:** A pesar de ser una ciudad grande, Bogotá cuenta con numerosos parques y áreas naturales en sus alrededores para explorar, como el Parque Nacional Natural Chingaza, el Parque Natural Chicaque y el Jardín Botánico de Bogotá.

“La oferta que tiene Bogotá para ciudadanos y visitantes que aman la naturaleza, es enorme. La ciudad cuenta con más de 4.500 parques, extensas zonas naturales como los Cerros Orientales, así como quebradas, páramos, caminos y senderos, humedales y lagos. Además, la ciudad aún conserva especies de fauna y flora propias de ecosistemas andinos.

Por esta razón el Instituto Distrital de Turismo ha venido estructurado diversos planes para hacer observación de aves, caminatas ecológicas, turismo rural y de aventura, avistamiento de fauna y flora y senderismo, entre otros”, afirma la Alcaldía de Bogotá en su portal web (Barreto, 2018)

- **Turismo de aventura:** Bogotá y sus alrededores ofrecen varias opciones de turismo de aventura, como senderismo, rafting, paracaidismo parapente, escalada y rappel en los alrededores de la ciudad y en las montañas cercanas.

Es otro de los atractivos con que cuenta la capital del país para atraer turistas que se han dado cuenta de las bondades que se ofrecen para este tipo de actividades. La industria del sector

turístico ha sacado provecho, en el buen sentido, de las bondades que la ciudad ofrece con los cerros orientales o a sus alrededores con una variada y rica cantidad de paisajes para todo tipo de visitantes de aventura.

“Es posible estas actividades de aventura en pueblos y municipios cerca de Bogotá. Estos deportes se desarrollan en un entorno natural y generalmente no son competitivos... y a pocas horas de Bogotá se puede practicar deportes extremos o de aventura, solo, en familia, con amigos o compañeros de trabajo”, dice el portal Caminatas Ecológicas (2020) y enumera varios deportes, entre los cuales se encuentran además de los ya mencionados como la práctica de kayak, canopy “o” Tirolesa, canonismo o canyoning, bungee jumping, cuatrimotos, cabalgatas o vuelos en globo, entre otros.

- **Turismo de entretenimiento:** Bogotá ofrece una amplia variedad de opciones de entretenimiento, desde espectáculos de teatro y música en vivo hasta bares y clubes nocturnos. Algunos lugares destacados incluyen el Teatro Colón, el Teatro Mayor Julio Mario Santo Domingo y La Candelaria.

De manera que hay todo tipo de planes para hacer en Bogotá, ya sea de día o noche, y para distintos públicos de acuerdo a sus gustos. De los sitios ya mencionados, también podemos mencionar los parques de atracciones como Maloka o Salitre Mágico, atracciones mecánicas o extremas como ranger o crazy jump, o puntos turísticos para pasar en familia o pareja como el Parque Simón Bolívar, Divercity o Multiparque.

Esas atracciones son también ideales para el turista extranjero y la oportunidad de conocer a más a fondo la ciudad y sumergirse igualmente en la rumba nocturna o algo más tranquilo y contemplativo como son las visitas a los más de 100 museos que existen o ir a

algunos de los 50 centros comerciales en la urbe cosmopolita o municipios aledaños (Tours Plus, 2023)

- **Turismo religioso:** Bogotá cuenta con numerosos lugares de culto y religiosos, incluyendo la Basílica del Señor de Monserrate, la Iglesia de San Francisco y la Catedral Primada de Colombia. Los visitantes pueden participar en misas y otros servicios religiosos y explorar la arquitectura y la historia de estos lugares.

En la capital, prácticamente existe una iglesia por barrio. Se dice, sin exagerar que hay más de 300 parroquias o iglesias. Son muy famosas por su arquitectura colonial. También se ofrece recorridos para todas las manifestaciones religiosas o cultos.

Semana Santa y fin de año, sin desconocer los otros meses del año, son miles de turistas que se acerca a Bogotá para asistir a las ceremonias que se llevan a cabo. “Con más de 300 parroquias e iglesias distribuidas a lo largo y ancho de su territorio, Bogotá se convierte en la mejor opción para los locales y visitantes nacionales y extranjeros que en esta Semana Santa, deseen participar de la tradición católica del país y conocer la historia cultural y arquitectónica de estos recintos religiosos.

Uno de los principales templos que encabeza la lista de peregrinación en Bogotá se encuentra en el Cerro de Monserrate, ícono de la ciudad, que desde hace cerca de 5 siglos los feligreses suben este cerro para encontrar al “santo cristo caído a los azotes y clavado en la cruz”, así testimonia la Alcaldía Mayor de Bogotá al referirse al turismo religioso en la capital del país (Mortiz, 2015)

- **Otros turismo:** Bogotá ofrece a sus turistas toda clase de actividades para hacer turismo como las referidas, pero también el visitante tiene la oportunidad de hacer turismo de ciclismo en los más de 500 km de ciclovías diseñadas especialmente y poder hacer un recorrido por los

lugares más destacados de la ciudad, o la oportunidad para hacer turismo de arte urbano, ya que: Bogotá es conocida por su vibrante escena de arte urbano y murales impresionantes que se pueden encontrar en toda la ciudad. Los visitantes pueden tomar un tour de arte urbano para descubrir y aprender sobre esta forma de arte.

También puede optar por un turismo de arquitectura. Bogotá cuenta con una arquitectura impresionante, que incluye edificios históricos como el Capitolio Nacional, el Palacio de San Carlos, la Casa de Nariño y el edificio Bacatá. Los visitantes pueden explorar estos edificios y aprender sobre su historia y arquitectura. El turismo de salud y bienestar también es posible dado que Bogotá cuenta con una amplia gama de opciones para el turismo de bienestar, como spas, centros de yoga, meditación y retiros de bienestar en los alrededores de la ciudad, o reconocidas clínicas y hospitales para todo tipo de tratamiento para la salud desde complicadas cirugías hasta cuidados dentales.

Finalmente, no podemos pasar por alto el turismo de deportes. Bogotá cuenta con numerosos estadios y lugares deportivos, incluyendo el Estadio Nemesio Camacho El Campín y el Parque de la 93, que ofrecen diversas opciones para practicar deportes y disfrutar de eventos deportivos en vivo.

Bogotá es entonces una ciudad vibrante y diversa que ofrece una amplia gama de opciones turísticas para todos los gustos y estilos de viaje. Con su rica historia, cultura, gastronomía, arte, hasta el turismo religioso, aventura, negocios y de entretenimiento, entre otros, lo que demuestra que el turista puede optar por una amplia variedad de actividades al aire libre y cubierto.

5.2.7.5. Demanda turística:

En esta sección del estudio analizaremos el flujo de turistas nacionales y extranjeros que viajan a cada una de las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, objeto de estudio, y utilizan los servicios y productos turísticos (oferta turística) que ofrece cada destino en las variables de edad, género, actividad económica e ingresos y seleccionados de acuerdo al estudio realizado por la Universidad Externado de Colombia titulado “Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana en Colombia” quien justifica las variables “porque se consideran que éstas inciden en la disponibilidad de pago por los tipos y productos turísticos que se ofrecen en el mercado” (Cerdeira, 2023) y con base en la Encuesta de Turismo a Hogares realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE en el año 2019 para siete ciudades principales de Colombia: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Pereira. El objetivo de esta encuesta es conocer las características de los viajes que realizan los hogares colombianos, como destino, motivo del viaje, gastos, entre otros aspectos relevantes para el desarrollo del turismo en el país (Colombia G. d., 2020)

Asimismo, analizaremos la demanda turística desde el punto de vista de su vocación, según el resultado de la oferta turística que arrojó nuestra investigación, de ahí que también mencionaremos quiénes son esos consumidores de bienes y servicios turísticos al igual las motivaciones y preferencias que mueve a un turista a conocer un lugar determinado, por tanto se hace necesario una segmentación de mercado (identificación por características y dividirlos por grupos o sub grupos), y cómo ha sido su evolución tanto en el flujo de visitantes extranjeros o nacionales en las ciudades estudiadas y su comportamiento de actividades que realiza el turista, según sus prioridades o gustos.

5.2.7.6. Flujo de turistas nacionales y extranjeros:

Según los últimos datos disponibles del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, en el año 2019 y antes de la Pandemia, el flujo de turistas nacionales y extranjeros que visitaron Colombia y específicamente las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, arrojaron los siguientes datos:

A nivel nacional

- Turistas nacionales: 21.463.838
- Turistas extranjeros: 4.515.932

Con respecto a las ciudades que mencionamos, los datos del mismo año son los siguientes:

Bogotá:

- Turistas nacionales: 9.218.835
- Turistas extranjeros: 1.021.842

Medellín:

- Turistas nacionales: 4.426.151
- Turistas extranjeros: 435.572

Cartagena:

- Turistas nacionales: 2.665.821
- Turistas extranjeros: 1.029.749

Santa Marta:

- Turistas nacionales: 1.691.301
- Turistas extranjeros: 314.063

Es importante tener en cuenta, y reiteramos que estos datos son del año 2019, y tomados como referencia ese año porque era la constante en los últimos años el comportamiento del turismo en el país y con tendencia al alza (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2023)

Ese año (2019) las ciudades más visitadas por los turistas internacionales en Colombia fueron, en ese orden:

- Bogotá, capital del país.
- Cartagena de Indias, capital de Bolívar.
- Medellín, capital de Antioquia
- Santa Marta, capital del Magdalena
- San Andrés, capital de San Andrés islas

Si tomamos los datos del 2022, obtenidos del Plan Nacional de Desarrollo (PND, 2022), nos muestra que:

- Entre enero y diciembre de 2022 los visitantes no residentes aumentaron 109,2% frente a 2021 y 0,7% frente a 2019.
- Los visitantes no residentes en 2022 aumentaron 232,2% respecto a 2020 y aumentaron 114,7% respecto a 2021.
- En términos de ciudades de destino, Bogotá recibió el mayor número de extranjeros no residentes con 43,3% del total, seguida de Medellín y Cartagena.
- El turismo cerró ese año con cerca de cinco (5) millones de visitantes extranjeros.
- Los destinos más apetecidos son Bogotá con más de 1.3 millones de visitantes.
- Medellín recibió cerca de 560 mil visitantes, y
- Cartagena, en tercer lugar, con 550 mil turistas.

“Las ciudades se han destacado tanto por los eventos empresariales y de gremios, que se reactivaron con fuerza tras la pandemia, como por la realización de eventos, conciertos y shows en vivo. Este año, estos últimos sumaron más de 200 fechas entre las tres ciudades.” (Bogotá, Medellín y Cartagena), según cifras consolidadas de Migración Colombia (La República, 2022)

Un informe consolidado del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia - Mintic- sobre cómo terminó el 2022 en el sector turismo, según datos de Migración Colombia, muestra lo siguiente:

En el año completo de 2022 la cifra de visitantes no residentes fue de 4.606.915 personas, un 232,2 % superior frente a 2020 y 114,7 % más respecto a 2021. Esta es una cifra histórica ya que supera el resultado de 2019, antes de la llegada de la pandemia.

El tráfico aéreo también mostró una recuperación importante en 2022, al reportar 46.869.027 de viajes nacionales e internacionales, superando en 16,6 % el resultado alcanzado en el año 2019 y del 57,9 % con respecto al 2021.

El número de visitantes a Parques Nacionales Naturales tuvo un aumento del 33,9 % entre diciembre de 2022 y enero 2023, frente al mismo periodo del año 2021; mientras que la tasa de ocupación de alojamiento fue de 55,65 %, aumentando 6,8 puntos porcentuales frente al año 2019, convirtiéndose en una de las mejores tasas de los últimos años.

Cabe destacar que, en 2022, el valor agregado de alojamiento y servicios de comida fue de 40,35 billones de pesos, lo que representó un aumento de 16,4 % respecto al año 2021 y del 19,7 % respecto al año 2019.

Los ingresos de divisas por turismo, por su parte, crecieron un 8,6 % en 2022, respecto al año 2019. Específicamente, durante el cuarto trimestre de 2022 alcanzaron los 2.097 millones de

dólares, lo que representa un aumento de 9,8 % respecto al mismo periodo de 2019 (Ministerio de comercio, industrial y turismo, 2023)

En resumen, el turismo de 2022 arrojó las siguientes cifras extractadas del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, entre enero y diciembre de 2022:

- 15.871.329 llegadas de pasajeros nacionales.
- 3.562.462 salidas internacionales.
- 3.303.582 llegadas internacionales.
- 1.615.355 visitantes extranjeros no residentes.
- 80.565 prestadores de servicios turísticos activos en RNT.
- 58.896 pasajeros en cruceros.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, en la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) del año 2020 y publicada en mayo de 2021, arrojó, entre otros, los siguientes resultados:

De acuerdo con la EGIT 2020, el gasto interno en turismo en Colombia durante ese año fue de aproximadamente 50,9 billones de pesos colombianos. Esto representó una disminución del 47,2% en comparación con el año anterior, debido a las restricciones de movilidad y el cierre de establecimientos turísticos para evitar la propagación del virus.

Los principales componentes del gasto interno en turismo en Colombia durante el 2020 fueron los gastos en alojamiento (36,1%), alimentos y bebidas (28,4%), y transporte (17,4%). Además, la encuesta también reveló que el turismo interno tuvo un mayor peso en el gasto total en turismo en comparación con el turismo internacional, representando el 89,6% y el 10,4% respectivamente.

La mayoría del gasto interno en turismo se realizó en la región andina, seguida por la región caribe y la región pacífica.

Los destinos más visitados por los turistas internos fueron Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca, mientras que los turistas internacionales prefirieron la Costa Caribe, Antioquia y Bogotá.

El gasto en turismo de los hogares colombianos disminuyó en un 45,8% en comparación con el año anterior, mientras que el gasto de los turistas extranjeros se redujo en un 66,4%.

La mayor parte del gasto en turismo se concentró en los meses de enero, febrero, julio, agosto y diciembre.

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto significativo en la actividad turística del país, especialmente en el segundo trimestre del año, cuando se registró una caída del 91,4% en el gasto interno en turismo en comparación con el mismo período del año anterior

Estos resultados muestran el impacto negativo que tuvo la pandemia de COVID-19 en el sector turístico de Colombia durante el año 2020, afectando tanto a los turistas internos como a los extranjeros y generando una disminución significativa en el gasto en turismo a nivel nacional.

Según la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) del DANE 2020, las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá fueron algunos de los destinos más visitados por los turistas internos y extranjeros en Colombia.

- **Santa Marta:** En el año 2020, el gasto interno en turismo en Santa Marta fue de aproximadamente 808 mil millones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 17 mil millones de pesos. Los principales componentes del gasto interno en turismo en esta ciudad fueron alojamiento (41,7%), alimentos y bebidas (28,1%), y transporte (12,5%).

- **Cartagena:** El gasto interno en turismo en Cartagena en 2020 fue de aproximadamente 1,9 billones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 228 mil millones de pesos. Los principales componentes del gasto interno en turismo en esta ciudad fueron alojamiento (47,1%), alimentos y bebidas (26,9%), y transporte (9,9%).
- **Medellín:** En el año 2020, el gasto interno en turismo en Medellín fue de aproximadamente 1,3 billones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 61 mil millones de pesos. Los principales componentes del gasto interno en turismo en esta ciudad fueron alojamiento (44,5%), alimentos y bebidas (30,1%), y transporte (9,1%).
- **Bogotá:** El gasto interno en turismo en Bogotá en 2020 fue de aproximadamente 5,5 billones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 658 mil millones de pesos. Los principales componentes del gasto interno en turismo en esta ciudad fueron alojamiento (31,2%), alimentos y bebidas (28,6%), y transporte (20,4%).

Estos datos muestran que las cuatro ciudades mencionadas tienen una importante actividad turística y son destinos populares tanto para los turistas internos como para los extranjeros en Colombia. Además, muestran que los componentes principales del gasto en turismo en estas ciudades son el alojamiento, los alimentos y bebidas, y el transporte (DANE, 2023)

Otras cifras significativas la muestra Promotora Turística -Pro-rodadero- y el periódico El Tiempo recoge la información, destacando los siguientes datos del turismo en 2021:

- A Santa Marta ingresaron cerca de tres (3) millones de personas.

- Las playas más concurridas fueron El Rodadero con 984.864 visitantes, seguido de Cabo Tortuga con 157.828 personas, Bello Horizonte con 136,000 turistas y Buritaca con 134.283 personas.

Así mismo, Pro-Rodadero indicó que otra de las más playas más visitadas fue la de Puerto Gaira donde ingresaron un total de 123.369 personas, también Playa Grande con 112.816 y finalmente La Bahía con 97.937 turistas (Urieles, 2022)

Si lo comparamos con el 2029, Santa Marta recibió 1.1 millones de turistas, lo que evidencia el aumento en el número de turistas que visita esta ciudad con respecto al 2021.

Según la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA, en 2019 “Colombia se ubicó en el top 30 a nivel mundial en cuanto a destinos que más eventos realiza anualmente. Con respecto a Latinoamérica, tres ciudades colombianas se destacaron en el top 10 de destinos que más reuniones organizan, y son:

- **Bogotá:** La capital de Colombia tiene una de las infraestructuras más modernas y de mayor capacidad para eventos de alto impacto. La ciudad cuenta con más de 50 recintos para la realización de todo tipo de encuentros.

- **Cartagena:** ‘La Heroica’, como también es conocida esta joya del patrimonio universal, cuenta con una excelente conectividad debido a su privilegiada ubicación en el país y el continente. De la misma manera, su agradable clima caribeño será la mejor acogida para los asistentes e invitados de tus eventos corporativos.

- **Medellín:** Una de las ciudades más famosas de Colombia gracias a la calidez que caracteriza a los paisas (personas de las regiones de Antioquia, Caldas, Risaralda y Quindío), quienes son reconocidos por ser de los mejores anfitriones del país. Además, también

es llamada ‘La Ciudad de la Eterna Primavera’ por su agradable clima durante todo el año” (CoColombia, 2023)

La tendencia sigue igual, y en el 2022 según una nueva medición de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones ICCA, confirmó nuevamente que los destinos turísticos que más eventos realizaron fueron Bogotá, Medellín y Cartagena.

“La recuperación que ha mostrado la industria de reuniones en Colombia nos permite ver con optimismo las proyecciones de este segmento, que genera cerca de US\$ 2.450 millones anuales, lo que representa el 22,8% de los ingresos totales que recibe el país por el turismo” resalta la nota sobre el turismo en Colombia por parte de la Agencia de Viajes Colombia y cómo esta actividad se ha ido recuperando después de la Pandemia (Díaz M. , 2023)

De acuerdo a las cifras de ProColombia, el país es uno de los destinos preferidos para realizar eventos, siendo Bogotá la que más congresos realizó en Colombia con 46 y sexta en Latinoamérica. Le siguen, en su orden Cartagena con 35 eventos y Medellín con 25. Los otros destinos son Cali, Barranquilla y Santa Marta.

Cabe anotar que la capital del Magdalena es la que más registra al alza en los últimos años (ProColombia, 2020)

Respecto a la vocación que tienen los turistas al asistir un destino turístico, Colombia Productiva muestra que los principales motivos se centran por negocios, recreación, cultura, naturaleza, bienestar y, en los casos como Santa Marta y Cartagena, se suma sol, playa y deportes náuticos.

Que Bogotá, al ser la capital del país, recibe la mayor cantidad de turistas extranjeros, seguida de Cartagena, Medellín, Cali y San Andrés. Como se observa, Santa Marta no figura dentro las cinco (5) primeras ciudades como destino turístico de preferencia (Velasquez, 2019)

Otro dato interesante es el que suministra el Banco de La República sobre ingresos externos por turismo y llegadas de viajeros internacionales por vía aérea a Colombia.

Sobre el primero, se presentan dos tendencias diferentes en los últimos veinticinco años, uno entre 1995 y 2003 no existe mayor variación en los indicadores sobre los ingresos externos por turismo, mientras que el período comprendido de 2004 y 2018 empezó al alza y sostenido dicho crecimiento con un promedio anual del 11%.

El 2004 registró un ingreso por USD 1.535, mientras que el 2018 fue de USD 6.630 millones con lo que “su aporte en el total de los ingresos externos corrientes y en el de las exportaciones de servicios aumentó de 6,4% a 9,7% y de 63% a 70%, respectivamente en los años referidos”.

En cuanto a los arribos de turistas internacionales por vía aérea, éstas “han crecido constantemente desde el año 2000. En cifras anuales, ascendieron a un poco más de 500.000 personas en el inicio del nuevo milenio, sobrepasaron el millón en 2005 y actualmente se acercan a 3,8 millones de viajeros (con información a 2018). Sus ritmos de expansión se duplicaron, alcanzando tasas anuales promedio de 11,4% durante el período 2004-2017, después de crecer 5,5% entre 1994 y 0,5 2003. Ese buen comportamiento se dio en los viajeros de todos los orígenes y, en mayor medida, en los procedentes de Suramérica y Centroamérica, que tuvieron las tasas de crecimiento más elevadas en el segundo período”

“Entre 2004 y 2017 los principales países de origen de los turistas fueron los Estados Unidos, España y Venezuela, que respondieron por el 50% de las llegadas (35%, 8% y 7%, respectivamente... América Latina y el Caribe impulsaron el crecimiento de turistas hacia Colombia: en el año 2017, Brasil, México, Panamá y Argentina aportaron el 23% del total de

arribos, con participaciones que oscilaron entre 5,5% y 6%” (Junta Directiva al Congreso de la República, 2019)

Si hacemos una comparación entre los años 2019 y 2022 se evidencia un crecimiento de un 8.6% entre esos períodos por ingresos de divisas por turismo, y de un crecimiento del 10% en el gasto promedio de los visitantes no residentes.

Esto evidencia perfectamente un antes y después de la pandemia en todos los indicadores no sólo de la actividad del turismo, sino en todos los renglones de la economía y no sólo es un reflejo de la situación colombiana sino también se observa a nivel mundial.

Otra cifra a considerar es de la Aeronáutica Civil y entre sus últimos informes nos explica que “el transporte aéreo sigue consolidándose como un factor fundamental de crecimiento económico, motor de desarrollo y fortalecimiento del turismo en el país. Las cifras así lo demuestran: desde el primero de enero hasta el 30 de junio del presente año se movilizaron por vía aérea 22.683.175 pasajeros, de los cuales, 15.848.687 corresponden a viajeros desde y hacia destinos nacionales y 6.834.488 a pasajeros desde y hacia destinos internacionales.

“En términos porcentuales, el incremento en el transporte de pasajeros alcanza el 101.8% en el primer semestre del presente año; esto es un poco más del doble en comparación con el mismo periodo de 2021.

“En lo relacionado con la operación doméstica, los aeropuertos de mayor movilidad fueron: Bogotá, con 16.374.033 pasajeros, Rionegro con 5.906.394, Cali con 3.486.856 y Cartagena con 3.461.636 pasajeros.

“En lo relacionado con las operaciones internacionales, los aeropuertos de mayor movilidad fueron: Bogotá, con 4.859.895 pasajeros, Rionegro con 1.195.289, Cali con 545.149 y Cartagena con 444.733 pasajeros movilizadas.” (Ministerio de Transporte, 2022)

Otro dato interesante y con indicadores al alza en los últimos años es la llegada de pasajeros en cruceros y recalán en los puertos de Cartagena y Santa Marta. Según reportes de Procolombia la capital del departamento de Bolívar es el destino líder en el país con “más de 625.700 cruceristas en 192 recaladas, a las cuales se suman las 11 recaladas en 7 líneas que espera Santa Marta. Por su parte, para los puertos del Pacífico, Bahía Solano, Utría y Gorgona, se estiman 11 recaladas de 5 líneas” (ProColombia, 2022)

El registro de 2019 – 2020, previo a la pandemia, reportó 316.893 cruceristas en los puertos nacionales.

Siendo de este modo, Cartagena de Indias como el destino principal en la industria, recibiendo el 98,7% de los pasajeros, seguido de San Andrés con el 1,07% y Santa Marta con el 0,23% (ProColombia, 2022)

Por último, cifras arrojadas por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia – COTELCO- que es un gremio que representa y apoya los intereses del sector hotelero y turístico, nos indica que el 2022 terminó con la mejor tasa de ocupación hotelera en los últimos siete (7) años con una tasa de ocupación del 62.38%

También es importante señalar que “a nivel de destinos, los departamentos de Cartagena, San Andrés, Antioquia y la Bogotá alcanzaron el mayor porcentaje de ocupación, con un indicador superior al 64%, superando en casi todos los casos a la ocupación de 2019, y en caso de San Andrés con una leve disminución. También se observa un crecimiento mayor a 10 p.p. respecto a 2019 en departamentos como Casanare, Tolima, Alto Magdalena y el eje cafetero mostrando la apuesta de estos lugares por consolidarse como destinos turísticos competitivos y con una amplia gama de atractivos por visitar y disfrutar” según cifras publicadas por (CoColombia, 2023)

5.2.7.7. Patrones de viajes y gastos:

Con referencia a la encuesta de Turismo a Hogares realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -Dane- para siete ciudades principales y el cual proporciona información detallada sobre los patrones de viaje y gastos de los hogares colombianos, extractamos los ítems que nos concierne para nuestra investigación, que son edad, género, actividad económica e ingresos, y encontramos los siguientes datos una vez analizados:

- **Edad:** Según la encuesta, el grupo de edad más activo en términos de viajes y turismo fueron los adultos jóvenes entre 25 y 44 años. Los mayores de 45 años viajaron con menos frecuencia. Los jóvenes de entre 18 y 24 años viajaron con menos frecuencia que los adultos jóvenes, pero gastaron más en viajes en promedio.
- **Género:** Los datos de la encuesta indican que las mujeres viajan con menos frecuencia que los hombres, pero gastan más por viaje. En promedio, las mujeres gastan alrededor del 20% más que los hombres por viaje.
- **Actividad económica:** Según la encuesta, las personas empleadas en el sector público y privado viajaron con más frecuencia que los desempleados y los trabajadores informales. Los empleados del sector privado fueron los que más gastaron en viajes en promedio.
- **Ingresos:** Los datos de la encuesta indican que los hogares con ingresos más altos viajan con más frecuencia y gastan más en viajes. Los hogares con ingresos mensuales superiores a 10 millones de pesos colombianos fueron los que más viajaron y gastaron en promedio.
- **Destinos nacionales:** La mayoría de los viajes realizados por los hogares encuestados fueron dentro del territorio nacional, siendo las ciudades de Bogotá, Medellín y Cartagena los destinos más populares. También se destacan los viajes a municipios cercanos a estas ciudades y a destinos de playa en el Caribe colombiano.

- **Tipo de alojamiento:** El tipo de alojamiento más utilizado por los hogares encuestados fue la vivienda de familiares y amigos (42%), seguido de hoteles (28%), apartamentos turísticos (12%) y casas rurales (6%).

- **Propósito del viaje:** La mayoría de los viajes realizados por los hogares encuestados fueron por vacaciones y ocio (54%), seguido de visitas familiares y amigos (27%) y viajes de negocios y trabajo (19%).

- **Gasto promedio por viaje:** El gasto promedio por viaje fue de 1,4 millones de pesos colombianos. Los hogares con ingresos más altos gastaron más en promedio por viaje que los hogares con ingresos más bajos.

- **Medios de transporte:** El medio de transporte más utilizado para los viajes fue el automóvil particular (38%), seguido del bus (31%), avión (18%) y motocicleta (8%).

- **Duración del viaje:** La mayoría de los viajes duraron entre 2 y 5 días (52%), seguido de viajes de 6 a 10 días (29%) y viajes de 1 día (18%).

Motivación del viaje: Los hogares encuestados realizaron viajes principalmente por motivos de turismo, esparcimiento y descanso (54%), seguido de visitas a familiares y amigos (27%) y motivos de trabajo y negocios (19%). Los turistas extranjeros que visitaron Colombia tenían principalmente motivos de turismo (83%).

- **Destinos internacionales:** La encuesta también incluyó información sobre los viajes internacionales realizados por los hogares encuestados. Los destinos más populares fueron Estados Unidos (27%), seguido de Panamá (12%), México (11%) y Perú (10%).

- **Gasto turístico:** El gasto turístico total en Colombia en 2019 fue de 18,1 billones de pesos colombianos, lo que representa un aumento del 9,6% en comparación con el año anterior.

Los turistas internacionales representaron el 56% del gasto turístico total, mientras que los turistas nacionales representaron el 44%.

- **Perfil del turista internacional:** Los turistas internacionales que visitaron Colombia en 2019 fueron en su mayoría hombres (57%), con una edad promedio de 38 años. Los países que más visitaron Colombia fueron Estados Unidos, México, Argentina, Brasil y España.

- **Gasto promedio por turista:** El gasto promedio por turista internacional fue de 1.129 dólares estadounidenses, mientras que el gasto promedio por turista nacional fue de 492 dólares estadounidenses.

5.2.7.8. Con relación a las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá:

Podemos mencionar lo siguiente:

- **Destinos nacionales:** Bogotá, Medellín y Cartagena fueron los destinos nacionales más populares para los hogares encuestados en estas cuatro ciudades. Sin embargo, Santa Marta también es un destino turístico popular debido a su ubicación en la costa caribeña de Colombia y su proximidad a parques naturales y playas.

- **Tipo de alojamiento:** En Cartagena y Santa Marta, el tipo de alojamiento más utilizado por los hogares encuestados fue la vivienda de familiares y amigos, seguido de hoteles y apartamentos turísticos. En Bogotá y Medellín, los hoteles fueron el tipo de alojamiento más utilizado por los hogares encuestados.

- **Propósito del viaje:** En Cartagena y Santa Marta, la mayoría de los viajes realizados por los hogares encuestados fueron por vacaciones y ocio, seguido de visitas a familiares y amigos. En Bogotá y Medellín, la mayoría de los viajes fueron por motivos de trabajo y negocios, seguido de vacaciones y ocio.

- **Gasto promedio por viaje:** El gasto promedio por viaje en Bogotá y Medellín fue mayor que en Santa Marta y Cartagena, lo que puede reflejar la diferencia en los niveles de ingresos y el costo de vida en estas ciudades.
- **Medios de transporte:** El medio de transporte más utilizado para los viajes en estas cuatro ciudades fue el automóvil particular, seguido del bus y el avión. En Santa Marta, la motocicleta también fue un medio de transporte popular debido a su uso en las zonas costeras y rurales.
- **Duración del viaje:** La mayoría de los viajes realizados por los hogares encuestados en estas cuatro ciudades duraron entre 2 y 5 días, seguido de viajes de 6 a 10 días y viajes de 1 día.
- **Origen de los turistas internacionales:** En Cartagena, los turistas internacionales más frecuentes provienen de Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Argentina y México. En Santa Marta, los turistas internacionales más frecuentes provienen de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania y Brasil.
- **Actividades turísticas populares:** En Bogotá, las actividades turísticas más populares son visitas a museos y monumentos históricos, así como compras en centros comerciales. En Medellín, las actividades turísticas más populares son visitas a parques naturales y lugares históricos, así como compras en tiendas locales. En Cartagena y Santa Marta, las actividades turísticas más populares son visitas a playas y sitios históricos, así como recorridos en barco y actividades acuáticas.

Estas ciudades son destinos turísticos principales en Colombia y atraen tanto a turistas nacionales como internacionales. Los patrones de viaje y gasto en estas ciudades pueden variar según la ubicación geográfica, el nivel de ingresos y el propósito del viaje.

5.2.7.9. Tipos de consumidores y su vocación turística:

Según la oferta turística que arrojó nuestra investigación, los consumidores de bienes y servicios (demanda turística) en las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá está compuesta por un conjunto de consumidores que pueden ser locales, nacionales e internacionales:

- **Los Consumidores locales:** Son aquellos que residen en las respectivas ciudades y deciden realizar turismo dentro de su propio territorio. Pueden ser personas que buscan una escapada de fin de semana, vacaciones familiares o actividades de ocio en la ciudad.
- **Los Consumidores nacionales:** Son aquellos que residen en otras partes de Colombia y viajan a las ciudades objeto de nuestra investigación para realizar turismo. Este grupo puede estar compuesto por personas que buscan vacaciones de playa, turismo cultural, ecoturismo, entre otros.
- **Los Consumidores internacionales:** Son aquellos que residen fuera de Colombia y deciden visitar a las ciudades objeto de estudio. Este grupo puede estar compuesto por turistas que buscan experiencias culturales, turismo de aventura, turismo de playa, entre otros.

Es importante tener en cuenta que cada uno de estos grupos de consumidores de bienes y servicios turísticos puede tener diferentes necesidades, expectativas y preferencias. Por lo tanto, es fundamental que los proveedores de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, operadores turísticos y otros, estén atentos a estas diferencias y puedan ofrecer una experiencia personalizada y de calidad para cada uno de ellos.

Además de los consumidores locales, nacionales e internacionales, existen otros tipos de consumidores de bienes y servicios turísticos en las ciudades objeto de estudio, entre ellos:

- **Consumidores corporativos:** Son aquellos que viajan por motivos de trabajo, como asistencia a eventos, convenciones, ferias, reuniones de negocios, entre otros.
- **Consumidores de turismo religioso:** Son aquellos que visitan a las ciudades por motivos religiosos, como peregrinaciones o visitas a lugares sagrados.
- **Consumidores de turismo médico:** Son aquellos que desean recibir tratamientos médicos, ya sea por motivos de salud o estéticos.
- **Consumidores de turismo deportivo:** Son aquellos que quieren practicar deportes, como el surf, kitesurf, senderismo, entre otros.
- **Consumidores de turismo de naturaleza:** Son aquellos que desean disfrutar de la belleza natural de la ciudad, como sus playas, parques naturales, ríos, montañas y otros atractivos naturales.
- **Consumidores de turismo cultural:** Son aquellos que quieren conocer y disfrutar del patrimonio cultural de la ciudad, como sus monumentos, museos, festivales, música, gastronomía, entre otros.
- **Consumidores de turismo de negocios:** Son aquellos turistas que visitan la ciudad motivados por los negocios, así como reuniones de trabajo, presentaciones, capacitaciones, entre otros.
- **Consumidores de turismo de aventura:** Son aquellos que desean experimentar actividades de riesgo y aventura, como el parapente, rafting, buceo, escalada, entre otros.
- **Consumidores de turismo de bienestar:** Son aquellos que visitan la respectiva ciudad para relajarse y disfrutar de actividades relacionadas con el bienestar y la salud, como el yoga, la meditación, masajes, spa, entre otros.

- **Consumidores de turismo de lujo:** Son aquellos que buscan experiencias de viaje de alta calidad, con alojamiento en hoteles de lujo, gastronomía gourmet y otros servicios exclusivos.
- **Consumidores de turismo de mochila:** Son aquellos que buscan una experiencia de viaje más económica y con un contacto más cercano con la cultura local, generalmente hospedándose en hostales o casas de huéspedes y utilizando el transporte público.
- **Consumidores de turismo LGBT+:** Son aquellos que buscan destinos turísticos inclusivos y amigables para la comunidad LGBT+, y que ofrecen actividades y servicios adaptados a sus necesidades y preferencias.
- **Consumidores de turismo educativo:** Son aquellos que viajan para aprender sobre temas específicos, como idiomas, historia, arte, ciencia, entre otros, y que buscan experiencias culturales y educativas en la ciudad.
- **Consumidores de turismo de voluntariado:** Son aquellos que viajan a Santa Marta para realizar trabajo voluntario en proyectos sociales o ambientales, con el objetivo de contribuir al desarrollo de la comunidad local.
- **Consumidores de turismo de reuniones:** Son aquellos que viajan para participar en eventos de carácter profesional, académico, científico o técnico, como congresos, seminarios, convenciones, entre otros.
- **Consumidores de turismo de celebraciones y eventos especiales:** Son aquellos turistas que viajan para celebrar ocasiones especiales, como bodas, aniversarios, cumpleaños, entre otros.
- **Consumidores de turismo de compras:** Son aquellos que viajan para realizar compras, ya sea de productos locales o de marcas internacionales, en centros comerciales, mercados o tiendas especializadas.

- **Consumidores de turismo de cruceros:** Son aquellos que llegan a Santa Marta o Cartagena a bordo de cruceros, buscando disfrutar de las atracciones turísticas de la ciudad y de la cultura local.
- **Consumidores de turismo de retiro:** Son aquellos que viajan en busca de un ambiente tranquilo y relajado para descansar y reflexionar, ya sea solos o en grupos, y participando en actividades como yoga, meditación, retiros espirituales, entre otros.

Es importante que los proveedores de servicios turísticos en las respectivas ciudades identifiquen y comprendan las diferentes necesidades y expectativas de cada uno de estos grupos de consumidores y adapten su oferta de bienes y servicios turísticos para satisfacerlas de la mejor manera posible.

5.2.8. Factores que inciden en la competitividad turística

La competitividad turística es fundamental en los destinos pues ayuda al desarrollo del turismo y a ser igualmente más competitivos en el mercado al ofrecer mejores productos y servicios a los consumidores (turistas).

En otras palabras, la competencia turística es un modelo que involucra diferentes conceptos o factores que son determinantes para todos aquellos que están involucrados en la actividad turística, por tanto, no existe una definición precisa sobre qué es competitividad turística.

En el artículo “La Competitividad turística: su medición y factores determinantes” explican precisamente que “es un concepto complejo y multidimensional que depende de una amplia red de factores causales que pueden aplicarse a un amplio rango de entes o sujetos y, por tanto, también a destinos turísticos” (Garcés, Sarmiento, & Paneca, 2018)

Entonces, en la literatura existente sobre el tema no hay un consenso sobre una definición exacta, dado los diferentes elementos que están inmersos en un destino para ser más competitivo, pero nos quedamos con una que es compartida ampliamente por la comunidad turística y se entiende como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de un mercado respecto a sus competidores” citado en el mencionado artículo y cuya autoría es Hassam, uno de los pioneros en temas de competitividad turística.

De tal manera, que existen varios factores que pueden incidir en la competitividad turística de un destino, algunos de los más relevantes son:

- **Infraestructura turística:** La calidad de las infraestructuras turísticas es un factor clave para la competitividad turística de un destino. Esto incluye la calidad de las carreteras, la disponibilidad de transporte público, la calidad de los alojamientos, la oferta de restaurantes y la disponibilidad de atracciones turísticas.

- **Recursos naturales y culturales:** La riqueza de los recursos naturales y culturales de un destino turístico puede ser un gran atractivo para los turistas, ya sea la belleza natural de los paisajes, los sitios históricos y culturales, o la oferta de actividades al aire libre.

- **Calidad de los servicios:** La calidad de los servicios turísticos es esencial para la satisfacción del turista y la creación de una experiencia positiva en el destino. Esto incluye desde la calidad del servicio de atención al cliente, hasta la disponibilidad de servicios de salud y emergencias.

- **Nivel de seguridad:** La seguridad es un factor fundamental en la elección de un destino turístico, los turistas buscan lugares que ofrezcan un entorno seguro y tranquilo para disfrutar de sus vacaciones.

- **Políticas turísticas:** Las políticas turísticas pueden influir en la competitividad de un destino, ya sea a través de la regulación de la industria turística, la promoción y marketing de destinos, la inversión en infraestructuras y la formación de los profesionales del sector.
- **Tecnología:** La incorporación de tecnología en el sector turístico puede mejorar la experiencia del turista y aumentar la competitividad del destino. Esto incluye desde la oferta de servicios en línea, hasta la disponibilidad de información en tiempo real sobre el destino y la utilización de tecnologías como la realidad virtual para mejorar la oferta turística.
- **Accesibilidad:** La accesibilidad del destino es un factor importante para los turistas, especialmente en términos de transporte aéreo, ferroviario o terrestre. Un destino que es fácilmente accesible y bien conectado con otros lugares puede tener una ventaja competitiva.
- **Precios y calidad-precio:** Los precios son un factor importante en la elección de un destino turístico. Un destino que ofrezca una buena relación calidad-precio puede atraer a turistas que buscan una experiencia turística de alta calidad a precios razonables.
- **Sostenibilidad:** La sostenibilidad es un factor cada vez más importante en el turismo, ya que los turistas buscan destinos que respeten el medio ambiente, la cultura local y la economía local. Un destino que implemente prácticas sostenibles puede tener una ventaja competitiva sobre otros destinos.
- **Innovación:** La innovación en el sector turístico puede mejorar la experiencia del turista y aumentar la competitividad del destino. Esto incluye desde la utilización de nuevas tecnologías, hasta la oferta de productos turísticos innovadores y creativos.
- **Diversificación de la oferta:** La diversificación de la oferta turística es importante para atraer a diferentes tipos de turistas y aumentar la competitividad del destino. Esto puede incluir la oferta de turismo cultural, de aventura, de negocios, gastronómico, entre otros.

- **Imagen y reputación del destino:** La imagen y reputación del destino son importantes para atraer turistas y aumentar la competitividad del destino. Un destino con una buena imagen y reputación puede atraer turistas que buscan una experiencia turística de calidad y confianza.

Existen varios factores que pueden influir en la competitividad turística de los destinos turísticos objeto de este estudio, incluyendo la competencia de otras ciudades turísticas, la estacionalidad del turismo, los cambios en la economía y en las políticas del país, las preferencias del turista, la sostenibilidad, la innovación y la tecnología, entre otros.

Los destinos turísticos deben estar atentos a estos factores y adaptarse a las necesidades de los turistas para seguir siendo un destino turístico competitivo. En ese orden de ideas, las ciudades deben implementar o reafirmar sus conceptos y enfoques en esta materia, y promover prácticas innovadoras y sostenibles para mantenerse competitivas en un mercado turístico global.

Para ello, estas ciudades deben trabajar en los siguientes enfoques para ser más competitivas turísticamente:

- **Diversificación de la oferta turística:** Se debe buscar la diversificación de su oferta turística, ofreciendo actividades y lugares de interés para diferentes tipos de turistas. Estos destinos turísticos deben promover diferentes actividades relacionadas con el turismo y ofrecer a los consumidores lo que ellos desean tener para llenar sus expectativas con la diversificación de la oferta turística que tiene cada ciudad, es decir ampliar su portafolio de productos y servicios.

- **Mejora de la infraestructura:** Para atraer a más turistas, las ciudades deben mejorar su infraestructura turística, especialmente en cuanto a alojamiento, transporte y servicios turísticos. Esto incluye la construcción de nuevos hoteles, la mejora de las carreteras y vías de transporte, y la capacitación de los trabajadores del sector turístico.

- **Promoción turística:** La promoción turística es crucial para atraer turistas a las ciudades. Deben desarrollar campañas de marketing que resalten sus atractivos turísticos y su diversidad cultural. Además, puede promocionar eventos y festivales que atraigan a visitantes.

- **Desarrollo sostenible:** Las ciudades deben fomentar el turismo sostenible, promoviendo prácticas responsables que preserven el medio ambiente y la cultura local. De esta manera, estos destinos turísticos pueden atraer a turistas preocupados por el medio ambiente y la cultura, quienes buscan experiencias auténticas y responsables.

- **Mejora de la seguridad:** La seguridad es un factor clave para atraer turistas a cualquier destino. Se debe trabajar en la mejora de la seguridad en las ciudades y en sus zonas turísticas para brindar confianza a los visitantes. Esto incluye la presencia policial y la promoción de medidas de seguridad para los turistas.

- **Mejora de la calidad de los servicios turísticos:** La calidad de los servicios turísticos, como la atención al cliente, la limpieza, la calidad de la comida y la bebida, es un factor importante para atraer y retener turistas. Se debe garantizar que los servicios turísticos ofrecidos sean de alta calidad y satisfagan las expectativas de los visitantes.

- **Desarrollo de la industria de reuniones y eventos:** Las ciudades deben reforzar la industria de reuniones y eventos, promoviendo el turismo de negocios y la organización de eventos en la ciudad. Para ello, es necesario contar con una infraestructura adecuada y una oferta de servicios turísticos que permitan a los visitantes realizar reuniones y eventos exitosos.

- **Facilidades para la llegada de turistas:** Se debe garantizar facilidades para la llegada de turistas, como la mejora de los aeropuertos, la ampliación de las rutas de transporte terrestre, la mejora de la señalización turística y la promoción de opciones de transporte público amigables con el turismo.

- **Fomento de la economía local:** La promoción del turismo puede fomentar la economía local, generando empleos y oportunidades de negocio para la comunidad. Se debe impulsar el turismo responsable, que genere un impacto positivo en la economía local y promueva la sostenibilidad del sector turístico.
- **Inversión en tecnología:** La inversión en tecnología puede mejorar la experiencia turística y la eficiencia en la gestión de los servicios turísticos. Las ciudades deben considerar la implementación de tecnologías como el uso de aplicaciones móviles para la promoción turística, la reserva de servicios turísticos y la gestión de la información turística.
- **Conservación del patrimonio histórico y cultural:** Cada ciudad cuenta con una rica historia y cultura que es un atractivo turístico importante. Es un bien preciado que se debe conservar y proteger su patrimonio histórico y cultural para atraer a turistas interesados en conocer la historia y la cultura de la ciudad.
- **Alianzas y convenios:** las ciudades deben establecer alianzas público-privadas y convenios entre el sector público, privado y sociedad civil para impulsar el turismo y ser cada vez más competitivas.
- **Capacitación y formación:** se han llevado a cabo programas de capacitación y formación para los actores involucrados en la industria turística, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y la atención al turista.
- **Participación en programas de turismo nacional e internacional:** Santa Marta ha participado en programas de turismo nacional e internacional, como el programa de Turismo de Naturaleza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, con el objetivo de atraer más turistas y mejorar la competitividad turística.

- **Fortalecimiento de la oferta gastronómica:** Es indispensable impulsar el fortalecimiento de la oferta gastronómica en las ciudades, promoviendo los platos típicos de cada región y las tradiciones locales, sin olvidar de ofrecer la cocina internacional.

5.2.9. Análisis de las estrategias y políticas implementadas en los destinos turísticos objeto de estudio necesarias para maximizar los beneficios del turismo y minimizar sus incidencias negativas

En esta sección, se enumerarán algunos programas de los entes nacionales, gubernamentales y locales que buscan fortalecer el turismo mediante la implementación de diversas estrategias y políticas específicas para el desarrollo y gestión del turismo y mejorar su competitividad turística y, con ello, atraer a más visitantes.

Algunas de las medidas más relevantes tomadas por los entes nacionales, gubernamentales y locales, son:

- **Plan Nacional de Desarrollo Turístico:** El Gobierno Nacional ha diseñado un plan para impulsar el desarrollo turístico de Colombia, el cual incluye proyectos específicos para la región Caribe, Antioquia y Bogotá. Entre las iniciativas destacan la construcción de nuevas infraestructuras turísticas y la promoción de la región a nivel internacional.

Este Plan del Gobierno busca impulsar los atractivos y recursos turísticos con los que cuenta el país y como dice el presidente ejecutivo de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), José Andrés Duarte en un artículo en Forbes Colombia titulado El Turismo y el Plan Nacional de Desarrollo “lograr la meta más alta –de tres escenarios previstos por el Gobierno– de 12 millones de turistas internacionales, y a su vez sostener los buenos indicadores, como la llegada de turistas que superó los 4,6 millones en 2022, son prioridades en el diálogo y construcción de alternativas en la política del desarrollo (Colombia Forbes, 2023)

- **Programa de Transformación Productiva (PTP):** El PTP es una iniciativa del gobierno que busca mejorar la competitividad de diferentes sectores productivos, entre ellos el turismo.

Dentro del marco del PTP, se han desarrollado estrategias para impulsar el turismo de naturaleza, bienestar y salud (Colombia Productiva, 2023)

- **Plan Nacional de Desarrollo (PND):** El PND es un plan de largo plazo que establece las políticas, estrategias y acciones que el gobierno debe llevar a cabo para alcanzar los objetivos de desarrollo del país. En su versión más reciente, el PND incluye un capítulo dedicado al turismo, en el que se establecen las metas y acciones específicas para mejorar la competitividad del sector (Departamento Nacional de Planeación, 2022)

- **Programa Fortalecimientos de la Competitividad y Promoción del Turismo:** su propósito es elaborar y ejecutar las políticas turísticas, con el fin de mejorar la competitividad, sostenibilidad y la promoción de los destinos turísticos; a través de la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de los mecanismos necesarios para promover, fortalecer y desarrollar el turismo (Ministerio de industrial, comercio y turismo, 2023)

- **Plan Sectorial de Turismo:** El Plan Sectorial de Turismo es un plan de largo plazo que establece las políticas, estrategias y acciones que se deben llevar a cabo para el desarrollo del turismo en Colombia. Este plan incluye el fortalecimiento de la promoción turística, la mejora de la infraestructura turística y la formación de los prestadores de servicios turísticos.

Por ejemplo, el Plan Sectorial de Turismo 2022- 2026 “TURISMO EN ARMONÍA CON LA VIDA” señala que “con miras a fortalecer el desarrollo regional de las ciudades que ostentan la categoría de Distrito y dar unos enfoques especiales para el turismo en estos territorios, el Plan Sectorial de Turismo debe dar las directrices para la inclusión de proyectos y programas de turismo para Cartagena, Santa Marta y Buenaventura (Ley 1617 de 2013) y contar con un

capítulo especial para los municipios de litoral del Pacífico (Ley 2068 de 2020), para fortalecer su inclusión, sostenibilidad y competitividad (Bravo & Umaña, 2022)

- **Programa Red Turística de Pueblos Patrimonio:** busca potenciar el patrimonio cultural colombiano mediante el turismo y generar más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad en sus comunidades (Fontur Colombia Co, 2023)

- **Programa Implementación de estrategias de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá:** que pretende Impulsar la actividad comercial y el posicionamiento turístico de Bogotá, como destino vacacional y de eventos a nivel nacional y en el exterior (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2023)

- **Programas de Desarrollo de Destinos Turísticos Sostenibles:** Programas que tienen como objetivo fomentar el desarrollo turístico sostenible en diferentes regiones de Colombia. Para ello, se ha trabajado en la identificación y fortalecimiento de destinos turísticos con potencial, y se han implementado acciones para mejorar la calidad de los servicios turísticos y la conservación del patrimonio natural y cultural.

Un caso específico en esta línea es la Política de Turismo Sostenible por la Naturaleza- liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -Mintic- y busca el posicionamiento de Colombia como destino turístico sostenible,

Otro ejemplo claro es Bogotá que se ha unido a la Red de Destinos Turísticos Sostenibles -Insto- que busca gestionar el desarrollo turístico de manera responsable y sostenible (Instituto Distrital de Turismo, 2022)

El Modelo Turístico Sostenible de Integración Económico y Social para los monumentos históricos de Cartagena de Indias, es otro claro ejemplo de desarrollo turístico sostenible al

identificar modelos implementados en ciudades turísticas a nivel internacional con el fin de mostrar alternativas que puedan coadyuvar al desarrollo de la ciudad (Solano, 2016)

- **Programa de Turismo Comunitario:** El Programa de Turismo Comunitario busca fomentar el desarrollo turístico en comunidades rurales y étnicas, promoviendo la conservación del patrimonio cultural y natural. Para ello, se ha trabajado en la capacitación de las comunidades en la gestión turística, y se han establecido alianzas con empresas del sector turístico para la promoción de estos destinos.

Es el caso de la implementación del programa Estrategias de Turismo Comunitario impulsado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -Mintic- y pretende implementar lineamientos de políticas para el desarrollo del turismo comunitario en el país (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2023)

Son algunos ejemplos de programas encaminados a impulsar el turismo desde diferentes perspectivas, como existen otras acciones más específicas, y a título de ejemplo:

- **Plan de Ordenamiento Territorial:** Las ciudades han implementado un Plan de Ordenamiento Territorial (POT) que busca regular el uso del suelo y promover un crecimiento planificado y sostenible del turismo en la ciudad. El POT incluye medidas para proteger los recursos naturales y culturales de la región, así como para garantizar la calidad de vida de la población local.

- **Programas de Turismo Social:** El Programa de Turismo Social busca fomentar el acceso al turismo de personas en situación de vulnerabilidad o de bajos recursos económicos. Para ello, se han establecido programas de incentivos para los prestadores de servicios turísticos que ofrezcan tarifas especiales para esta población, y se han creado planes de financiación para que puedan acceder a los servicios turísticos (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2009)

- **Alianzas Público-Privadas para el Desarrollo Turístico:** Las alianzas público-privadas son acuerdos entre entidades gubernamentales y empresas privadas para impulsar el desarrollo de proyectos turísticos. Estas alianzas han permitido la creación de infraestructura turística, la mejora de los servicios turísticos y la promoción de destinos turísticos (Alianzas Cideal, 2023)
- **Programas de Turismo de Naturaleza:** El Programa de Turismo de Naturaleza busca promover el turismo en áreas naturales protegidas y fomentar la conservación del patrimonio natural. Para ello, se han desarrollado proyectos turísticos que permiten el acceso controlado y responsable a estas áreas, y se han establecido programas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2012)
- **Programas de Turismo Gastronómico:** El Plan Estratégico de Turismo Gastronómico busca promover la riqueza culinaria de Colombia y fomentar el turismo gastronómico. Para ello, se han desarrollado rutas gastronómicas en diferentes regiones del país, se han establecido festivales gastronómicos y se ha trabajado en la formación de los prestadores de servicios turísticos en la promoción de la gastronomía local (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2016)
- **Programas de Turismo LGBT:** El Programa de Turismo LGBT busca fomentar el turismo para personas LGBT y promover la inclusión y la diversidad en el sector turístico. Para ello, se han establecido programas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en la atención a este segmento de mercado, y se ha trabajado en la promoción de destinos y productos turísticos dirigidos a este público (Instituto Distrital de Turismo, 2020)
- **Cluster de Turismo de Negocios:** Busca promover el turismo de reuniones y eventos en Colombia y fomentar el desarrollo de este segmento del mercado. Para ello, se ha trabajado en la mejora de la infraestructura para la realización de eventos, se ha establecido un sistema de

incentivos para la atracción de eventos internacionales y se ha promovido la oferta de servicios turísticos complementarios para este tipo de turismo (Clúster Turismo Bogotá - Región, 2018)

Las Cámara de Comercio de las respectivas ciudades han apoyado a fomentar la oferta turística (productos y servicios) para contribuir al desarrollo económico y competitivo de los destinos turísticos (Camara de comercio de Medellín para Antioquia, 2023)

- **Estrategia de Turismo Digital:** La Estrategia de Turismo Digital busca promover el uso de tecnologías digitales en el sector turístico, para mejorar la experiencia de los turistas y la competitividad de los prestadores de servicios turísticos. Esta estrategia incluye acciones como el desarrollo de plataformas digitales para la promoción turística, la implementación de tecnologías de realidad aumentada y la capacitación de los prestadores de servicios en el uso de herramientas digitales.

“En pocas palabras, se trata del marketing digital aplicado al turismo, cuyo objetivo es captar la atención de los usuarios de manera efectiva... a través de canales como Apps móviles, google, meta buscadores, redes sociales” (Ostelea, 2021)

Estas son algunas de las estrategias y políticas que se han implementado en Colombia para impulsar el turismo y mejorar su competitividad. El país ha trabajado en diferentes áreas para fomentar un turismo sostenible, responsable e inclusivo, se han establecido planes y programas a largo plazo para el desarrollo del sector turístico.

5.2.10. Turismo sostenible y responsable: conceptos y herramientas para evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos

En esta sección, se analizará la importancia del desarrollo turístico sostenible y cómo se podría aplicar en las ciudades objeto de estudio. Se incluirán además iniciativas y prácticas sostenibles en el sector turístico, emanadas por los organismos mundiales y nacionales

En el ámbito nacional está la política de turismo sostenible “Unidos por la Naturaleza” que tiene como objetivo posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local. (Mintic, 2022)

Para tal fin, esta política adopta una visión a largo plazo del sector, que se materializa en un plan estratégico al año 2030, el cual busca armonizar los objetivos de desarrollo económico y socio-cultural del turismo, con la necesidad de proteger el capital natural que hace de nuestro país un destino atractivo para un alto volumen de turistas y que es una de sus principales fuentes de riqueza y de generación de equidad (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2023)

La matriz estratégico-política de turismo sostenible contempla el fortalecimiento de la información para la gestión del turismo sostenible, la consolidación de la gobernanza para el desarrollo del turismo sostenible, la inversión e innovación para la generación de valor agregado a partir del turismo sostenible, la gestión sostenible y responsable del capital natural por parte de la oferta turística, el fomento de una cultura de viaje sostenible en Colombia y el posicionamiento de Colombia como destino turístico sostenible.

Dentro de sus **objetivos específicos** están los siguientes:

- Fortalecer la oferta turística sostenible en Colombia.
- Fomentar la educación y la conciencia ambiental en el sector turístico.
- Mejorar la gestión ambiental de los destinos turísticos.
- Incrementar la participación de las comunidades locales en el turismo sostenible.
- Posicionar a Colombia como un destino turístico sostenible a nivel internacional.

Las estrategias a tomar en un determinado momento por parte de las ciudades serían:

- Desarrollar programas de capacitación y certificación para los prestadores de servicios turísticos en temas de sostenibilidad.

- Establecer incentivos para las empresas turísticas que adopten prácticas sostenibles.

- Crear una red de destinos turísticos sostenibles en Colombia.

- Promover la creación de empresas turísticas sostenibles por parte de las comunidades locales.

- Fomentar la inversión en infraestructura turística sostenible.

- Establecer alianzas con organizaciones internacionales y empresas privadas para promover el turismo sostenible en Colombia.

Sus indicadores que ayudan a medir, controlar y mejorar el plan de acción, son:

- Número de prestadores de servicios turísticos capacitados en temas de sostenibilidad.

- Porcentaje de empresas turísticas que adoptan prácticas sostenibles.

- Número de destinos turísticos sostenibles en Colombia.

- Porcentaje de empresas turísticas sostenibles creadas por comunidades locales.

- Monto de la inversión en infraestructura turística sostenible.

- Posicionamiento de Colombia en rankings internacionales de destinos turísticos sostenibles.

Las metas a fijar y lograrlas:

- Capacitar a x número de prestadores de servicios turísticos en temas de sostenibilidad en los próximos 5 años.

- Lograr que el 50% de las empresas turísticas adopten prácticas sostenibles en los próximos 10 años.

- Establecer una red de destinos turísticos sostenibles en los próximos 5 años.

- Fomentar la creación de xx número de empresas turísticas sostenibles por parte de las comunidades locales en los próximos 10 años.
- Aumentar la inversión en infraestructura turística sostenible en un 30% en los próximos 5 años.
- Posicionar la ciudad entre los 10 primeros destinos turísticos sostenibles a nivel de Latinoamérica en los próximos 10 años.

Este plan estratégico va en concordancia con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO- que promueve el turismo sostenible y es entendido como aquel que "respeta tanto a las personas que visitan una zona como a las que viven allí, así como el medio ambiente y la cultura de la comunidad anfitriona", o la emitida por la Organización Mundial del Turismo -OIT- que lo define como "el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas" (Unesco, 2017)

En otras palabras, el turismo sostenible busca minimizar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente y en las comunidades locales, y maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales para las personas y las regiones que lo acogen.

La UNESCO considera que el turismo sostenible es un enfoque clave para el desarrollo sostenible y la lucha contra la pobreza, y promueve la adopción de políticas y prácticas sostenibles en toda la cadena de valor del turismo, desde la planificación y gestión del destino turístico hasta las actividades turísticas en sí mismas y la gestión de los residuos y la energía.

De tal modo, que las ciudades son conscientes que el camino a seguir es, parodiando a la UNESCO, desarrollar un turismo sostenible que influya positivamente en las comunidades

locales, promover y proteger el patrimonio, preservar la biodiversidad y los recursos naturales, y fomentar los valores de comprensión cultural.

5.2.10.1. Desarrollo turístico sostenible en los destinos turísticos objeto de estudio

Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá podrían ayudar a fomentar el desarrollo turístico sostenible mediante algunas medidas que garanticen la conservación del medio ambiente, la cultura local y el acompañamiento de la comunidad local, entre ellas:

- **Fomentar el turismo responsable:** Las autoridades turísticas pueden educar a los turistas sobre las prácticas sostenibles en viajes, como la minimización del impacto ambiental, el respeto a las comunidades locales y el patrimonio cultural.
- **Desarrollar una infraestructura turística sostenible:** Se deben construir instalaciones turísticas, como hoteles y restaurantes, utilizando materiales sostenibles y energías renovables, reduciendo así la huella ambiental.
- **Promover el ecoturismo:** Se puede impulsar el turismo en áreas naturales, fomentando la conservación y el cuidado de la biodiversidad local
- **Respetar la cultura local:** Se puede promover el turismo cultural, que respeta la cultura y las tradiciones de la comunidad local, permitiendo así un beneficio mutuo para turistas y la comunidad local.
- **Incentivar la participación de la comunidad local:** Es importante incluir a las comunidades locales en la planificación y desarrollo de proyectos turísticos, lo que les permite tener una voz activa y tomar decisiones que sean beneficiosas para el desarrollo sostenible de la región.
- **Fomentar el transporte sostenible:** Se puede impulsar el uso de bicicletas, caminatas y transporte público sostenible, lo que reduce la huella de carbono de los turistas.

- **Medir y monitorear el impacto ambiental:** Las autoridades turísticas deben implementar herramientas de medición y monitoreo para evaluar el impacto ambiental de las actividades turísticas y así tomar medidas para reducir su huella de carbono.
- **Reducir el consumo de energía y agua:** Se pueden implementar políticas y prácticas para reducir el consumo de energía y agua en las instalaciones turísticas, como la instalación de sistemas de eficiencia energética y la recolección de agua de lluvia.
- **Reducir el uso de plásticos:** Se pueden implementar políticas para reducir el uso de plásticos de un solo uso en las instalaciones turísticas y en las áreas turísticas.
- **Apoyar a los proveedores locales:** Se puede fomentar el uso de productos y servicios de proveedores locales en las instalaciones turísticas, lo que ayuda a la economía local y reduce la huella de carbono del transporte de bienes.
- **Implementar programas de gestión de residuos:** Se pueden establecer sistemas para la gestión de residuos en las instalaciones turísticas y en las áreas turísticas, promoviendo la separación de residuos y su posterior reciclaje y/o disposición adecuada.
- **Desarrollar programas de educación ambiental:** Se pueden desarrollar programas de educación ambiental para turistas y comunidades locales, promoviendo la conciencia ambiental y el respeto por la naturaleza y la cultura local.
- **Fomentar el turismo comunitario:** Se puede promover el turismo comunitario, que permite a los turistas interactuar con la comunidad local y aprender de sus costumbres, creencias y prácticas.
- **Promover la conservación del patrimonio cultural:** Se puede fomentar la conservación y restauración del patrimonio cultural, permitiendo a los turistas experimentar la riqueza histórica y cultural de la región.

- **Establecer medidas de seguridad turística:** Las autoridades turísticas deben establecer medidas de seguridad para garantizar la seguridad de los turistas y la comunidad local, lo que fomenta una experiencia turística sostenible y segura.
- **Promover el turismo de bajo impacto:** Se puede fomentar el turismo de bajo impacto, que se enfoca en actividades que no dañan el medio ambiente o la cultura local.
- **Desarrollar programas de voluntariado:** Se pueden desarrollar programas de voluntariado para turistas que deseen contribuir al desarrollo sostenible de la región.
- **Fomentar el turismo responsable en el mar:** Se puede promover el turismo responsable en el mar, fomentando el respeto por los ecosistemas marinos y las comunidades costeras.
- **Promover la protección de la biodiversidad:** Se puede fomentar la protección de la biodiversidad en las áreas turísticas, mediante la promoción de la observación responsable de animales y la educación sobre la importancia de la conservación de la biodiversidad.
- **Implementar políticas de turismo inclusivo:** Se pueden implementar políticas para fomentar el turismo inclusivo, que promueva el acceso de todas las personas, incluyendo a personas con discapacidades, a las instalaciones turísticas y las actividades turísticas.
- **Promover la gastronomía local sostenible:** Se puede promover la gastronomía local sostenible, fomentando el uso de productos locales y orgánicos en los restaurantes y establecimientos turísticos.
- **Implementar políticas de turismo justo:** Se pueden implementar políticas de turismo justo, que promuevan la distribución justa de los beneficios del turismo entre la comunidad local, los turistas y los prestadores de servicios turísticos.
- **Desarrollar un turismo de proximidad:** Se puede fomentar el turismo de proximidad, que promueve el turismo local y regional, reduciendo así la huella de carbono del transporte.

- **Promover el uso de tecnologías sostenibles:** Se puede promover el uso de tecnologías sostenibles en las instalaciones turísticas, como la energía solar y la iluminación LED, lo que reduce la huella ambiental.

Estas son algunas medidas adicionales que pueden ayudar a fomentar el desarrollo turístico sostenible en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá.

El desarrollo turístico sostenible requiere de un enfoque holístico que tome en cuenta los aspectos ambientales, culturales, económicos y sociales del turismo. La promoción de la educación ambiental y cultural, la diversificación de la oferta turística, el apoyo al turismo rural, la promoción del turismo inclusivo y la medición y monitoreo del impacto del turismo son algunas de las medidas adicionales que pueden contribuir a promover y proteger el medio cultural y ambiental, y la comunidad local.

Un ejemplo de ello es la ciudad de Cartagena en aplicar planes, estrategias o políticas de turismo sostenible y encaminadas a ser más amigable con el medio ambiente y las comunidades locales. Desde 2014 se alineó hacia una política de desarrollo turístico sostenible con el proyecto de certificación del Centro Histórico como un destino de turismo sostenible. El artículo “Sostenibilidad turística en Cartagena de Indias, una mirada a la gestión del turismo sostenible como motor impulsor del desarrollo y la inclusión social en este destino turístico” es una investigación que evalúa la gestión realizada al respecto y analiza los avances en la mitigación de los impactos que la actividad turística genera en este destino, y plantear un mecanismo de medición del sistema a nivel de ciudad, nos da una idea del interés de las entidades respectivas para ir en concordancia con las políticas nacionales e internacionales de un turismo sostenible (Beltrán, Ocampo, & Castillo, 2018)

En un artículo publicado por la Universidad Externado de Colombia titulado “Evaluación del potencial para el desarrollo de turismo sostenible en el corregimiento de Taganga, distrito de Santa Marta (Colombia)”, nos muestra cómo el corregimiento de Taganga, que hace parte de Santa Marta, ha implementado un modelo de turismo sostenible. Es otra gestión por parte de las autoridades locales de estar a la vanguardia en este tema de suma importancia para el turismo, las comunidades locales y el medio ambiente (Botero & Zielinski, 2010)

Medellín no es la excepción, el “Plan de acción de turismo en el marco del programa Desarrollo Económico Sostenible del Área Metropolitana del Valle de Aburrá busca potencializar la movilización social y cultural hacia un futuro sostenible conforme a los lineamientos de la industria cultural y creativa. El plan es una herramienta empleada para desarrollar y gestionar estrategias y acciones de promoción de turismo sostenible, seguro y responsable” y es la directriz la Alcaldía de Medellín para la ciudad y el Área Metropolitana y nos muestra las diferentes iniciativas o proyectos encaminados a tal propósito (Turismo Sostenible, 2023)

La ciudad de Bogotá también está alineado a un desarrollo turístico sostenible, y un ejemplo de ello es la gestión de la Alcaldía Distrital conjuntamente con el Instituto Distrital de Turismo para implementar programas tendientes a “brindar los lineamientos a partir de los cuales el sector turístico y los demás actores que componen la cadena de valor, involucren dentro de sus planes de acción el pilar de sostenibilidad como un factor clave de competitividad y desarrollo de su actividad” tal como reza en el portal web de la entidad (Instituto Distrital de Turismo, 2021)

Estos son sólo algunos ejemplos de desarrollo turístico sostenible que ejecutan las ciudades objeto de estudio y cómo estos destinos turísticos tratan de minimizar el impacto sobre el medio ambiente y las comunidades locales.

5.2.11. Incidencias del turismo y su análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá

Esta sección abordará el tema de las incidencias negativas que el turismo trae, incluyendo los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales. Se incluirá algunas medidas que han realizado cada una de las ciudades para minimizar dichas incidencias las negativas del turismo y maximizar los impactos positivos.

Es importante tener en cuenta que estas incidencias negativas que se relacionarán a continuación no son exclusivas de las ciudades objeto de estudio y pueden aplicarse a muchas otras ciudades del país, sin embargo, estas ciudades son un ejemplo de cómo el turismo puede afectar a las comunidades locales. Por eso, es importante que los turistas, autoridades y residentes locales trabajen juntos para minimizar estos impactos y lograr un equilibrio sostenible entre el turismo y el desarrollo local.

Entre las incidencias negativas que el turismo puede traer:

- **Saturación de la infraestructura:** El aumento en la cantidad de turistas puede ejercer una gran presión en la infraestructura existente, incluyendo carreteras, aeropuertos, hoteles, restaurantes y otros servicios, lo que puede generar un estrés en los recursos y una degradación de la calidad de vida de los residentes locales.
- **Contaminación:** El turismo puede tener un impacto negativo en el medio ambiente, incluyendo la contaminación del aire, el agua y la tierra. La actividad turística, como el uso de vehículos y la construcción de hoteles y resorts, puede generar emisiones de gases de efecto invernadero y la producción de desechos sólidos y líquidos que contaminan los cuerpos de agua.

- **Destrucción de los sitios culturales y patrimonios:** La afluencia masiva de turistas puede generar una presión sobre los sitios culturales y patrimonios de las ciudades, lo que puede provocar la degradación y la pérdida de su valor histórico y cultural.
- **Explotación laboral:** El turismo puede generar empleo, pero también puede propiciar la explotación laboral de los trabajadores del sector, en especial los que realizan trabajos precarios como en la construcción de infraestructuras turísticas y servicios.
- **Aumento de los precios:** El turismo puede generar una inflación de los precios en las ciudades, especialmente en aquellos productos y servicios que son de alta demanda por parte de los turistas. Esto puede afectar negativamente el presupuesto de los residentes locales y disminuir su calidad de vida.
- **Pérdida de la autenticidad cultural:** El turismo masivo puede llevar a la comercialización excesiva de la cultura local, lo que puede disminuir la autenticidad de las tradiciones y costumbres locales y transformarlas en productos turísticos sin valor real.
- **Discriminación y exclusión:** En algunos casos, el turismo puede exacerbar la discriminación y la exclusión social. Por ejemplo, los residentes locales pueden sentirse marginados por la presencia masiva de turistas o pueden no tener acceso a las oportunidades económicas y sociales generadas por la industria turística.
- **Cambios en la estructura socioeconómica:** El turismo puede provocar cambios en la estructura socioeconómica de las ciudades, lo que puede generar un aumento de la desigualdad económica y social, especialmente si los beneficios del turismo no se distribuyen de manera equitativa entre los residentes locales.

- **Inflación de los precios de bienes raíces:** El turismo puede impulsar la demanda de bienes raíces, lo que puede generar un aumento en los precios de los mismos y hacer que los residentes locales tengan dificultades para acceder a una vivienda asequible.

- **Degradación de la calidad de vida de los residentes locales:** El aumento en la cantidad de turistas puede afectar la calidad de vida de los residentes locales, por ejemplo, por el ruido y la congestión vehicular que genera el turismo.

Es importante que el turismo se desarrolle de manera sostenible y responsable, para minimizar estas incidencias negativas y promover un desarrollo equilibrado y justo para las comunidades locales.

Respecto al impacto ambiental en las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá por causa del turismo y sus posibles consecuencias, son:

- **Degradación del ecosistema:** La actividad turística y la expansión urbana pueden dañar los ecosistemas, alterar los hábitats y afectar la calidad del agua.

- **Cambio en el uso de suelo:** El crecimiento urbano de las ciudades puede generar cambios en el uso del suelo, con la conversión de áreas verdes, bosques y zonas agrícolas en áreas urbanas y turísticas. Esto puede afectar la biodiversidad, alterar los ciclos hidrológicos y generar la pérdida de suelos productivos.

- **Generación de residuos y contaminación:** La actividad turística y la expansión urbana generan grandes cantidades de residuos sólidos y líquidos, que pueden contaminar el aire, el agua y el suelo. La falta de adecuados sistemas de gestión y tratamiento de residuos puede tener un impacto negativo en la salud pública y en el medio ambiente.

- **Cambio en el clima y el paisaje:** La expansión urbana y el aumento de la actividad turística pueden afectar el clima local y alterar el paisaje natural. La emisión de gases de efecto

invernadero, la construcción de infraestructuras y la deforestación pueden cambiar la temperatura, el clima y la apariencia del paisaje de las ciudades.

- **Impacto en la biodiversidad y la fauna local:** Las ciudades objeto de estudio son ricas en biodiversidad, con una gran variedad de especies de fauna y flora, sin embargo, la actividad turística puede afectar la supervivencia y el hábitat de las especies locales. La expansión urbana, la deforestación y la contaminación pueden llevar a la pérdida de la biodiversidad y la extinción de especies.

- **Impacto en la calidad del aire:** El aumento del tráfico vehicular y la actividad industrial pueden afectar la calidad del aire en la ciudad. La emisión de gases de efecto invernadero, gases tóxicos y partículas finas pueden afectar la salud de los residentes locales y dañar los ecosistemas naturales.

- **Impacto en la disponibilidad y calidad del agua:** La actividad turística y la expansión urbana pueden afectar la disponibilidad y calidad del agua en la ciudad. El aumento de la demanda de agua puede llevar a la sobreexplotación de los recursos hídricos, la contaminación del agua y la disminución de los caudales de los ríos y arroyos.

- **Impacto en la salud humana:** La contaminación del aire, el agua y el suelo puede tener un impacto negativo en la salud de los residentes locales. La exposición a sustancias tóxicas puede llevar a problemas respiratorios, enfermedades de la piel y otros problemas de salud.

- **Alteración del equilibrio ecológico:** La actividad turística puede alterar el equilibrio ecológico de las ciudades. La construcción de infraestructuras y la expansión urbana pueden fragmentar los ecosistemas naturales y afectar las interacciones entre las diferentes especies y los procesos ecológicos.

○ **Conflictos sociales:** La actividad turística y la expansión urbana pueden generar conflictos sociales entre los residentes locales y los turistas o entre los diferentes actores implicados en el desarrollo de la ciudad. La falta de participación y diálogo entre las partes interesadas puede aumentar la tensión y generar problemas en la gestión de los recursos naturales y económicos.

Es importante destacar entonces que una evaluación del impacto ambiental-EIA- permitiría identificar los posibles impactos ambientales, sociales y económicos de la actividad turística, lo que permitiría tomar medidas de prevención y mitigación, promover un desarrollo sostenible y garantizar la protección del medio ambiente para las generaciones presentes y futuras.

Para una mayor ilustración mencionaremos en este aparte algunas acciones o gestiones concretas por parte de las autoridades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá.

La ciudad de Santa Marta, por ejemplo, ha identificado los impactos ambientales que trae consigo el turismo y ha desarrollado estrategias, planes y proyectos para minimizar dichos impactos negativos en las comunidades locales y el medio ambiente (Setp Santa Marta, 2023)

La ciudad de Cartagena a través de sus entes respectivos ha identificado los impactos del turismo y la problemática que esto conlleva. El Observatorio Ambiental de Cartagena de Indias ha recogido una serie de problemáticas ambientales del Distrito de Cartagena, y con base en ellas se han realizado iniciativas para contrarrestar dichos impactos negativos (EPA Cartagena, 2023)

Un caso específico es lo que hace el Establecimiento Público Ambiental -EPA- en la ciudad heroica dentro de sus funciones de ejecutar las políticas, planes y programas nacionales en materia ambiental definidos por la Ley Aprobatoria del Plan Nacional de Desarrollo, del Plan Nacional de Inversiones del Ministerio de Ambiente, como es el caso de los problemas

ambientales del sector El Laguito y cuyo propósito del proyecto es buscar una mejor oxigenación y el intercambio de aguas entre el sector turístico y residencial El Laguito y la Bahía de Cartagena (Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, 2022)

Respecto a la capital de Antioquia, el Plan Estratégico de Turismo de Medellín 2018-2024 que tiende a un turismo sostenible, responsable, competitivo y transformador han propuesto varios proyectos tácticos como una estrategia para generar valor para el visitante, ser más asertivos, eficientes y gestión colaborativa para “aquellos aspectos que se deben modificar, las brechas que se deben vencer para lograr mejorar la gestión del destino, el desarrollo de la oferta y su éxito en los mercados durante los próximos años”, y por supuesto se incluyen factores negativos que el turismo trae para la ciudad en temas ambientales, económicos y culturales (Alcaldía de Medellín, 2018)

En Bogotá son varias iniciativas para mitigar el impacto negativo que el turismo conlleva con la participación de entidades como el Instituto Distrital de Turismo (IDT), las Alcaldía Locales, Cámara de Comercio de Bogotá, COTELCO, el Clúster de Turismo, entre otros, para emprender proyectos que busquen acciones concretas para contrarrestar dichos efectos.

Por ejemplo, de uno de tantos, es el proceso de certificación en sostenibilidad turística para el área delimitada del Centro Histórico La Candelaria y con ello se busca “identificar y priorizar aspectos e impactos positivos y negativos de las actividades turísticas, diseñar y dinamizar programas para la gestión de la sostenibilidad, auditar el proceso de manera interna y, con esto, la implementación de los requisitos de sostenibilidad de la *Norma Técnica Sectorial para Áreas y Destinos Turísticos Sostenibles de Colombia [NTS TS 001-1]*” (Estudios y Perspectivas en Turismo, 2020)

Estos ejemplos, sólo son una muestra de las acciones que las autoridades locales realizan para prevenir, mitigar y corregir los efectos o impactos que el turismo causa en las comunidades locales y el medio ambiente.

5.2.12. *Análisis del turismo regenerativo: para un turismo más responsable y sostenible*

En esta sección, se incluirá una serie de acciones que han o podrán implementar cada una de las ciudades objeto de la investigación para un turismo más sostenible y responsable, independiente de las estrategias, políticas y planes que se realizan, como es el apoyo a las comunidades locales, conservación del medioambiente, conciencia cultural, educación, prácticas turísticas responsables, entre otras.

El turismo regenerativo surge como una respuesta a los impactos negativos que el turismo convencional ha tenido en los destinos turísticos y en el medio ambiente. El turismo convencional a menudo ha sido criticado por su enfoque en el crecimiento económico a corto plazo, a menudo a expensas de la cultura local, la economía y el medio ambiente.

“En estos últimos años, el turismo regenerativo se ha propuesto ir más allá de reducir el impacto negativo en el planeta. Su misión principal es la de aportar un valor añadido que propicie una mejora sustancial del destino que se va a visitar. Su objetivo es claro: dotar al turista de mecanismo que reduzcan considerablemente los impactos negativos que genera cuando decide realizar un viaje, convirtiéndose en una poderosa herramienta para regenerar aquellos recursos naturales que se encuentran en el destino y, por último, favorecer una mejor repartición de los ingresos en las poblaciones locales” apreciación que recoge y sentir de esta tendencia (Lovesharing, 2023)

El turismo regenerativo busca un enfoque más holístico y sostenible para el turismo, que se centra en la regeneración y restauración de los destinos turísticos y sus comunidades, y en la

protección del medio ambiente. El objetivo es crear experiencias turísticas más auténticas y significativas, que fomenten la conexión con la naturaleza y la cultura local, y que tengan un impacto positivo en las comunidades locales.

Socatelli explica en una investigación titulada “Fundamentos del Desarrollo Regenerativo y el Turismo Regenerativo” que “el desarrollo regenerativo sustenta en seis pilares o ámbitos: (cultural – social – político – económico – espiritual y ecológico), actuando de manera dinámica, entremezclándose en un holismo verdadero y en permanente evolución. El enfoque holístico es multi-sistémico y por lo tanto pone el estudio del todo antes que el de las partes” (Socatelli, 2021)

El turismo regenerativo se enfoca entonces en construir relaciones más fuertes y colaborativas entre los turistas y las comunidades locales, y en promover prácticas turísticas responsables y sostenibles. A través del turismo regenerativo, se busca crear una experiencia turística más profunda y significativa, que fomente la comprensión y el respeto por la cultura y la naturaleza local, y que a la vez contribuya a la conservación y regeneración de los destinos turísticos.

“Esta modalidad plantea una nueva relación armónica entre el individuo, la naturaleza y la sociedad“, se cita esta frase en un artículo de la National Geographic, y explica que “persigue el objetivo de que todos los componentes puedan experimentar bienestar como una actividad que aporta al tejido social y a la identidad local” , además sumado a eso “conlleva a que los beneficios aumenten para todos y se valore la innovación, la integración social, la revitalización de la cultura y sus formas de vida, la restauración ecológica y la protección de lugares para la conservación como sitios de inspiración profunda y resguardo del origen y su memoria (National Geographic, 2022)

El turismo regenerativo se enfoca además en fomentar prácticas turísticas más sostenibles y regenerativas que contribuyan a la regeneración y restauración del medio ambiente, la economía local y la cultura de una zona turística. Entre los aspectos a tener en cuenta en el turismo regenerativo:

- **Sostenibilidad ambiental:** Se busca minimizar el impacto ambiental del turismo a través de prácticas sostenibles y regenerativas, como la gestión responsable de residuos, el uso eficiente de recursos naturales y la promoción de energías renovables.
- **Responsabilidad social:** Se busca promover la inclusión social y la participación activa de la comunidad local en el desarrollo turístico de la zona, así como el respeto a los derechos humanos y la diversidad cultural.
- **Desarrollo económico local:** Se busca fomentar el desarrollo económico sostenible de la zona a través del apoyo a las empresas y emprendimientos locales, así como la promoción de la economía circular y la diversificación económica.
- **Conservación del patrimonio cultural y natural:** Se busca preservar y promover el patrimonio cultural y natural de la zona, incluyendo la protección de la biodiversidad, la gestión del patrimonio cultural y la promoción del turismo responsable.
- **Educación y sensibilización:** Se busca fomentar la educación y sensibilización sobre el turismo sostenible y regenerativo, tanto entre los turistas como entre la comunidad local, a fin de promover una cultura turística más responsable y sostenible.
- **Participación de los turistas:** Se busca fomentar la participación activa de los turistas en la regeneración de la zona turística, a través de iniciativas como voluntariados y proyectos de turismo comunitario.

- **Diseño de itinerarios turísticos:** Se busca diseñar itinerarios turísticos que promuevan la sostenibilidad y regeneración de la zona, incluyendo visitas a sitios de interés cultural y natural, así como la participación en actividades turísticas sostenibles.

- **Apoyo a la innovación:** Se busca fomentar la innovación y el emprendimiento en el sector turístico, apoyando a empresas que promuevan prácticas turísticas sostenibles y regenerativas.

- **Cooperación intersectorial:** Se busca fomentar la cooperación entre los distintos actores involucrados en el sector turístico, incluyendo empresas turísticas, la comunidad local, instituciones gubernamentales y organizaciones sin fines de lucro, a fin de promover una gestión turística sostenible y regenerativa.

- **Monitoreo y evaluación:** Se busca monitorear y evaluar constantemente el impacto del turismo en la zona turística, a fin de identificar oportunidades de mejora y garantizar que las prácticas turísticas sean sostenibles y regenerativas.

Para ello, los entes gubernamentales con la colaboración de la comunidad más la participación del sector privado y la sociedad civil, podrán adelantar acciones sobre turismo regenerativo con la finalidad de:

- Explorar diversas iniciativas y prácticas turísticas sostenibles y regenerativas para fomentar la sostenibilidad y la conservación de la cultura y el medio ambiente en los destinos turísticos.

- Analizar los principales enfoques de turismo regenerativo en el destino turístico.

- Promover prácticas turísticas más sostenibles y regenerativas en el destino turístico.

- Evaluar la efectividad de las iniciativas y examinar los desafíos y oportunidades del turismo regenerativo para su implementación a largo plazo.

- Explorar iniciativas de turismo comunitario.
- Explorar iniciativas de la conservación de la cultura.
- Explorar iniciativas de la conservación del medio ambiente.
- Proponer un marco conceptual para el turismo regenerativo en el destino turístico, basado en la interconexión entre la cultura, la naturaleza y el turismo sostenible.
- Examinar la relación entre el turismo comunitario y el desarrollo sostenible en el destino turístico.
- Analizar cómo el turismo regenerativo puede mejorar la calidad de la experiencia turística y fomentar la sostenibilidad.
- Analizar la importancia de la colaboración entre los diferentes actores turísticos para fomentar prácticas turísticas más sostenibles y regenerativas.
- Examinar la relación entre el turismo regenerativo y las comunidades locales destacando la importancia de la participación de la comunidad en el turismo regenerativo, y cómo esto puede mejorar la conservación de la cultura y el medio ambiente.
- Examinar la literatura disponible sobre turismo regenerativo de los destinos turísticos.
- Promover prácticas turísticas más sostenibles para mejorar la experiencia turística de los visitantes.
- Analizar los impactos del turismo y debilidades
- **Percepción negativa:** A pesar de su transformación en las últimas décadas, Medellín todavía enfrenta una percepción negativa debido a su pasado violento y a la presencia de grupos criminales, lo que puede disuadir a algunos turistas de visitarla.

- **Dificultades de acceso:** A pesar de su buena infraestructura turística, la ciudad todavía enfrenta problemas de acceso a algunos de sus atractivos turísticos, debido a su topografía accidentada.
- **Falta de planificación turística:** Medellín ha experimentado un rápido crecimiento turístico en los últimos años, lo que ha generado preocupaciones sobre la falta de planificación turística a largo plazo y su impacto en la sostenibilidad turística de la ciudad.
- **Contaminación del aire:** La ciudad enfrenta problemas de contaminación del aire debido a su topografía y a la alta densidad de tráfico vehicular, lo que puede afectar negativamente la experiencia turística de algunos visitantes.
- **Falta de señalización y orientación turística:** Medellín ha enfrentado problemas en la señalización y la orientación turística en algunos lugares, lo que puede dificultar la visita de algunos turistas.
- **Barreras del idioma:** Aunque la mayoría de la población habla español, puede haber barreras del idioma para los turistas que no hablan el idioma, lo que puede dificultar su experiencia turística en la ciudad.

A pesar de las fortalezas turísticas de Medellín, existen desafíos que deben ser abordados para mantener su competitividad y asegurar una experiencia turística satisfactoria para todos los visitantes.

Metodología utilizada que respalda la investigación para la obtención de resultados y conclusiones

El marco metodológico será una investigación descriptiva y comparativa sobre el análisis de la oferta turística de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022 y se puede estructurar de la siguiente manera:

- **Tipo de investigación:** La investigación será de tipo descriptiva y comparativa, ya que se pretende describir y comparar las características de la oferta turística de las ciudades seleccionadas durante el año 2022.
- **Muestra:** La muestra serán aquellos elementos de la oferta turística (productos y servicios) de las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante el año 2022 que puedan representar las características de cada ciudad y que permitan la comparación entre ellas.
- **Técnica de recolección de datos:** Se utilizarán la técnica de revisión de documentos referente al tema en mención. La revisión de documentos permitirá obtener información sobre la oferta turística disponible en cada ciudad y su posterior análisis y comparación.
- **Análisis de datos:** Se utilizará un enfoque de investigación bibliográfica, es decir se centrará en seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá, durante 2022” a partir de fuentes documentales, y mediante los resultados obtenidos se comparará las características de la oferta turística en cada ciudad.
- **Validación de los resultados:** Se utilizará la técnica de triangulación, en otras palabras, la articulación y validación de datos a través del cruce de dos o más fuentes.

- **Resultados:** Los resultados se presentarán en forma de comparación de las características de la oferta turística de cada ciudad, destacando las fortalezas y debilidades de cada una y las oportunidades y amenazas para el desarrollo turístico.
- **Conclusiones y recomendaciones:** Con base en los resultados obtenidos, se presentarán conclusiones y recomendaciones para mejorar la oferta turística en cada ciudad y para mejorar el desarrollo turístico en general.

En síntesis, el marco metodológico para una investigación descriptiva y comparativa sobre el análisis de la oferta turística de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá durante 2022 se basa en una muestra seleccionada identificada a partir de la revisión bibliográfica sobre el tema en referencia y utilizando la técnica de recolección de datos para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas y posteriormente dar unas conclusiones y recomendaciones.

Resultados de la investigación

En este capítulo, nos detendremos en exponer algunos resultados luego de revisar, analizar y comparar los datos recopilados en el trabajo “Análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a Cartagena, Medellín y Bogotá, durante 2022”, lo cual nos permitió obtener diferencias y semejanzas de la oferta y demanda turística de estas ciudades objeto de estudio y realizar, igualmente, una comparación entre ellas.

7.1. Diferencias y semejanzas de la oferta turística de Santa Marta y Cartagena

Santa Marta y Cartagena son dos destinos turísticos que a pesar de su cercanía son muy distintas, aunque obviamente también tienen similitudes en su oferta turística. Presentaremos algunas de ellas.

7.1.1. Diferencias

- **Ubicación geográfica:** Santa Marta se encuentra en la costa caribeña de Colombia, mientras que Cartagena está un poco más al sur en la misma costa.
- **Tamaño de la ciudad:** Cartagena es una ciudad mucho más grande y densamente poblada que Santa Marta.
- **Arquitectura:** Cartagena es conocida por su hermosa arquitectura colonial española, mientras que Santa Marta tiene más influencia indígena y africana en su arquitectura.
- **Playas:** Santa Marta tiene algunas de las playas más hermosas de Colombia, incluyendo la famosa Playa Blanca, mientras que Cartagena tiene playas cercanas, pero no tan impresionantes como las de Santa Marta.
- **Parques naturales:** Santa Marta es un destino popular para los amantes de la naturaleza, ya que cuenta con el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta, dos de

las atracciones turísticas más populares en Colombia. Cartagena, por otro lado, tiene el Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo, que es conocido por sus hermosas islas y arrecifes de coral.

- **Turismo de compras:** Cartagena es conocida por ser un destino de compras, con tiendas que venden artesanías, ropa y joyas. Santa Marta no tiene tanta oferta de compras como Cartagena.

- **Centro histórico:** Cartagena tiene un centro histórico amurallado que es Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO y es uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad. Santa Marta también tiene un centro histórico, pero no es tan grande ni tan bien conservado como el de Cartagena.

7.1.2. Semejanzas

- Ambas ciudades son destinos turísticos muy importantes en Colombia.
- Ambas tienen una rica historia y cultura.
- Ambas tienen una amplia variedad de opciones de alojamiento, desde hostales hasta hoteles de lujo.
- Ambas tienen una gran oferta gastronómica, con restaurantes que ofrecen cocina local e internacional.
- Ambas tienen vida nocturna activa y una amplia variedad de opciones de entretenimiento.
- Ambas ciudades tienen clima cálido y agradable durante todo el año.
- Tanto Santa Marta como Cartagena tienen una amplia oferta de actividades al aire libre, como senderismo, snorkel, buceo y paseos en bote.
- Ambas ciudades ofrecen una experiencia auténtica de la cultura y la gastronomía caribeñas, con platos típicos como el arroz con coco y el pescado frito.

- Ambas ciudades tienen una rica historia y patrimonio cultural que se refleja en sus museos, galerías de arte y monumentos históricos.

Los resultados obtenidos nos indican que a pesar de su situación geográfica y tener mucho en común como clima, playas y gastronomía, entre otros, también es cierto que son dos destinos turísticos totalmente diferentes y con características propias, lo que hace que Santa Marta y Cartagena tengan su propia identidad.

7.2. Diferencias y semejanzas de la oferta turística de Santa Marta y Medellín

Santa Marta y Medellín son dos destinos turísticos que se caracterizan por tener una clara vocación turística y han entendido su importancia en la economía de cada una de ellas. A continuación, presentaremos las diferencias y similitudes en su oferta turística.

7.2.1. Diferencias

- **Ubicación geográfica:** Santa Marta se encuentra en la costa caribeña de Colombia, mientras que Medellín está ubicada en la región andina del país.
- **Clima:** Santa Marta tiene un clima cálido y húmedo durante todo el año, mientras que Medellín tiene un clima más fresco debido a su altitud.
- **Naturaleza:** Santa Marta es conocida por sus hermosas playas y parques naturales, mientras que Medellín tiene una gran variedad de reservas naturales y zonas verdes urbanas como el Jardín Botánico y el Parque Arví.
- **Cultura:** Medellín es conocida por su vibrante escena cultural, incluyendo teatros, museos y galerías de arte. Santa Marta también tiene una rica historia y cultura, pero es un destino más centrado en el turismo de playa y naturaleza.

- **Turismo de aventura:** Santa Marta es conocida por sus opciones de turismo de aventura, como el senderismo en la Sierra Nevada de Santa Marta y el parapente. Medellín también ofrece turismo de aventura, pero está más centrado en actividades como el rappel y el rafting en los ríos cercanos.
- **Transporte público:** Medellín tiene un sistema de transporte público moderno y eficiente, mientras que Santa Marta aún se está desarrollando en este aspecto.
- **Costo de vida:** Santa Marta tiende a ser más económica que Medellín en cuanto a alojamiento y comida.

7.2.2. Semejanzas

- Ambas ciudades ofrecen una amplia variedad de opciones de alojamiento, desde hostales hasta hoteles de lujo.
- Ambas ciudades tienen una amplia oferta gastronómica, con restaurantes que ofrecen cocina local e internacional.
- Ambas ciudades tienen una vida nocturna activa y una amplia variedad de opciones de entretenimiento.
- Ambas ciudades ofrecen una experiencia auténtica de la cultura colombiana, con platos típicos como la bandeja paisa y la arepa.
- Ambas ciudades tienen una rica historia y patrimonio cultural que se refleja en sus museos, galerías de arte y monumentos históricos.
- Ambas ciudades tienen una gran variedad de opciones de turismo ecológico, como reservas naturales, parques y jardines botánicos.
- Tanto Santa Marta como Medellín tienen una amplia oferta de opciones para el turismo de salud y bienestar, incluyendo spas y terapias alternativas.

- Ambas ciudades tienen una gran oferta de tours y excursiones, desde paseos en bote hasta visitas a sitios históricos y culturales.
- Ambas ciudades ofrecen una amplia variedad de opciones de compras, desde mercados locales hasta grandes centros comerciales.

Los resultados obtenidos nos muestran que Santa Marta se enfoca en el turismo de playa y naturaleza, mientras Medellín ofrece una gran cantidad de opciones culturales y de naturaleza. Ambas ciudades tienen mucho que ofrecer en su oferta turística.

7.3. Diferencias y semejanzas de la oferta turística de Santa Marta y Bogotá

Santa Marta y Bogotá son dos destinos turísticos muy diferentes en Colombia, y tienen diferentes ofertas turísticas. Presentaremos algunas de las diferencias y similitudes más importantes.

7.3.1. Diferencias

- **Ubicación geográfica:** Santa Marta se encuentra en la costa caribeña de Colombia, mientras que Bogotá está en la región andina, en el centro del país.
- **Clima:** Santa Marta tiene un clima tropical y húmedo durante todo el año, mientras que Bogotá tiene un clima más fresco y templado debido a su altitud.
- **Naturaleza:** Santa Marta es conocida por sus hermosas playas y parques naturales, mientras que Bogotá es conocida por sus montañas y parques urbanos.
- **Cultura:** Bogotá es el centro cultural de Colombia, con una gran cantidad de museos, teatros y galerías de arte, mientras que Santa Marta es un destino más centrado en el turismo de playa y naturaleza.

- **Tamaño de la ciudad:** Bogotá es una de las ciudades más grandes de América Latina, mientras que Santa Marta es mucho más pequeña.
- **Transporte público:** Bogotá tiene un sistema de transporte público más desarrollado y eficiente que Santa Marta.
- **Vida nocturna:** Bogotá tiene una vida nocturna más diversa y activa que Santa Marta.
- **Altitud:** Bogotá se encuentra a una altitud mucho más alta que Santa Marta, lo que puede tener un impacto en la salud y la capacidad física de los visitantes.

7.3.2. Semejanzas

- Ambas ciudades tienen una amplia variedad de opciones de alojamiento, desde hostales hasta hoteles de lujo.
- Ambas ciudades tienen una amplia oferta gastronómica, con restaurantes que ofrecen cocina local e internacional.
- Ambas ciudades tienen una vida nocturna activa y una amplia variedad de opciones de entretenimiento.
- Ambas ciudades ofrecen una experiencia auténtica de la cultura colombiana, con platos típicos como la bandeja paisa y la arepa.
- Ambas ciudades tienen una rica historia y patrimonio cultural que se refleja en sus museos, galerías de arte y monumentos históricos.
- Ambas ciudades tienen una rica historia y patrimonio cultural que se refleja en sus museos, galerías de arte y monumentos históricos.
- Ambas ciudades ofrecen una amplia variedad de opciones de compras, desde mercados locales hasta grandes centros comerciales.

- Ambas ciudades tienen una amplia oferta gastronómica, con restaurantes que ofrecen cocina local e internacional.

- Ambas ciudades tienen opciones de turismo ecológico, con parques y reservas naturales cerca de la ciudad.

- Ambas ciudades ofrecen una experiencia auténtica de la cultura colombiana, con platos típicos como la bandeja paisa y la arepa.

Podemos decir entonces que Bogotá es el centro cultural y político de Colombia, mientras que Santa Marta es un destino turístico de playa y naturaleza. Ambas ciudades tienen mucho que ofrecer y son destinos turísticos populares en Colombia por diferentes razones.

7.4. Diferencias y similitudes de consumidores de bienes y servicios turísticos (demanda) de Santa Marta y Cartagena

Santa Marta y Cartagena son dos lugares turísticos y cada uno con características únicas que atraen a diferentes tipos de consumidores de bienes y servicios turísticos. Presentamos algunas diferencias y similitudes entre los consumidores de estos destinos:

7.4.1. Diferencias

- **Perfil demográfico:** Aunque ambos destinos atraen a consumidores de diferentes edades y géneros, hay algunas diferencias en su perfil demográfico. Por ejemplo, Santa Marta atrae más a turistas jóvenes y mochileros, mientras que Cartagena atrae a turistas de todas las edades, incluyendo a parejas y familias.

- **Intereses turísticos:** Los turistas que visitan Santa Marta generalmente buscan actividades de ecoturismo y turismo de aventura, como el senderismo, la exploración de parques naturales y la práctica de deportes acuáticos. Por otro lado, los turistas que visitan Cartagena

suelen estar más interesados en actividades culturales, como la visita a lugares históricos y la exploración de la ciudad colonial.

- **Presupuesto:** El costo de vida en Cartagena es generalmente más alto que en Santa Marta, lo que significa que los turistas que visitan Cartagena tienden a tener un presupuesto más alto y gastan más dinero en alojamiento, comida y actividades turísticas.
- **Duración de la estadía:** Los turistas que visitan Santa Marta suelen quedarse por períodos más cortos, como un fin de semana o una semana, mientras que los turistas que visitan Cartagena tienden a quedarse por períodos más largos, como dos semanas o un mes.
- **Motivación para viajar:** Los turistas que visitan Santa Marta suelen estar más motivados por la naturaleza y la aventura, mientras que los turistas que visitan Cartagena suelen estar más motivados por la cultura, la historia y la arquitectura.
- **Comportamiento de gasto:** Los turistas que visitan Santa Marta tienden a gastar menos dinero en actividades turísticas y en general, mientras que los turistas que visitan Cartagena tienden a gastar más dinero en actividades turísticas, compras y comidas en restaurantes de lujo.

7.4.2. *Similitudes*

- **Turismo de playa:** Ambos destinos son conocidos por sus hermosas playas y atraen a turistas que buscan relajarse y disfrutar del sol y el mar.
- **Turismo internacional:** Tanto Santa Marta como Cartagena atraen a una gran cantidad de turistas internacionales, especialmente de países como Estados Unidos, Canadá y Europa.
- **Oferta de alojamiento y restaurantes:** Ambos destinos tienen una amplia oferta de alojamiento y restaurantes, desde hoteles de lujo hasta opciones más económicas, lo que los hace accesibles para turistas con diferentes presupuestos.

- **Actividades turísticas:** Ambos destinos ofrecen una amplia gama de actividades turísticas, como buceo, snorkel, avistamiento de ballenas, paseos en bote, visitas a parques naturales y más.
- **Clima:** Ambos destinos tienen un clima tropical y cálido durante todo el año, lo que los hace atractivos para los turistas que buscan escapar del frío invierno en sus países de origen.
- **Ubicación geográfica:** Ambos destinos están ubicados en la costa del Caribe de Colombia, lo que los hace accesibles para los turistas que visitan otros destinos cercanos en la región, como Barranquilla y Cartagena.

Los resultados obtenidos nos indica que aunque hay algunas diferencias notables entre los consumidores de bienes y servicios turísticos en Santa Marta y Cartagena, también hay muchas similitudes en términos de las atracciones turísticas, el clima y la ubicación geográfica de estos destinos.

7.5. Diferencias y similitudes de consumidores de bienes y servicios turísticos (demanda) de Santa Marta y Medellín

Santa Marta y Medellín son dos ciudades colombianas que tienen características y perfiles de consumidores turísticos diferentes. A continuación, se presentan algunas de las similitudes y diferencias entre los consumidores de bienes y servicios turísticos en ambas ciudades:

7.5.1 Similitudes

- Ambas ciudades tienen un sector turístico en constante crecimiento y desarrollo, con una amplia oferta de alojamiento, gastronomía, entretenimiento, cultura y turismo de aventura.

- Los turistas de ambas ciudades buscan experiencias únicas y auténticas, y están interesados en conocer la cultura y la historia de la región.
- Tanto en Santa Marta como en Medellín, los turistas buscan disfrutar de la naturaleza y de las actividades al aire libre, como la playa y la montaña, respectivamente.
- Ambas ciudades tienen una amplia oferta de turismo de aventura y ecoturismo. En Santa Marta, se pueden realizar actividades como el parapente y el trekking, mientras que, en Medellín, se pueden disfrutar de deportes como el parapente y el ciclismo de montaña.
- Los turistas de ambas ciudades buscan opciones de turismo sostenible y responsable, que sean respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales.
- En ambas ciudades, los turistas buscan opciones de turismo cultural, como museos, festivales y eventos culturales, que les permitan conocer la historia y la cultura de la región.

7.5.2 Diferencias:

- Santa Marta es una ciudad costera y su principal atractivo turístico es el mar, las playas y los deportes acuáticos. Los turistas que visitan Santa Marta suelen ser en su mayoría extranjeros, en busca de sol y playa.
- Medellín es una ciudad de montaña, rodeada de paisajes naturales y su atractivo principal es el turismo de negocios y de eventos. Los turistas que visitan Medellín son en su mayoría nacionales, interesados en la cultura, el arte y la gastronomía.
- En Santa Marta, los turistas suelen alojarse en hoteles y resorts de lujo, mientras que en Medellín, la oferta de alojamiento es más diversa, desde hoteles de lujo hasta hostales y apartamentos turísticos.

- Los turistas de Santa Marta suelen gastar más en actividades como el buceo, el snorkel y los deportes acuáticos, mientras que los turistas de Medellín prefieren gastar en cultura, gastronomía y entretenimiento nocturno.
- Los turistas de Medellín suelen ser más sofisticados y cosmopolitas que los turistas de Santa Marta. La oferta de turismo de negocios, eventos y congresos atrae a un público más profesional y empresarial en Medellín.
- En Santa Marta, la mayoría de los turistas son extranjeros, mientras que en Medellín, la mayoría de los turistas son nacionales.
- Los turistas de Santa Marta buscan principalmente actividades y atracciones relacionadas con la playa, el mar y los deportes acuáticos, mientras que los turistas de Medellín buscan principalmente actividades y atracciones relacionadas con la cultura, la gastronomía y el entretenimiento nocturno.
- La temporada alta de turismo en Santa Marta suele ser durante los meses de diciembre a marzo, mientras que, en Medellín, la temporada alta suele ser durante los meses de julio a agosto y en diciembre.

Los resultados obtenidos nos muestran que las similitudes y diferencias entre los consumidores de bienes y servicios turísticos de Santa Marta y Medellín están influenciadas por la geografía, la cultura y la oferta turística de cada ciudad. Ambas ciudades tienen mucho que ofrecer a los turistas, pero es importante conocer las preferencias y motivaciones de los consumidores para poder ofrecerles la mejor experiencia posible.

7.6. Diferencias y similitudes de consumidores de bienes y servicios turísticos (demanda) de Santa Marta y Bogotá

Santa Marta y Bogotá son dos ciudades colombianas que tienen características y perfiles de consumidores turísticos diferentes. A continuación, se presentan algunas de las similitudes y diferencias entre los consumidores de bienes y servicios turísticos en ambas ciudades:

7.6.1. Similitudes

- Ambas ciudades tienen una oferta turística variada, que incluye opciones de turismo cultural, de aventura, ecoturismo y de negocios.
- Los turistas de ambas ciudades buscan experiencias auténticas y únicas, y están interesados en conocer la cultura y la historia de la región.
- Tanto en Santa Marta como en Bogotá, los turistas buscan opciones de turismo sostenible y responsable, que sean respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales.
- Ambas ciudades tienen una amplia oferta de turismo de aventura y ecoturismo. En Santa Marta, se pueden realizar actividades como el parapente y el trekking, mientras que, en Bogotá, se pueden disfrutar de deportes como el parapente y el ciclismo de montaña.
- Los turistas de ambas ciudades buscan opciones de turismo sostenible y responsable, que sean respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales.
- En ambas ciudades, los turistas buscan opciones de turismo cultural, como museos, festivales y eventos culturales, que les permitan conocer la historia y la cultura de la región.

7.6.2. Diferencias

- Santa Marta es una ciudad costera y su principal atractivo turístico es el mar, las playas y los deportes acuáticos. Los turistas que visitan Santa Marta suelen ser en su mayoría extranjeros, en busca de sol y playa.

- Bogotá es una ciudad de negocios y turismo cultural, con una amplia oferta de museos, teatros, restaurantes y vida nocturna. Los turistas que visitan Bogotá suelen ser nacionales o extranjeros interesados en la cultura, la historia y el arte.

- En Santa Marta, la mayoría de los turistas buscan opciones de alojamiento en hoteles y resorts de lujo, mientras que, en Bogotá, la oferta de alojamiento es más diversa, desde hoteles de lujo hasta hostales y apartamentos turísticos.

- Los turistas de Santa Marta suelen gastar más en actividades como el buceo, el snorkel y los deportes acuáticos, mientras que los turistas de Bogotá prefieren gastar en cultura, gastronomía y entretenimiento nocturno.

Aunque hay similitudes entre los consumidores de bienes y servicios turísticos en Santa Marta y Bogotá, también hay diferencias significativas en cuanto a sus preferencias, intereses y motivaciones para viajar y disfrutar de una experiencia turística.

- Los turistas de Santa Marta suelen ser en su mayoría extranjeros, mientras que en Bogotá, la mayoría de los turistas son nacionales, aunque tiende al alza de recibir turistas extranjeros.

- En Santa Marta, la mayoría de los turistas buscan opciones de alojamiento en hoteles y resorts de lujo, mientras que, en Bogotá, la oferta de alojamiento es más diversa, desde hoteles de lujo hasta hostales y apartamentos turísticos.

- La temporada alta de turismo en Santa Marta suele ser durante los meses de diciembre a marzo, mientras que, en Bogotá, la temporada alta suele ser durante los meses de julio a agosto y en diciembre.

- Los turistas de Bogotá suelen estar interesados en conocer las atracciones turísticas de la ciudad, como el Museo del Oro, el Cerro de Monserrate y la Candelaria, mientras que los turistas

de Santa Marta suelen estar más interesados en las actividades al aire libre, como el buceo, el surf y la exploración de la Sierra Nevada.

Las similitudes y diferencias entre los consumidores de bienes y servicios turísticos de Santa Marta y Bogotá están influenciadas por la geografía, la cultura y la oferta turística de cada ciudad. Ambas ciudades tienen mucho que ofrecer a los turistas, por eso es importante conocer las preferencias y motivaciones de los consumidores para que destino turístico poder ofrecerles la mejor experiencia posible.

7.7. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística

Al analizar comparativamente la ciudad de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística, obtuvimos los siguientes resultados:

- En términos de atractivos turísticos naturales, Santa Marta se destaca por su ubicación en la costa del Caribe y por estar cerca del Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta. En este sentido, podría ser considerada más atractiva que Medellín y Bogotá, que son ciudades más urbanas. Cartagena, por su parte, también tiene atractivos naturales como las Islas del Rosario, pero no cuenta con la misma cercanía a la Sierra Nevada de Santa Marta.
- En cuanto a la infraestructura turística, Cartagena se destaca por su centro histórico amurallado, que ha sido restaurado y conservado como patrimonio cultural de la humanidad. Además, cuenta con una amplia oferta de hoteles y restaurantes de alta calidad. Medellín también ha invertido en mejorar su infraestructura turística en los últimos años, con proyectos como el Metrocable y el Parque Explora. Bogotá, por su parte, es la ciudad más grande y cosmopolita de las cuatro, y cuenta con una amplia oferta cultural y gastronómica. Santa Marta, aunque ha

desarrollado su infraestructura turística en los últimos años, podría ser considerada menos desarrollada que las otras tres ciudades en estos aspectos.

- En términos de seguridad, Medellín ha mejorado significativamente en los últimos años, después de ser una de las ciudades más peligrosas del mundo en la década de 1990. Bogotá también ha mejorado en este aspecto, aunque sigue siendo una ciudad grande con problemas de seguridad en algunas zonas. Cartagena y Santa Marta tienen tasas de criminalidad relativamente altas en comparación con Medellín y Bogotá, lo que podría afectar su competitividad turística.

- En cuanto a la accesibilidad, Bogotá es la ciudad más conectada del país, con el Aeropuerto Internacional El Dorado y una amplia red de carreteras y transporte público. Medellín también cuenta con un aeropuerto importante y una red de metro y tranvía. Cartagena y Santa Marta tienen aeropuertos más pequeños, pero están bien conectados con otras ciudades del país. En general, la accesibilidad podría ser un factor clave en la competitividad turística de cada ciudad, ya que los turistas buscan destinos que sean fáciles de llegar y moverse dentro de ellos.

- En cuanto a la oferta cultural, Bogotá es la ciudad con más museos y espacios culturales, como el Museo del Oro y el Museo Nacional. Medellín también cuenta con una amplia oferta cultural, como el Museo de Antioquia y el Parque de los Deseos. Cartagena y Santa Marta tienen una oferta cultural más limitada, aunque cuentan con algunos museos y eventos culturales durante todo el año.

- En términos de turismo de aventura y deportes, Santa Marta se destaca por ser un destino popular para practicar deportes acuáticos como el surf y el kitesurf. También es un punto de partida para hacer senderismo y trekking en la Sierra Nevada de Santa Marta. Medellín, por su parte, es un destino popular para el parapente y el rafting. Cartagena y Bogotá no se destacan tanto en este aspecto.

- En cuanto al turismo de negocios, Bogotá es la ciudad líder en Colombia en este aspecto, ya que es la capital y centro económico del país. Cuenta con un gran número de centros de convenciones y eventos empresariales. Medellín también ha desarrollado su industria de turismo de negocios en los últimos años, con la construcción del Centro de Convenciones Plaza Mayor. Cartagena y Santa Marta son destinos turísticos más enfocados en el ocio y el turismo cultural, aunque también tienen algunas opciones para el turismo de negocios.

En conclusión, al analizar comparativamente la ciudad de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística, se pueden obtener varios resultados que muestran las fortalezas y debilidades de cada ciudad en términos de atractivos turísticos, infraestructura, seguridad, accesibilidad, oferta cultural, turismo de aventura y deportes, y turismo de negocios. Es importante destacar que cada ciudad tiene su propio encanto y atractivo, y que la elección de un destino turístico dependerá de los intereses y preferencias del viajero.

7.8. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a desarrollo turístico sostenible

- La implementación de tecnología e innovación en el turismo: Bogotá y Medellín se destacan por la implementación de tecnología e innovación en el sector turístico, lo que ha contribuido a mejorar la experiencia del turista y a fomentar el turismo sostenible. Cartagena y Santa Marta también han incorporado algunas iniciativas tecnológicas en el turismo, pero hay oportunidades para seguir avanzando en este ámbito.

En conclusión, al comparar Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto al desarrollo turístico sostenible, se obtuvo una serie de resultados que reflejan los diferentes

enfoques y desafíos de cada ciudad. Se evidencia en todo caso que los destinos turísticos del estudio en mención están trabajando en la implementación de políticas y estrategias sostenibles para garantizar un turismo responsable y beneficioso para las comunidades locales y el medio ambiente.

7.9. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a impactos negativos del turismo

El análisis comparativo de las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a los impactos negativos del turismo arrojó los siguientes resultados:

- • **Impacto en el medio ambiente:** Las ciudades costeras como Santa Marta y Cartagena pueden estar más expuestas a los impactos negativos del turismo en el medio ambiente, como la contaminación del agua, la erosión de las playas y la degradación de los ecosistemas costeros. En contraste, Medellín y Bogotá podrían tener menos impacto ambiental debido a su ubicación geográfica en el interior del país.
- **Problemas de congestión:** Las ciudades más grandes como Bogotá y Medellín pueden experimentar mayores problemas de congestión debido al aumento del turismo, lo que puede generar problemas de movilidad y una mayor emisión de gases contaminantes. En contraste, Santa Marta y Cartagena podrían tener menos problemas de congestión debido a su menor tamaño.
- **Impacto en la cultura local:** El turismo masivo puede tener un impacto negativo en la cultura local de una ciudad, ya que puede llevar a la homogeneización de las prácticas culturales y a la pérdida de tradiciones y costumbres únicas. En este sentido, Cartagena y Santa Marta, por ser ciudades más turísticas, podrían ser más vulnerables a este impacto. Por otro lado, Medellín y

Bogotá pueden tener una cultura local más diversa y resistente al cambio debido a su tamaño y complejidad.

- **Impacto económico:** El turismo puede generar beneficios económicos para una ciudad, pero también puede tener impactos negativos como la gentrificación, el aumento de los precios de la vivienda y el aumento de la desigualdad económica. En este sentido, Medellín y Bogotá, por ser ciudades más grandes y con una economía más diversa, podrían estar mejor preparadas para hacer frente a estos impactos negativos que Santa Marta y Cartagena.
- **Impacto en la seguridad:** El turismo puede tener impactos negativos en la seguridad de una ciudad, como el aumento de la delincuencia, el tráfico de drogas y la explotación sexual. En este sentido, Santa Marta y Cartagena, como ciudades costeras que reciben un gran número de turistas internacionales, podrían estar más expuestas a estos riesgos que Medellín y Bogotá.
- **Impacto en la infraestructura:** El turismo puede generar una mayor demanda de infraestructura, como aeropuertos, hoteles y carreteras, lo que puede tener impactos negativos en el medio ambiente y en la calidad de vida de los residentes. En este sentido, Santa Marta y Cartagena podrían estar más expuestas a estos impactos debido a su ubicación costera y su dependencia del turismo.
- **Impacto en el patrimonio cultural:** El turismo puede tener impactos negativos en el patrimonio cultural de una ciudad, como la sobreexplotación de sitios turísticos y monumentos, la pérdida de autenticidad y la comercialización excesiva de la cultura local. En este sentido, Cartagena y Santa Marta, por ser ciudades con un rico patrimonio cultural, podrían estar más expuestas a estos impactos que Medellín y Bogotá.
- **Impacto en la calidad de vida de los residentes:** El turismo puede tener impactos negativos en la calidad de vida de los residentes, como el aumento del ruido, la congestión y la

contaminación, así como el aumento de los precios de los bienes y servicios básicos. En este sentido, todas las ciudades pueden estar expuestas a estos impactos, aunque las ciudades más grandes como Bogotá y Medellín podrían estar mejor preparadas para hacer frente a estos desafíos que Santa Marta y Cartagena.

- **Impacto en la biodiversidad:** El turismo puede tener impactos negativos en la biodiversidad de una ciudad, como la degradación de los ecosistemas naturales y la pérdida de especies endémicas. En este sentido, Santa Marta y Cartagena, por ser ciudades costeras con una rica biodiversidad, podrían estar más expuestas a estos impactos que Medellín y Bogotá.

En general, el análisis comparativo de las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a los impactos negativos del turismo mostraron que cada ciudad tiene sus propias fortalezas y desafíos en términos de cómo manejan el turismo y sus impactos. Por lo tanto, es importante que cada ciudad desarrolle políticas y estrategias específicas para abordar estos impactos y garantizar que el turismo sea sostenible y beneficioso tanto para los visitantes como para los residentes.

7.10. Resultados obtenidos al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a turismo regenerativo

El turismo regenerativo se enfoca en el desarrollo sostenible del turismo, promoviendo la regeneración del entorno natural y cultural, fomentando el respeto por las comunidades locales y reduciendo los impactos negativos del turismo. Al comparar Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en términos de turismo regenerativo, obtuvimos diferentes resultados en función de varios factores clave:

- **Entorno natural:** Santa Marta es conocida por su ubicación privilegiada en la costa caribeña de Colombia y sus impresionantes paisajes naturales, incluyendo playas, montañas y parques nacionales. Cartagena también tiene playas y parques, pero no tiene la misma diversidad de entornos naturales que Santa Marta. Medellín y Bogotá son ciudades grandes y urbanas, por lo que no tienen los mismos atractivos naturales que las dos ciudades costeras.
- **Cultura y patrimonio:** Cartagena y Bogotá tienen una rica historia y patrimonio cultural, con hermosas arquitecturas coloniales y sitios históricos. Medellín es conocida por su innovación y desarrollo urbano. Santa Marta también tiene una rica historia, incluyendo la presencia de pueblos indígenas y la influencia española, pero no tiene el mismo nivel de patrimonio cultural que Cartagena y Bogotá.
- **Comunidad local y turismo responsable:** el turismo regenerativo se enfoca en fomentar la participación y el beneficio de la comunidad local, reducir los impactos negativos del turismo y promover prácticas sostenibles. Santa Marta y Cartagena tienen un turismo más desarrollado que Medellín y Bogotá, por lo que es más importante enfocarse en el turismo responsable y regenerativo en estas ciudades. Ambas ciudades tienen comunidades locales fuertes y emprendimientos turísticos comprometidos con prácticas sostenibles. Medellín y Bogotá están en una etapa de desarrollo turístico más temprana, por lo que hay más oportunidades para enfocarse en el turismo regenerativo y responsable.
- **Infraestructura turística:** Santa Marta y Cartagena tienen una infraestructura turística más desarrollada que Medellín y Bogotá, con una amplia gama de alojamientos, restaurantes y actividades turísticas. Esto puede ser beneficioso para el turismo regenerativo, ya que hay más oportunidades para promover prácticas sostenibles y responsables en una industria turística más grande.

- **Accesibilidad y conectividad:** Santa Marta y Cartagena tienen aeropuertos internacionales y son más accesibles para los turistas internacionales que Medellín y Bogotá. Esto puede ser beneficioso para el turismo regenerativo, ya que hay más oportunidades para atraer a turistas responsables y conscientes del medio ambiente.
- **Percepción del turismo:** La percepción del turismo puede ser diferente en cada ciudad. Santa Marta y Cartagena pueden ser vistas como destinos turísticos tradicionales, mientras que Medellín y Bogotá pueden ser vistas como ciudades en desarrollo con un potencial turístico más grande. Esto puede influir en cómo se enfoca el turismo regenerativo en cada ciudad.
- **Impacto ambiental:** Santa Marta y Cartagena tienen ecosistemas frágiles, incluyendo manglares y arrecifes de coral, que pueden verse afectados por el turismo masivo y poco responsable. Es importante promover prácticas sostenibles y educar a los turistas sobre cómo proteger estos ecosistemas. Medellín y Bogotá tienen menos impacto ambiental directo en términos de turismo, pero pueden promover prácticas sostenibles en otras áreas, como la gestión de residuos y el transporte.
- **Participación comunitaria:** El turismo regenerativo se enfoca en involucrar a la comunidad local en el desarrollo turístico y beneficiarse del turismo. Santa Marta y Cartagena tienen comunidades locales fuertes y emprendimientos turísticos comprometidos con prácticas sostenibles. Medellín y Bogotá también tienen comunidades locales fuertes, pero pueden necesitar más educación y capacitación sobre el turismo regenerativo y cómo pueden beneficiarse de él.
- **Inclusión social:** El turismo regenerativo también se enfoca en promover la inclusión social y reducir las desigualdades. Santa Marta y Cartagena tienen desafíos en este sentido, con desigualdades económicas y sociales significativas. Es importante trabajar con la comunidad

local para promover prácticas turísticas sostenibles que beneficien a todos los miembros de la comunidad. Medellín y Bogotá también tienen desafíos de inclusión social y pueden beneficiarse de enfoques de turismo regenerativo que promuevan la igualdad de oportunidades y el desarrollo sostenible.

- **Innovación y emprendimiento:** Medellín es conocida por su enfoque en la innovación y el emprendimiento, lo que puede ser beneficioso para el turismo regenerativo en la ciudad. Los emprendedores pueden desarrollar soluciones innovadoras para desafíos turísticos, como la gestión de residuos y el transporte sostenible. Bogotá también tiene un ecosistema empresarial en crecimiento y puede beneficiarse de enfoques similares al turismo regenerativo.

En síntesis, al analizar comparativamente Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a turismo regenerativo, se puede concluir que Santa Marta y Cartagena tienen una ventaja natural y cultural sobre Medellín y Bogotá. Sin embargo, esto también significa que hay más presión para promover el turismo responsable y sostenible en Santa Marta y Cartagena. Por otro lado, Medellín y Bogotá tienen más oportunidades para desarrollar prácticas turísticas sostenibles desde el principio, lo que puede ser beneficioso para el desarrollo a largo plazo del turismo en estas ciudades.

Por último, incluimos algunos datos relacionados con las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, respecto **al Gasto Interno en Turismo (EGIT) del DANE 2020**, medida estadística que se utiliza para estimar el gasto total de los residentes y los visitantes en bienes y servicios turísticos dentro del territorio colombiano durante un período determinado, y los resultados nos muestra que:

- Bogotá obtuvo el mayor gasto interno en turismo fue de aproximadamente 5,5 billones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 658 mil millones de pesos.
- Le sigue en su orden, Medellín que, en el año 2020, el gasto interno en turismo en Medellín fue de aproximadamente 1,3 billones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 61 mil millones de pesos.
- En tercer lugar encontramos a la ciudad de Cartagena. El gasto interno en turismo en Cartagena fue de aproximadamente 1,9 billones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 228 mil millones de pesos.
- Santa Marta, en comparación con las tres ciudades señaladas anteriormente, está muy por debajo, el gasto interno en turismo fue de aproximadamente 808 mil millones de pesos colombianos, mientras que el gasto de los turistas extranjeros fue de alrededor de 17 mil millones de pesos.

Los principales componentes del gasto interno en turismo, nos muestra que respecto a alojamiento representó:

- Cartagena (47.1%)
- Medellín (44.5%)
- Santa Marta (41.1%)
- Bogotá (31.2%)

Alimentos y bebidas representó:

- Medellín (30.1%)
- Bogotá (28.6%)
- Santa Marta (28.1%)

- Cartagena (26.9%)

Transporte representó:

- Bogotá (20.4%)
- Santa Marta (12.5%)
- Cartagena (9.9%)
- Medellín (9.1%)

Que Bogotá, al ser la capital del país, recibe la mayor cantidad de turistas extranjeros, seguida de Cartagena, Medellín, Cali y San Andrés. Como se observa, Santa Marta no figura dentro las cinco (5) primeras ciudades como destino turístico de preferencia, (DANE, 2021).

7.11. Fortalezas del turismo en la ciudad de Bogotá

- **Atractivos turísticos:** La ciudad cuenta con una amplia variedad de atractivos turísticos, como museos, galerías de arte, teatros y monumentos históricos, lo que la hace atractiva para turistas interesados en la cultura y la historia.
- **Gastronomía local:** La ciudad ofrece una variedad de opciones gastronómicas, que van desde la comida tradicional hasta la cocina internacional, lo que la hace atractiva para turistas interesados en la gastronomía.
- **Eventos culturales:** Bogotá es conocida por su rica agenda cultural, que incluye festivales de música, teatro y cine, lo que atrae a turistas interesados en la cultura.
- **Espacios verdes y parques:** Bogotá cuenta con una amplia variedad de parques y espacios verdes, que ofrecen áreas de recreación y actividades al aire libre para turistas y residentes.

- **Arquitectura y diseño:** La ciudad cuenta con una arquitectura y diseño interesantes, desde edificios históricos hasta modernos rascacielos, lo que puede atraer a turistas interesados en la arquitectura y el diseño.

- **Transporte público:** La ciudad cuenta con un sistema de transporte público amplio y diverso, que incluye buses, tranvías y teleféricos, lo que facilita la movilidad de los turistas en la ciudad.

7.11.1. Debilidades

- **Problemas de seguridad:** La ciudad ha enfrentado problemas de seguridad en el pasado, lo que puede disuadir a algunos turistas de visitarla.

- **Tráfico vehicular:** El tráfico vehicular en la ciudad puede ser muy congestionado y caótico, lo que puede afectar negativamente la experiencia turística de algunos visitantes.

- **Contaminación del aire:** La ciudad enfrenta problemas de contaminación del aire debido a su topografía y a la alta densidad de tráfico vehicular, lo que puede afectar negativamente la experiencia turística de algunos visitantes.

- **Falta de infraestructura turística:** Aunque Bogotá cuenta con una amplia oferta de atractivos turísticos, a veces puede faltar infraestructura turística, como hoteles y restaurantes en algunas zonas, lo que puede afectar negativamente la experiencia turística de algunos visitantes.

- **Barreras del idioma:** Aunque la mayoría de la población habla español, puede haber barreras del idioma para los turistas que no hablan el idioma, lo que puede dificultar su experiencia turística en la ciudad.

- **Clima:** El clima de Bogotá puede ser frío y lluvioso, lo que puede afectar la experiencia turística de algunos visitantes que esperan un clima más cálido y soleado.

Aunque la ciudad de Bogotá posee muchas fortalezas en el sector turístico, falta todavía mucho por hacer para atraer más turistas y ser más competitivos a nivel nacional e internacional.

7.12. Perspectivas sobre las oportunidades y amenazas del sector turístico de Santa Marta frente a Cartagena

En esta sección se identificarán los factores que puedan capitalizar o utilizar en beneficio cada ciudad referenciada en nuestra investigación para mejorar la actividad turística en todos los órdenes, al igual los factores que actúan en contra y supone un desafío para la misma.

7.12.1. Oportunidades del turismo en la ciudad de Santa Marta

- **Diversidad natural:** La ciudad de Santa Marta cuenta con una amplia variedad de recursos naturales, como playas, montañas, parques naturales, ríos y cascadas, que pueden ser aprovechados para desarrollar actividades turísticas.
- **Infraestructura turística:** La ciudad de Santa Marta cuenta con una buena infraestructura turística, que incluye una amplia gama de alojamientos, restaurantes, transporte y servicios turísticos.
- **Cultura y patrimonio:** La ciudad cuenta con una rica cultura y patrimonio histórico, lo que puede atraer a turistas interesados en conocer más sobre la historia y las tradiciones locales.
- **Turismo deportivo:** Santa Marta cuenta con la posibilidad de realizar deportes acuáticos, ciclismo y otros deportes de aventura, lo que puede ser una oportunidad para atraer a turistas interesados en estas actividades.
- **Turismo de cruceros:** Santa Marta tiene un puerto que recibe cruceros de diferentes partes del mundo, lo que puede ser una oportunidad para el turismo.

- **Turismo religioso:** La ciudad de Santa Marta cuenta con lugares de importancia religiosa, como la Catedral de Santa Marta y la Basílica Menor del Santo Cristo de la Misericordia, lo que puede atraer a turistas interesados en el turismo religioso.
- **Turismo médico:** Santa Marta tiene una oferta creciente de turismo médico, debido a la calidad de su atención médica y a los costos relativamente bajos en comparación con otros países.
- **Eventos culturales:** La ciudad cuenta con una amplia variedad de festivales y eventos culturales a lo largo del año, lo que puede atraer a turistas interesados en la cultura y las tradiciones locales.
- **Turismo de negocios:** Santa Marta tiene una creciente oferta de espacios para eventos y convenciones, lo que puede atraer a turistas de negocios y generar impacto económico en la ciudad.
- **Turismo sostenible:** Existe un aumento en la demanda de turismo sostenible, y la ciudad de Santa Marta puede aprovechar sus recursos naturales y culturales para ofrecer experiencias de turismo sostenible.

7.12.2. Amenazas

- **Inseguridad:** La ciudad de Santa Marta tiene problemas de seguridad que pueden afectar la percepción del turismo en la zona.
- **Infraestructura:** A pesar de tener una buena infraestructura turística, aún hay oportunidades de mejora, como la conectividad con otras ciudades y la calidad de algunos servicios turísticos.
- **Competencia:** Santa Marta compite con otras ciudades turísticas en Colombia y en la región caribeña, lo que puede hacer difícil su diferenciación y posicionamiento en el mercado.

- **Cambio climático:** Los efectos del cambio climático pueden afectar los recursos naturales y la oferta turística de la ciudad, como la disminución de la disponibilidad de agua o el aumento de los fenómenos climáticos extremos.
- **Pandemias y enfermedades:** La pandemia de COVID-19 y otras enfermedades pueden afectar el turismo en Santa Marta, reduciendo la llegada de turistas y la oferta turística.
- **Impacto ambiental:** La actividad turística puede tener un impacto negativo en los recursos naturales y el medio ambiente de la ciudad, lo que puede generar rechazo de los turistas y de la comunidad local.
- **Políticas gubernamentales:** Las políticas gubernamentales pueden afectar al turismo, como las medidas migratorias, de seguridad y sanitarias, lo que puede reducir la llegada de turistas y afectar la actividad turística.
- **Competencia desleal:** La competencia desleal, como la oferta de servicios turísticos ilegales o la evasión de impuestos, puede afectar el turismo y la imagen de la ciudad.
- **Fluctuaciones económicas:** Las fluctuaciones económicas, como la inflación y la devaluación de la moneda, pueden afectar el costo de los servicios turísticos y la demanda de turismo en la ciudad.
- **Estacionalidad:** La actividad turística en la ciudad puede ser muy estacional, lo que puede generar problemas de saturación en temporada alta y reducción de la oferta en temporada baja.

7.12.3. Oportunidades del turismo en la ciudad de Cartagena

- **Patrimonio histórico y cultural:** La ciudad cuenta con un importante patrimonio histórico y cultural, lo que puede atraer a turistas interesados en la historia y la cultura.

- **Turismo de lujo:** Cartagena ofrece una amplia oferta de hoteles y servicios de alta calidad, lo que puede atraer a turistas interesados en el turismo de lujo.
- **Turismo de cruceros:** La ciudad es un importante destino de cruceros, lo que puede atraer a turistas de diferentes partes del mundo.
- **Turismo de eventos:** Cartagena cuenta con una amplia variedad de festivales y eventos culturales a lo largo del año, lo que puede atraer a turistas interesados en la cultura y las tradiciones locales.
- **Turismo gastronómico:** La ciudad ofrece una amplia variedad de opciones gastronómicas, con influencias de la cocina caribeña y española, lo que puede atraer a turistas interesados en la gastronomía.
- **Infraestructura turística:** La ciudad cuenta con una amplia oferta de alojamiento, transporte y servicios turísticos, lo que puede atraer a turistas interesados en la comodidad y la accesibilidad.
- **Turismo de negocios:** Cartagena es un importante centro de negocios y eventos en Colombia, lo que puede atraer a turistas interesados en este tipo de turismo.
- **Turismo náutico:** La ciudad cuenta con una amplia oferta de actividades náuticas, como buceo, vela y pesca deportiva, lo que puede atraer a turistas interesados en este tipo de turismo.
- **Turismo de playa:** La ciudad cuenta con hermosas playas y una amplia oferta de actividades relacionadas con el sol y el mar, lo que puede atraer a turistas interesados en este tipo de turismo.
- **Turismo cultural:** Cartagena cuenta con una rica historia y cultura, lo que puede atraer a turistas interesados en conocer y experimentar esta cultura.

7.12.4. Amenazas

- **Impacto ambiental:** La actividad turística puede tener un impacto negativo en los recursos naturales y el medio ambiente de la ciudad, lo que puede generar rechazo de los turistas y de la comunidad local.
- **Sobrecarga turística:** La ciudad puede sufrir de sobrecarga turística en temporada alta, lo que puede generar problemas de saturación y afectar la experiencia turística.
- **Competencia desleal:** La competencia desleal, como la oferta de servicios turísticos ilegales o la evasión de impuestos, puede afectar el turismo y la imagen de la ciudad.
- **Seguridad:** La ciudad puede ser percibida como insegura, lo que puede reducir la llegada de turistas y afectar la actividad turística.
- **Cambio en las preferencias de los turistas:** Los cambios en las preferencias de los turistas, como el aumento de la demanda de turismo sostenible o el turismo de aventura, pueden afectar la demanda de turismo en la ciudad de Cartagena.
- **Crisis económica:** Una crisis económica en el país o en la región puede afectar la demanda de turismo y la actividad turística en la ciudad.
- **Inestabilidad política:** La inestabilidad política y social en el país o en la región puede afectar la llegada de turistas y la actividad turística en la ciudad.
- **Cambio climático:** Los efectos del cambio climático, como el aumento de las temperaturas y la intensificación de los fenómenos naturales, pueden afectar la actividad turística y la experiencia de los turistas en la ciudad.
- **Competencia de destinos:** La competencia de otros destinos turísticos puede afectar la demanda de turismo en la ciudad de Cartagena.

- **Percepción negativa:** Una percepción negativa de la ciudad, ya sea por motivos de seguridad o por otros factores, puede afectar la llegada de turistas y la imagen de la ciudad como destino turístico.

7.12.5. Oportunidades del turismo en la ciudad de Medellín

- **Cultura:** Medellín es una ciudad con una rica cultura y patrimonio. Hay numerosos museos, galerías de arte y eventos culturales para visitar
- **Naturaleza:** La ciudad está rodeada de hermosos paisajes naturales como la región del Café, el Parque Nacional Natural Los Nevados, entre otros.
- **Turismo de aventura:** Hay muchas actividades de turismo de aventura disponibles, como el parapente, el rafting y la escalada en roca.
- **Gastronomía:** Medellín tiene una rica oferta gastronómica, con una gran variedad de platos típicos y una escena culinaria emergente.
- **Infraestructura:** La ciudad cuenta con una excelente infraestructura turística, incluyendo aeropuertos, hoteles, transporte público y servicios de turismo.
- **Innovación:** Medellín es una ciudad reconocida por su innovación en diferentes sectores, como la tecnología y el emprendimiento. Esto puede ser atractivo para los turistas interesados en conocer más sobre este tema.
- **Eventos:** La ciudad cuenta con numerosos eventos durante todo el año, como la Feria de las Flores y la Feria Internacional del Libro de Medellín.
- **Compras:** Medellín es conocida por sus productos textiles, especialmente la ropa y los accesorios de moda. Esto puede ser atractivo para los turistas interesados en hacer compras.

- **Turismo médico:** Medellín se ha convertido en un destino importante para el turismo médico debido a la calidad de sus servicios médicos y a los precios competitivos en comparación con otros países.

- **Turismo religioso:** La ciudad cuenta con una importante oferta de turismo religioso, como la Catedral Basílica Metropolitana, la Iglesia de la Candelaria y la Iglesia de San Antonio.

7.12.6. Amenazas

- **Seguridad:** La ciudad tiene una historia de violencia, lo que puede disuadir a algunos turistas de visitar.

- **Competencia:** La ciudad compite con otras ciudades de América Latina que también son atractivas para el turismo.

- **Cambio climático:** El cambio climático puede afectar negativamente a la oferta turística de la ciudad, como la flora y fauna, y los paisajes naturales.

- **Impacto ambiental:** El turismo puede tener un impacto negativo en el medio ambiente, como la generación de residuos y la contaminación.

- **Sobrecarga turística:** El aumento del turismo puede llevar a una sobrecarga turística en algunos lugares, lo que puede afectar negativamente la calidad de la experiencia turística y la calidad de vida de los residentes locales.

- **Precios:** Los precios en Medellín pueden ser más altos en comparación con otros destinos turísticos de América Latina.

- **Accesibilidad:** A pesar de contar con una buena infraestructura turística, la accesibilidad puede ser un problema para algunos turistas debido a la topografía de la ciudad.

- **Dificultades en la comunicación:** Aunque la mayoría de los residentes hablan español, algunos turistas pueden tener dificultades para comunicarse si no hablan el idioma.

- **Problemas de congestión vehicular:** En algunas zonas de la ciudad, especialmente en horas pico, el tráfico puede ser un problema para los turistas que se desplazan en vehículos.
- **Competencia desleal:** Puede haber algunos proveedores de servicios turísticos que operan de manera ilegal y que pueden afectar negativamente la imagen de la ciudad y la calidad de la experiencia turística.

7.12.7. Oportunidades del turismo en la ciudad de Bogotá

- **Cultura:** Bogotá es una ciudad rica en cultura y patrimonio, con numerosos museos, galerías de arte, festivales y eventos culturales a lo largo del año.
- **Turismo histórico:** La ciudad cuenta con importantes monumentos y sitios históricos, como la Catedral Primada de Colombia, la Plaza de Bolívar y el Museo del Oro.
- **Gastronomía:** Bogotá tiene una amplia variedad de platos típicos y restaurantes que ofrecen comida local e internacional.
- **Naturaleza:** A pesar de ser una ciudad grande, Bogotá cuenta con hermosos paisajes naturales cercanos, como el Parque Nacional Natural Chingaza y la laguna de Guatavita.
- **Negocios:** Bogotá es una ciudad importante para los negocios y las conferencias, lo que atrae a un gran número de visitantes de negocios.
- **Arte y entretenimiento:** Bogotá tiene una vibrante escena de arte y entretenimiento, con numerosos teatros, salas de conciertos y espacios culturales.
- **Turismo religioso:** La ciudad cuenta con importantes lugares de culto como la Catedral Primada de Colombia y la Iglesia de San Francisco, lo que atrae a turistas interesados en el turismo religioso.

- **Turismo de compras:** Bogotá es uno de los principales destinos de compras de Colombia, con centros comerciales, tiendas y mercados que ofrecen una amplia variedad de productos.
- **Turismo de aventura:** Bogotá cuenta con actividades de turismo de aventura como el parapente, el senderismo y el rafting.
- **Turismo de salud y bienestar:** Bogotá cuenta con una amplia oferta de spas y centros de bienestar, lo que atrae a turistas interesados en el turismo de salud y bienestar.

7.12.8. Amenazas

- **Seguridad:** La ciudad tiene una historia de violencia, lo que puede disuadir a algunos turistas de visitar.
- **Clima:** Bogotá es una ciudad con un clima variable y frío, lo que puede no ser atractivo para algunos turistas.
- **Movilidad:** El tráfico y la congestión vehicular pueden ser un problema para los turistas que se desplazan en vehículos.
- **Competencia:** Bogotá compite con otras ciudades de América Latina que también son atractivas para el turismo.
- **Impacto ambiental:** El turismo puede tener un impacto negativo en el medio ambiente, como la generación de residuos y la contaminación, y esto puede ser un problema en una ciudad tan grande como Bogotá.
- **Contaminación:** La ciudad tiene problemas de contaminación atmosférica y de agua, lo que puede afectar negativamente la calidad de la experiencia turística.
- **Inseguridad vial:** Los turistas pueden sentirse inseguros al utilizar el transporte público o al caminar por algunas zonas de la ciudad.

- **Competencia de precios:** La competencia de precios con otros destinos turísticos puede ser un problema para Bogotá.
- **Problemas de acceso a recursos:** La ciudad puede tener problemas de acceso a recursos como el agua y la energía, lo que puede afectar la calidad de la experiencia turística.

7.13. Resultados finales al realizar un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, durante el año 2022, utilizando la metodología de benchmarking y enfocándose en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales

Al realizar un análisis comparativo de la oferta turística de Santa Marta frente a las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, utilizando la metodología de benchmarking y enfocándose en los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales, dio como resultado final y de acuerdo a las fortalezas y debilidades relativas de cada ciudad, lo siguiente:

- Santa Marta puede catalogarse como destino líder en aspectos de turismo de naturaleza y biodiversidad, dado que cuenta con una amplia diversidad de ecosistemas, parques naturales bien conservados y una oferta turística enfocada en la naturaleza. Se destaca en este aspecto en comparación con las otras ciudades, y atrae a turistas interesados en la observación de aves, el turismo de aventura y la exploración de paisajes naturales.

También Santa Marta es líder en aspectos de turismo de playa y actividades acuáticas, pues cuenta con hermosas playas, aguas cristalinas y una variedad de actividades como buceo, snorkel y deportes acuáticos, destacándose en este aspecto en comparación con las otras ciudades.

- Cartagena se podría considerar líder en aspectos de turismo histórico y patrimonial, dado que posee un rico patrimonio histórico, una arquitectura colonial bien preservada y una oferta turística centrada en la historia y la cultura, sobresaliendo en este aspecto frente a las otras ciudades. Es una opción atractiva para los turistas que buscan sumergirse en la historia y disfrutar de la belleza arquitectónica.

Cartagena también se destaca en aspectos de turismo de cruceros y turismo de lujo. Tiene un puerto importante para cruceros y ofrece una amplia gama de servicios turísticos como hoteles de alta gama, restaurantes exclusivos y experiencias inolvidables al sobresalir en este aspecto en comparación con las otras ciudades. Es una opción atractiva para turistas que buscan experiencias de viaje lujosas y exclusivas.

- Medellín se empodera como líder en aspectos de turismo urbano y desarrollo social, y en los últimos años ha experimentado un importante desarrollo urbano, promoviendo la inclusión social, la transformación de áreas urbanas y la innovación, destacándose en este aspecto en comparación con las otras ciudades y atrayendo a turistas interesados en explorar una ciudad moderna y vibrante, con proyectos urbanos innovadores y un enfoque en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Medellín también puede considerarse como líder en aspectos de turismo de negocios y convenciones, pues cuenta con una infraestructura adecuada para eventos de negocios y convenciones, así como una amplia oferta de servicios y facilidades para viajes de negocios,

Destacándose en este aspecto en comparación con las otras ciudades. Atrae a turistas que buscan combinar viajes de negocios con actividades turísticas.

- Bogotá se destaca en aspectos de turismo cultural y actividades artísticas: con una amplia gama de museos, galerías de arte, festivales culturales y una vida cultural animada, de manera

que sobresale en este aspecto en comparación con las otras ciudades. Es una opción atractiva para los turistas interesados en el arte, la música, el teatro y la danza.

Bogotá también se destaca en aspectos de turismo gastronómico y vida cultural, dado que ofrece una escena culinaria diversa y vibrante, con una amplia variedad de restaurantes y una cultura gastronómica en constante evolución, que sobresale en este aspecto en comparación con las otras ciudades. Además, Bogotá tiene una vida cultural rica, con eventos, festivales y actividades artísticas, y es una opción atractiva para los amantes de la comida y la cultura.

7.14. Resultados finales al evaluar la oferta de productos y servicios turísticos en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá

Al evaluar la oferta de productos y servicios turísticos en Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, encontramos lo siguiente:

- Santa Marta es conocida por sus hermosas playas y su ubicación cercana a importantes destinos naturales como el Parque Nacional Natural Tayrona y la Ciudad Perdida. La oferta turística en Santa Marta incluye una variedad de hoteles y resorts frente al mar, restaurantes con deliciosa comida caribeña, actividades acuáticas como buceo y snorkel, y la oportunidad de explorar la cultura indígena de la región.

Santa Marta cuenta además de sus playas y destinos naturales, actividades como el avistamiento de aves en el Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta, caminatas por la Ciudad Perdida y excursiones a la bahía de Taganga, conocida por su vida marina y sus oportunidades para practicar el buceo.

- Cartagena es famosa por su impresionante arquitectura colonial, sus calles empedradas y su rica historia. La ciudad ofrece una amplia gama de opciones turísticas, como visitas a sus

fortalezas históricas, paseos por el centro histórico, recorridos gastronómicos para probar platos típicos de la región y visitas a las hermosas islas cercanas, como Islas del Rosario.

Además de su rica historia colonial, Cartagena es famosa por su festival de música y danza, el Hay Festival, que atrae a renombrados artistas y escritores de todo el mundo. La ciudad también ofrece tours de arte urbano, paseos en bicicleta por las murallas de la ciudad, y la oportunidad de disfrutar de la animada vida nocturna en lugares como la Plaza Santo Domingo y Getsemaní.

- Medellín ha experimentado una transformación impresionante en los últimos años y se ha convertido en un destino turístico cada vez más popular. La ciudad ofrece una excelente infraestructura turística con una amplia selección de hoteles, restaurantes y vida nocturna. Algunos de los atractivos turísticos incluyen el Museo de Antioquia, el Parque Explora, el Metrocable para disfrutar de hermosas vistas panorámicas, y el famoso Pueblito Paisa, una réplica de un pueblo típico antioqueño.

Medellín, además de sus atracciones turísticas, se destaca por su innovación en términos de desarrollo urbano y movilidad. La ciudad es conocida por su sistema de transporte público integrado, incluido el famoso Metro de Medellín y el Metrocable, que ofrece acceso a barrios de montaña y hermosas vistas panorámicas. Medellín también alberga eventos culturales como la Feria de las Flores, que celebra la historia y la tradición de la región.

- Como capital de Colombia, Bogotá cuenta con una amplia oferta de productos y servicios turísticos. La ciudad es conocida por sus museos de clase mundial, como el Museo del Oro y el Museo Botero, así como por su vibrante escena artística y cultural. Los visitantes pueden disfrutar de la arquitectura colonial en el barrio de La Candelaria, explorar el animado mercado

de Paloquemao, visitar el Cerro de Monserrate para disfrutar de impresionantes vistas de la ciudad, y disfrutar de la vida nocturna en la Zona Rosa.

Bogotá, independientemente de sus museos y lugares históricos, es una ciudad reconocida como un centro gastronómico en constante crecimiento. La ciudad cuenta con una gran variedad de restaurantes, desde establecimientos de comida tradicional colombiana hasta restaurantes gourmet de clase mundial. Además, Bogotá es escenario de eventos culturales como el Festival Iberoamericano de Teatro, que atrae a compañías teatrales de todo el mundo, y el Festival Internacional de Jazz, que presenta reconocidos músicos internacionales.

7.15. Resultados finales al identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con las otras ciudades

Al identificar las fortalezas y debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, obtuvimos los siguientes resultados finales:

7.15.1. Fortalezas de Santa Marta:

Hermosas playas y paisajes naturales: Santa Marta cuenta con una ubicación privilegiada en la costa caribeña de Colombia, lo que le brinda una gran ventaja en términos de playas paradisíacas y paisajes naturales impresionantes.

- **Parque Nacional Natural Tayrona:** Esta reserva natural es un atractivo turístico destacado en Santa Marta, con hermosas playas, selvas tropicales y una rica diversidad de flora y fauna.

- **Ciudad histórica:** Santa Marta tiene una historia rica y ofrece a los visitantes la oportunidad de explorar su casco antiguo, donde se encuentran iglesias coloniales, museos y otros sitios históricos.

7.15.2. Fortalezas de Cartagena:

- **Ciudad amurallada:** La ciudad amurallada de Cartagena es un sitio del Patrimonio Mundial de la UNESCO y ofrece un encanto colonial único con calles empedradas, coloridas casas coloniales y plazas históricas.

- **Arquitectura y patrimonio:** Cartagena es conocida por su arquitectura impresionante y bien conservada, con magníficas mansiones y edificios coloniales que narran la historia de la ciudad.

- **Turismo cultural:** La oferta cultural de Cartagena es amplia, con festivales, eventos y una vibrante escena artística que atrae a visitantes de todo el mundo.

7.15.3. Fortalezas de Medellín:

- **Innovación y desarrollo:** Medellín se ha destacado por su transformación en las últimas décadas, convirtiéndose en una ciudad innovadora y moderna con una infraestructura bien desarrollada.

- **Clima agradable:** Medellín es conocida como la "Ciudad de la Eterna Primavera" debido a su clima agradable durante todo el año, lo que la convierte en un destino atractivo para los turistas.

- **Escena artística y cultural:** La ciudad alberga una variedad de museos, galerías de arte, eventos culturales y festivales, lo que la convierte en un centro cultural vibrante.

7.15.4. Fortalezas de Bogotá:

- **Oferta cultural diversa:** Bogotá es el centro cultural de Colombia, con una amplia gama de museos, teatros, galerías de arte y festivales que ofrecen una experiencia cultural rica y variada.
- **Gastronomía:** La escena gastronómica de Bogotá es reconocida a nivel nacional e internacional, con una amplia variedad de restaurantes que ofrecen platos tradicionales y contemporáneos de alta calidad.
- **Vida nocturna y entretenimiento:** La ciudad cuenta con una animada vida nocturna, con una amplia selección de bares, discotecas, conciertos y eventos culturales para disfrutar.

Al Identificar las debilidades de la oferta turística de Santa Marta en comparación con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá puede conducir a varios posibles resultados finales. Aquí hay algunas posibles conclusiones basadas en las diferencias y debilidades identificadas:

- **Reducción en el flujo de turistas:** Si se identifican debilidades significativas en la oferta turística de Santa Marta en comparación con las otras ciudades, es posible que esto resulte en una reducción en el flujo de turistas a Santa Marta. Los turistas pueden optar por visitar otras ciudades con una oferta turística más fuerte y variada.
- **Disminución en la generación de ingresos:** Si Santa Marta no logra competir eficazmente con las otras ciudades en términos de atractivos turísticos, infraestructura y servicios, es probable que se vea afectada la generación de ingresos derivados del turismo. Menos turistas y menos gasto en actividades turísticas pueden llevar a una disminución en los ingresos para la ciudad.

- **Pérdida de posicionamiento turístico:** Santa Marta podría perder su posición como uno de los destinos turísticos principales en Colombia si sus debilidades en comparación con Cartagena, Medellín y Bogotá no se abordan y mejoran. El posicionamiento turístico se basa en la reputación, la calidad de la experiencia y la satisfacción de los visitantes, por lo que es importante abordar las deficiencias para mantener una posición competitiva.

- **Menor desarrollo económico:** El turismo es un impulso importante del desarrollo económico en una región. Si Santa Marta no logra destacar en comparación con las otras ciudades, es probable que se pierdan oportunidades de inversión, desarrollo de infraestructura y crecimiento económico. Esto puede tener un impacto negativo en el empleo, el comercio local y el desarrollo general de la ciudad.

- **Menos oportunidades de inversión y desarrollo:** Una oferta turística débil en comparación con otras ciudades puede afectar negativamente las oportunidades de inversión y desarrollo en Santa Marta. Los inversionistas y desarrolladores pueden optar por destinar sus recursos a ciudades con una oferta turística más sólida y con mayores perspectivas de crecimiento.

- **Falta de diversificación de productos turísticos:** Si Santa Marta no ofrece una amplia gama de productos turísticos en comparación con las otras ciudades, podría carecer de diversificación en su oferta. Esto puede limitar su atractivo para diferentes segmentos de turistas y reducir su competitividad en el mercado turístico.

- **Infraestructura turística insuficiente:** Si Santa Marta presenta debilidades en términos de infraestructura turística, como alojamiento, transporte, servicios básicos y atractivos turísticos bien mantenidos, es probable que los turistas prefieran visitar otras ciudades con una infraestructura más desarrollada y accesible.

- **Falta de promoción y visibilidad:** Si Santa Marta no ha invertido lo suficiente en estrategias de promoción turística y no ha logrado obtener una visibilidad adecuada a nivel nacional e internacional, puede haber una falta de conocimiento y conciencia sobre las oportunidades turísticas que ofrece. Esto podría dificultar la atracción de turistas y limitar el crecimiento del sector turístico en la ciudad.
- **Deficiencias en la seguridad y la percepción de seguridad:** Si Santa Marta enfrenta desafíos en términos de seguridad o si su percepción de seguridad es negativa en comparación con las otras ciudades, esto podría desalentar a los turistas potenciales de visitar la ciudad. La seguridad es un factor clave que los turistas consideran al elegir un destino, por lo que es esencial abordar cualquier debilidad en este aspecto.
- **Falta de desarrollo de experiencias turísticas auténticas:** Si Santa Marta no logra destacar en la creación de experiencias turísticas auténticas y en la preservación de su patrimonio cultural y natural, puede perder la oportunidad de ofrecer a los visitantes experiencias únicas y memorables. Esto puede afectar su capacidad para competir con éxito con las otras ciudades que han desarrollado productos turísticos distintivos.

Es importante recordar que estas conclusiones se basan en la comparación entre Santa Marta y las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá en términos de su oferta turística. Cada ciudad tiene sus propias fortalezas y debilidades, y la identificación de estas debilidades específicas proporcionará una base para abordar y mejorar la oferta turística de Santa Marta en relación con estas otras ciudades.

7.16. Resultados finales al proponer recomendaciones específicas para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado nacional e internacional

Al proponer recomendaciones específicas para mejorar la competitividad de Santa Marta en el mercado nacional e internacional, enumeramos los siguientes:

- **Aumento en el turismo:** Santa Marta podría experimentar un incremento significativo en el número de turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad. Esto se lograría mediante la implementación de estrategias de promoción y marketing, el mejoramiento de la infraestructura turística y la diversificación de la oferta de actividades y servicios turísticos.
- **Mayor inversión extranjera:** Las recomendaciones para mejorar la competitividad podrían atraer inversiones extranjeras a Santa Marta. Esto podría resultar en el establecimiento de nuevas empresas y proyectos en la ciudad, lo que generaría empleo, impulsaría el desarrollo económico y fomentaría la transferencia de conocimientos y tecnología.
- **Crecimiento del sector productivo:** Las recomendaciones podrían impulsar el desarrollo y la competitividad de los sectores productivos de Santa Marta, como la agricultura, la pesca, la industria manufacturera y los servicios. Esto podría llevar a un aumento en la producción local, la generación de empleo y la mejora de la calidad de los productos y servicios ofrecidos.
- **Mejora de la infraestructura y los servicios públicos:** Las recomendaciones podrían promover la inversión en infraestructura básica y servicios públicos, como carreteras, puertos, aeropuertos, energía y agua potable. Esto mejoraría la conectividad de Santa Marta con otras regiones y facilitaría el transporte de mercancías, lo que a su vez fortalecería la competitividad de las empresas locales.
- **Desarrollo de clusters o polos de desarrollo:** Las recomendaciones podrían impulsar la formación de clusters o polos de desarrollo en áreas estratégicas de Santa Marta, donde se concentren empresas, instituciones educativas, centros de investigación y otros actores

relevantes. Esto fomentaría la colaboración, la innovación y el intercambio de conocimientos, lo que potenciaría la competitividad de la ciudad en sectores específicos.

- **Desarrollo de talento y capacitación:** Las recomendaciones podrían impulsar la creación de programas de capacitación y formación en áreas clave para mejorar la competitividad de Santa Marta. Esto incluiría la capacitación en habilidades técnicas, empresariales y de gestión, lo que permitiría a los trabajadores locales adquirir conocimientos actualizados y mejorar su empleabilidad.
- **Fomento de la innovación y la tecnología:** Las recomendaciones podrían promover la adopción de tecnologías innovadoras en los sectores productivos de Santa Marta. Esto podría incluir el apoyo a la investigación y el desarrollo, la promoción de la transferencia de tecnología y la creación de espacios de innovación y emprendimiento. El resultado sería un impulso a la productividad y la competitividad de las empresas locales.
- **Mejora del entorno empresarial:** Las recomendaciones podrían enfocarse en la simplificación de trámites burocráticos, la reducción de la carga impositiva y la promoción de un entorno empresarial favorable. Esto facilitaría la creación y el crecimiento de empresas en Santa Marta, atrayendo emprendedores y generando empleo.
- **Consolidación de alianzas estratégicas:** Las recomendaciones podrían promover la colaboración entre diferentes actores, como empresas, instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y entidades gubernamentales. Esto permitiría la creación de alianzas estratégicas para el desarrollo de proyectos conjuntos, la compartición de recursos y el impulso de iniciativas que fortalezcan la competitividad de Santa Marta.
- **Mejora de la calidad de vida:** Las recomendaciones podrían tener un impacto positivo en la calidad de vida de los habitantes de Santa Marta. Esto podría lograrse a través de la

generación de empleo, el desarrollo de infraestructuras sociales (como educación y salud), la protección del medio ambiente y la promoción de actividades culturales y recreativas. Una mejor calidad de vida también puede contribuir a atraer talento y a retenerlo en la ciudad.

Conclusiones y recomendaciones

Una vez identificado el DOFA podemos indicar algunas conclusiones que arrojó el estudio en mención y dar algunas recomendaciones para mejorar la calidad del servicio turístico y promover un turismo sostenible y responsable en cada ciudad.

Estos temas proporcionarán un marco teórico sólido para la investigación y ayudar a comprender los procesos de desarrollo turístico en cada ciudad, sus fortalezas y debilidades, y cómo estas influyen en la competitividad turística en las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá.

En primer lugar, una vez revisada la literatura existente sobre el tema en particular, y luego de consultar los antecedentes a nivel mundial, nacional y local sobre el turismo, de analizar la oferta y demanda turística, la competitividad turística, las estrategias y políticas implementadas por el sector público y privado más la sociedad civil, el desarrollo turístico sostenible, los impactos del turismo y el turismo regenerativo más las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que el turismo trae consigo en las ciudades objeto de estudio, podemos sacar algunas conclusiones de cada uno de estos factores investigados, a saber:

8.1. Comparación de oferta turística entre Santa Marta y Cartagena

Santa Marta y Cartagena son dos destinos turísticos que, aunque comparten algunas similitudes, también presentan diferencias significativas en términos de su oferta turística.

Presentamos algunas de las principales comparaciones de la oferta turística entre Santa Marta y Cartagena:

- **Atractivos turísticos:** Ambas ciudades tienen atractivos turísticos únicos. Santa Marta es conocida por sus playas de arena blanca y aguas cristalinas, así como por su cercanía a lugares

como el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta. Por otro lado, Cartagena es famosa por su hermoso centro histórico, sus fortificaciones y sus museos.

- **Infraestructura turística:** En cuanto a la infraestructura turística, Cartagena cuenta con una oferta hotelera más amplia y variada, desde hoteles boutique de lujo hasta opciones más económicas para viajeros con presupuestos más ajustados. Santa Marta, por su parte, cuenta con una oferta hotelera más limitada, aunque ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años.

- **Accesibilidad:** Ambas ciudades son fácilmente accesibles por aire, tierra y mar. Sin embargo, el aeropuerto internacional de Cartagena recibe más vuelos internacionales, lo que facilita el acceso de turistas extranjeros. Por otro lado, Santa Marta cuenta con un puerto de cruceros que atrae a muchos turistas que llegan en barco.

- **Oferta gastronómica:** En cuanto a la gastronomía, ambas ciudades ofrecen una amplia variedad de opciones. Cartagena es conocida por su gastronomía caribeña, con platos como el arroz con coco y la langosta al ajillo, mientras que Santa Marta es famosa por su cocina de mar, con platos como el ceviche y el pargo rojo.

- **Actividades y eventos:** Ambas ciudades tienen una oferta turística activa, con actividades como deportes acuáticos, senderismo y visitas guiadas a sitios históricos. Cartagena cuenta con festivales culturales como el Festival Internacional de Cine y el Festival de Música, mientras que Santa Marta tiene festivales de música y baile como el Festival Nacional de la Cumbia.

- **Precios:** En general, Cartagena es un destino turístico más caro que Santa Marta. Los precios de alojamiento, comida y actividades turísticas son más altos en Cartagena debido a su popularidad y alta demanda.

- **Seguridad:** En cuanto a la seguridad, ambas ciudades son relativamente seguras para los turistas, aunque es importante tomar precauciones en zonas específicas. En general, Cartagena tiene una mayor presencia policial y es conocida por tener un índice de delitos más bajo que Santa Marta.

Además de las comparaciones turísticas mencionadas anteriormente, es importante destacar que ambas ciudades tienen características culturales y geográficas que las diferencian entre sí. Por ejemplo, Santa Marta es la ciudad más antigua de Colombia y cuenta con una rica historia indígena y colonial. Además, está ubicada en la costa del Caribe y limita con la Sierra Nevada de Santa Marta, lo que la convierte en un destino ideal para los amantes de la naturaleza y el ecoturismo.

Por otro lado, Cartagena es una ciudad amurallada que ha sido declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO debido a su rica historia y arquitectura colonial. Además, está ubicada en la costa caribeña y cuenta con playas cercanas como la famosa playa de Bocagrande.

Otra diferencia significativa entre ambas ciudades es el clima. Santa Marta tiene un clima tropical húmedo, con temperaturas cálidas durante todo el año, mientras que Cartagena tiene un clima más seco y cálido, con brisas constantes del mar que refrescan la ciudad.

Aunque Santa Marta y Cartagena comparten algunos aspectos en común, cada ciudad tiene su propia personalidad y atractivos turísticos que la hacen única. La elección del destino dependerá de los intereses y preferencias del viajero.

8.2. Comparación de la oferta turística entre Santa Marta y Medellín

Santa Marta y Medellín son dos destinos turísticos muy diferentes en Colombia. Mientras que Santa Marta se encuentra en la costa caribeña y es conocida por sus playas y su cercanía a lugares naturales como el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta, Medellín es una ciudad ubicada en la región andina del país y es famosa por su clima agradable, su arquitectura moderna y su rica cultura.

Presentamos algunas de las principales comparaciones de la oferta turística entre Santa Marta y Medellín:

- **Atractivos turísticos:** Santa Marta es conocida por sus playas de arena blanca y aguas cristalinas, y también es famosa por sus lugares naturales como el Parque Nacional Natural Tayrona, la Sierra Nevada de Santa Marta y el Parque Nacional Natural de la Sierra de la Macarena. Medellín, por su parte, cuenta con una oferta turística más urbana, con atractivos como el Parque de las Luces, el Museo de Arte Moderno de Medellín y el Parque Explora.
- **Infraestructura turística:** En términos de infraestructura turística, Medellín cuenta con una amplia oferta de alojamiento, desde hoteles boutique hasta opciones más económicas para viajeros con presupuestos más ajustados. Santa Marta, aunque ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, tiene una oferta hotelera más limitada.
- **Accesibilidad:** Medellín cuenta con un aeropuerto internacional y es fácilmente accesible por carretera desde otras ciudades de Colombia. Por otro lado, Santa Marta también tiene un aeropuerto internacional y un puerto de cruceros que atrae a muchos turistas que llegan en barco.
- **Oferta gastronómica:** Medellín es famosa por su gastronomía tradicional, que incluye platos como la bandeja paisa y la arepa paisa. Santa Marta, por su parte, es conocida por su cocina de mar, con platos como el ceviche y el pargo rojo.

- **Actividades y eventos:** Medellín es conocida por sus festivales culturales, como la Feria de las Flores y el Festival Internacional de Poesía. Santa Marta tiene festivales de música y baile como el Festival Nacional de la Cumbia y también es un destino popular para actividades acuáticas como el snorkel y el buceo.

- **Precios:** En general, Medellín es un destino turístico más económico que Santa Marta. Los precios de alojamiento, comida y actividades turísticas son más bajos en Medellín debido a su ubicación en la región andina y su menor popularidad turística en comparación con Santa Marta.

- **Seguridad:** Ambas ciudades son relativamente seguras para los turistas, aunque es importante tomar precauciones en zonas específicas. En general, Medellín ha experimentado una transformación significativa en términos de seguridad en los últimos años y es considerada una ciudad segura para visitar.

- **Clima:** El clima en Santa Marta es cálido y húmedo durante todo el año, con una temperatura promedio de alrededor de 28 grados Celsius. Medellín, por otro lado, tiene un clima más templado con una temperatura promedio de alrededor de 22 grados Celsius.

- **Cultura y tradiciones:** Medellín tiene una rica historia y cultura, con eventos como la Feria de las Flores y la celebración del Día de los Muertos. Santa Marta, por otro lado, tiene una fuerte influencia indígena y afrodescendiente en su cultura y tradiciones.

- **Turismo de aventura:** Santa Marta es un destino popular para el turismo de aventura, con opciones como el trekking en la Sierra Nevada de Santa Marta, el rafting en el río Buritaca y el parapente. Medellín también ofrece algunas opciones para el turismo de aventura, como el parapente en San Félix y el puenting en el Parque de los Saltos.

En conclusión, Santa Marta y Medellín son dos destinos turísticos muy diferentes en Colombia, cada uno con su propia personalidad y oferta turística. La elección del destino dependerá de los intereses, preferencias, presupuesto y tiempo del viajero dado que ambas ciudades tienen mucho que ofrecer.

8.3. Comparación de la oferta turística entre Santa Marta y Bogotá

La oferta turística entre Santa Marta y Bogotá es muy diferente debido a las características y ubicación geográfica de ambas ciudades. A continuación, presentamos algunas comparaciones de la oferta turística entre Santa Marta y Bogotá:

- **Naturaleza:** Santa Marta es un destino turístico popular para aquellos que buscan estar en contacto con la naturaleza, con el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta como sus principales atractivos turísticos. Por otro lado, Bogotá no es conocida por su naturaleza, aunque cuenta con algunos parques como el Parque Metropolitano Simón Bolívar.
- **Historia y Cultura:** Bogotá tiene una rica historia y patrimonio cultural, con lugares como el barrio de La Candelaria, el Museo del Oro y el Museo Botero, entre otros. Santa Marta, por otro lado, también tiene una historia y cultura rica, pero en menor medida que Bogotá.
- **Infraestructura turística:** Bogotá cuenta con una amplia variedad de opciones de alojamiento, desde hoteles de lujo hasta hostales económicos, mientras que Santa Marta tiene opciones más limitadas en comparación. Bogotá también cuenta con una gran oferta gastronómica y de entretenimiento.
- **Accesibilidad:** Bogotá es el centro de transporte y conexión principal de Colombia, con el Aeropuerto Internacional El Dorado y una amplia red de transporte público. Santa Marta tiene un aeropuerto internacional, pero su conectividad aérea es menor que la de Bogotá.

- **Actividades turísticas:** En Santa Marta, los turistas pueden disfrutar de actividades al aire libre como senderismo, deportes acuáticos, ecoturismo, entre otros. En Bogotá, las opciones son más culturales, como visitar museos, galerías de arte, teatros y disfrutar de la vida nocturna.
- **Clima:** Santa Marta es conocida por su clima cálido y tropical, mientras que Bogotá tiene un clima más fresco debido a su ubicación en la Cordillera de los Andes. Esta diferencia en el clima afecta los tipos de actividades turísticas que se pueden realizar en cada ciudad.
- **Playas:** Santa Marta es famosa por sus hermosas playas, mientras que Bogotá no tiene acceso directo al mar.
- **Arquitectura:** Bogotá tiene una arquitectura moderna y edificios históricos, mientras que Santa Marta tiene un estilo arquitectónico colonial que refleja su historia.
- **Diversidad cultural:** Bogotá es una ciudad cosmopolita con una gran diversidad cultural, mientras que Santa Marta es una ciudad más pequeña con una población menos diversa.
- **Turismo de aventura:** Santa Marta es conocida por su turismo de aventura, con actividades como rafting, senderismo, parapente y buceo, mientras que Bogotá ofrece turismo de aventura en las afueras de la ciudad, como parapente y escalada.
- **Gastronomía:** Bogotá tiene una oferta gastronómica más amplia y diversa que Santa Marta, debido a su posición como capital y centro económico del país. Bogotá cuenta con una gran variedad de restaurantes y cafés de alta calidad, mientras que Santa Marta ofrece principalmente cocina local y platos de mariscos.
- **Vida nocturna:** Bogotá es conocida por su vibrante vida nocturna, con bares, discotecas y pubs que ofrecen una variedad de opciones para todo tipo de gustos y presupuestos. En Santa Marta, la vida nocturna es más tranquila, aunque hay algunos bares y clubes para aquellos que deseen salir.

- **Eventos y festivales:** Bogotá es el escenario de numerosos eventos y festivales durante todo el año, como el Festival Iberoamericano de Teatro, el Festival de Cine de Bogotá y el Carnaval de Bogotá. En Santa Marta, los eventos y festivales son menos frecuentes, aunque se celebra el Festival de la Cumbia en noviembre.
- **Compras:** Bogotá tiene una amplia variedad de tiendas y centros comerciales, desde boutiques de alta gama hasta mercados populares y callejeros. Santa Marta ofrece principalmente productos artesanales y souvenirs en sus mercados y tiendas locales.
- **Turismo de negocios:** Bogotá es el centro de negocios y comercio más importante de Colombia, por lo que es un destino popular para viajes de negocios y eventos corporativos. En Santa Marta, la oferta de turismo de negocios es más limitada.

En síntesis, tanto Santa Marta como Bogotá ofrecen experiencias turísticas diferentes y únicas en Colombia. Mientras que Santa Marta es más conocida por sus playas y atractivos naturales, Bogotá es famosa por su rica historia y cultura. La elección entre ambas dependerá de los intereses y preferencias del viajero, así como de su presupuesto y tiempo disponible para viajar.

8.4. Recomendaciones

Las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá deben alinearse e ir a la vanguardia con las nuevas tendencias que indica el turismo mundial, tal como lo expresa el Banco Mundial frente a los cambios de la oferta y demanda turística después de la Pandemia, y se debe asumir nuevos retos en este sector clave en la economía de los países.

Los conceptos que incluiremos a continuación son del Banco Mundial 2022 y citado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo -Mintic/, en el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 “Turismo en armonía con la vida” (Bravo & Umaña, 2022)

8.2.1. Desde el punto de la oferta turística:

- Nuevas preocupaciones y necesidades en destino, relacionados principalmente a aspectos sanitarios: la comunicación debe ser clara respecto a requerimientos, restricciones y apertura.
- Eliminación de las medidas de cuarentena y aislamiento en los destinos, sin descuidar los aspectos de bioseguridad para el turismo.
- Facilitación para el cumplimiento de los protocolos de higiene, salud y seguridad.
- Preocupación por una gestión de riesgo y de seguridad turística integral en los destinos turísticos.
- La digitalización apoyó al incremento de las ventas, dadas las tendencias de consumo y comercialización turística.
- Recursos económicos limitados para acciones de mercadeo y promoción.
- Ampliación de la brecha digital entre los diferentes actores del sector.
- Pérdida de mano de obra en el sector, especialmente por el intensivo uso de capital humano con baja remuneración.
- Aumento del emprendimiento en el sector, debido al surgimiento de nuevas oportunidades de mercado y posibilidades de economías de supervivencia.
- Aceleración en la tendencia hacia el aumento de la eficiencia, externalización y la reducción de costos fijos.

8.2.2. Desde el punto de vista de la demanda:

- **Interés en nuevos segmentos y productos:** los viajeros están priorizando las actividades al aire libre, así como el turismo en entornos naturales y rurales. El turismo doméstico se vuelve más relevante, según el destino y se convierte en un mercado potencial a corto plazo.
- Los viajes de larga estancia tienen mayor interés en los viajeros, unidos a la posibilidad de realizar teletrabajo desde diferentes destinos y a los cambios en las dinámicas de fragmentación de las vacaciones, así como la mayor disponibilidad de tiempo libre por parte de las y los trabajadores.
- Nuevas preocupaciones y necesidades de viaje, dando mayor importancia a la higiene en el país de destino.
- Decisiones de viaje según el nivel y calidad del sistema sanitario en el destino.
- Confianza de los mercados en que no se impondrán más restricciones de viaje en los destinos.
- **Impulso a la sostenibilidad:** la pandemia ha acelerado la importancia de hacer viajes más conscientes y con menos impactos ambientales y socioculturales, lo cual hace que este sea un imperativo a la hora de tomar decisiones de viaje.
- **Adopción digital:** la pandemia de COVID-19 aceleró la transformación digital y el comercio electrónico en el sector, donde aumentó la demanda de transparencia, flexibilidad y cantidad de las interacciones con los clientes hacia lo digital. Impulso a la demanda de los viajeros “nómadas digitales” que buscan realizar viajes de larga distancia, de mayor duración, a destinos con asociaciones positivas, auténticas y buena conectividad. Estos segmentos son de mayor gasto principalmente en lugares periféricos.

En materia de sostenibilidad, surgen nuevas preocupaciones frente al cumplimiento y claridad de políticas y medidas de sostenibilidad turística:

- Mayor eficiencia en el uso y gestión de recursos, especialmente en el subsector del alojamiento.
- Reducción del uso de plásticos y preocupación por la contaminación marina y terrestre.

Adicional a estas tendencias sectoriales, se consideran los principales retos de la humanidad para los próximos años, e invita a reflexionar sobre cuál es el rol del turismo frente a estos desafíos, analizando su capacidad de adaptación y de contribución a las posibles soluciones, así como las oportunidades que se presentan derivadas de ellos.

En línea con estos retos de la humanidad, actualmente, se discute a nivel global cuál debe ser el modelo de desarrollo del turismo, que contribuya de manera más efectiva a la sostenibilidad y al desarrollo humano, con especial énfasis a la prevención y mitigación de los impactos negativos, a la inclusión social e integración entre los territorios

Una de las tendencias es el turismo regenerativo, dando un nuevo alcance a la mirada de la sostenibilidad, enfocada en la mejora continua de su gestión ambiental y sociocultural, así como elevar la contribución que el turismo hace para la sociedad y para el desarrollo de las comunidades y los territorios.

8.2.3. Recomendaciones de la oferta turística al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá

Al comparar las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a su oferta turística, podemos manifestar que:

- Santa Marta y Cartagena son ciudades costeras con una gran oferta turística en cuanto a playas, actividades acuáticas y turismo de sol y playa. Ambas ciudades son excelentes destinos

para los viajeros que buscan disfrutar del mar y el sol. Por otro lado, Medellín y Bogotá no tienen acceso directo al mar, por lo que su oferta turística se centra en otros aspectos.

- Medellín es una ciudad que se ha transformado en los últimos años, convirtiéndose en un destino turístico de gran interés gracias a su rica cultura, historia y su clima templado. La ciudad cuenta con museos, galerías de arte, parques y plazas públicas, y es el hogar de algunos de los mejores restaurantes y bares de Colombia. Si bien no tiene una oferta turística tan variada como Santa Marta y Cartagena, su atractivo radica en la posibilidad de explorar la cultura y la historia de Colombia.

- Bogotá es la capital de Colombia y una ciudad que combina historia, cultura y modernidad. La ciudad cuenta con museos, teatros, galerías de arte y una gran variedad de restaurantes y bares. Además, Bogotá es una excelente base para explorar los alrededores, como la Catedral de Sal de Zipaquirá o el pueblo colonial de Villa de Leyva. Sin embargo, Bogotá no tiene una oferta turística tan centrada en el turismo de sol y playa como Santa Marta y Cartagena.

- En términos generales, se recomienda visitar Santa Marta y Cartagena si se busca un destino turístico de playa y sol, y Medellín y Bogotá si se busca una experiencia más cultural e histórica. Sin embargo, esto no significa que no haya cosas interesantes para hacer en cada ciudad. Cada una tiene su propia personalidad y ofrece una experiencia única para los viajeros.

- En cuanto a la oferta hotelera, tanto Santa Marta como Cartagena cuentan con una gran variedad de opciones para todos los presupuestos, desde hoteles lujosos hasta hostales económicos. Medellín y Bogotá también tienen una amplia oferta hotelera, con opciones para todos los gustos y presupuestos.

- Si se busca aventura y turismo activo, Santa Marta y Cartagena ofrecen una gran variedad de actividades como snorkel, buceo, kitesurf, windsurf y otros deportes acuáticos. Además, Santa

Marta es la puerta de entrada al Parque Nacional Natural Tayrona, un destino popular para hacer senderismo y explorar la naturaleza. Medellín ofrece opciones para hacer senderismo en las montañas cercanas y parapente, mientras que Bogotá es conocida por sus tours en bicicleta por la ciudad y sus alrededores.

- Si se busca una experiencia culinaria, todas las ciudades tienen una oferta gastronómica variada y rica. En Santa Marta y Cartagena, se pueden probar platos típicos de la región caribeña, como el arroz con coco, el ceviche y los mariscos. En Medellín, la gastronomía local se caracteriza por sus carnes asadas y sus platos con frijoles y arepas. En Bogotá, la gastronomía es más diversa, con una gran variedad de restaurantes que ofrecen cocina internacional y platos tradicionales de la región andina.

- Si se busca una experiencia de compras, Cartagena y Bogotá son excelentes opciones. Cartagena tiene una gran cantidad de tiendas de souvenirs, ropa y artesanías, especialmente en el centro histórico. Bogotá, por su parte, cuenta con una gran variedad de centros comerciales y tiendas exclusivas donde se pueden encontrar productos de marcas internacionales.

- Si se busca vida nocturna, Medellín es conocida por sus bares y discotecas, especialmente en la zona de El Poblado. Santa Marta y Cartagena también tienen una escena nocturna animada, con bares y clubes que ofrecen música en vivo y fiestas en la playa. Bogotá tiene una vida nocturna variada y cosmopolita, con una gran cantidad de bares y clubes que ofrecen música en vivo, así como opciones más relajadas como bares de jazz y teatros.

- En términos de accesibilidad, Santa Marta y Cartagena son las ciudades más fáciles de llegar desde el exterior, ya que cuentan con aeropuertos internacionales. Medellín y Bogotá también tienen aeropuertos internacionales y son fácilmente accesibles desde otros destinos en Colombia.

En general, cada ciudad tiene algo diferente que ofrecer, dependiendo de lo que el viajero esté buscando. Santa Marta y Cartagena son ideales para aquellos que buscan playas, sol y aventura, mientras que Medellín y Bogotá son excelentes opciones para aquellos que buscan una experiencia cultural e histórica, compras y vida nocturna.

8.2.4. Recomendaciones de la demanda turística al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a demanda turística, podemos decir que:

- Cartagena es la ciudad más visitada por los turistas internacionales en Colombia. Por lo tanto, si se busca una experiencia turística más cosmopolita y multicultural, Cartagena puede ser la mejor opción.
- Santa Marta es una ciudad turística popular, especialmente entre los turistas nacionales. Si se busca una experiencia turística más auténtica y local, Santa Marta puede ser una buena opción.
- Medellín ha experimentado un aumento en la demanda turística en los últimos años, especialmente debido a su clima agradable, su vibrante vida nocturna y su oferta cultural y de entretenimiento. Si se busca una experiencia turística más moderna y urbana, Medellín puede ser una buena opción.
- Bogotá es la ciudad más grande de Colombia y es la capital del país. Aunque a veces se la pasa por alto como destino turístico, tiene mucho que ofrecer, incluyendo una rica historia, cultura y gastronomía. Si se busca una experiencia turística más cosmopolita y cultural, Bogotá puede ser una excelente opción.

- Es importante tener en cuenta que la demanda turística varía según la temporada del año y los eventos que se llevan a cabo en cada ciudad. Por ejemplo, Cartagena es especialmente popular durante el Festival de Cine de Cartagena y la temporada de vacaciones de diciembre, mientras que Medellín es popular durante la Feria de las Flores en agosto. Por lo tanto, es importante planificar el viaje teniendo en cuenta estos factores para aprovechar al máximo la experiencia turística.
- Santa Marta es un destino turístico popular para aquellos que buscan playas y aventura, como el Parque Nacional Natural Tayrona y la Ciudad Perdida. Si se busca una experiencia turística de playa y naturaleza, Santa Marta puede ser la mejor opción.
- Cartagena es una ciudad histórica y colonial, lo que la convierte en un destino turístico popular para aquellos interesados en la historia y la cultura. Si se busca una experiencia turística más cultural y patrimonial, Cartagena puede ser la mejor opción.
- Medellín es conocida por su innovación y transformación urbana, lo que la convierte en un destino turístico popular para aquellos interesados en la arquitectura y el diseño urbano. Si se busca una experiencia turística más moderna y urbana, Medellín puede ser la mejor opción.
- Bogotá es la capital de Colombia y un centro cultural y financiero importante. Además de su rica historia y cultura, Bogotá también ofrece una gran variedad de restaurantes y una escena gastronómica vibrante. Si se busca una experiencia turística más cosmopolita y cultural, Bogotá puede ser la mejor opción.
- Es importante tener en cuenta que, aunque cada ciudad tiene su propia demanda turística, también es posible combinar varias ciudades en un solo viaje para tener una experiencia turística más completa y variada. Por ejemplo, se podría combinar una visita a las playas de Santa Marta

con una visita a la Ciudad Perdida y luego viajar a Medellín para experimentar su vibrante vida nocturna y diseño urbano.

- Santa Marta es conocida por su oferta de turismo de aventura y ecoturismo, por lo que, si se busca una experiencia turística más activa y al aire libre, esta ciudad es una excelente opción.

Además, está ubicada cerca de lugares naturales únicos como el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta.

- Cartagena ofrece una amplia gama de actividades turísticas, desde visitas a monumentos históricos y edificios coloniales hasta paseos en barco y tours de gastronomía. Si se busca una experiencia turística más variada y con muchas opciones para elegir, Cartagena puede ser la mejor opción.

- Medellín es una ciudad que ha logrado transformarse de manera significativa en las últimas décadas, por lo que, si se busca una experiencia turística moderna, vibrante y cosmopolita, esta ciudad es una excelente opción. Además, cuenta con una amplia oferta cultural y de entretenimiento, como museos, teatros y galerías de arte.

- Bogotá es la capital de Colombia y cuenta con una oferta turística diversa, que va desde visitas a lugares históricos y culturales hasta paseos por zonas comerciales y gastronómicas. Si se busca una experiencia turística que combine lo histórico con lo moderno y cosmopolita, Bogotá es una buena opción.

- Además de las actividades turísticas convencionales, cada ciudad también ofrece experiencias únicas que pueden ser de interés para algunos viajeros. Por ejemplo, en Santa Marta se puede visitar la Ciudad Perdida, en Cartagena se pueden realizar tours de murales y street art, en Medellín se pueden hacer recorridos por la Comuna 13 y en Bogotá se puede disfrutar de una amplia oferta de eventos culturales y festivales.

En general, cada ciudad tiene su propia demanda turística y ofrece una experiencia única. La elección dependerá de los intereses y preferencias del viajero, así como de la época del año y los eventos que se lleven a cabo en cada ciudad.

En conclusión, cada ciudad tiene su propia demanda turística y ofrece una experiencia única, por lo que la elección dependerá de los intereses y preferencias del viajero.

8.2.5. Recomendaciones de la competitividad turística al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística, podemos expresar que:

- En términos de competitividad turística, Bogotá es la ciudad líder en Colombia. Es la capital del país y el centro financiero y cultural más importante de Colombia, lo que la hace muy atractiva para el turismo de negocios y eventos.
- Cartagena es considerada una de las ciudades más turísticas de Colombia debido a su patrimonio cultural, su arquitectura colonial, sus playas y su oferta gastronómica. Es una ciudad con gran potencial para el turismo de lujo y el turismo cultural.
- Medellín ha experimentado una transformación notable en los últimos años, lo que la ha convertido en una ciudad moderna y vibrante. Es una ciudad que está trabajando en mejorar su infraestructura y oferta turística para ser más competitiva en el mercado turístico.
- Santa Marta, aunque es una ciudad turística importante, aún tiene un gran potencial de desarrollo para mejorar su competitividad turística. La ciudad se enfoca en el turismo de naturaleza y aventura, y necesita seguir trabajando en mejorar su infraestructura y oferta de servicios turísticos para atraer a más turistas.

- Es importante tener en cuenta que la competitividad turística no solo depende de los atractivos turísticos de una ciudad, sino también de factores como la infraestructura turística, la seguridad, la calidad de los servicios turísticos y la promoción turística. Todas las ciudades mencionadas tienen desafíos y oportunidades en estos aspectos, por lo que se deben evaluar en su conjunto al tomar una decisión sobre qué ciudad visitar.

- Bogotá es una ciudad que cuenta con una gran oferta cultural y de entretenimiento, con numerosos museos, teatros, festivales y eventos culturales. Esto la hace atractiva para el turismo cultural y de ocio, pero también necesita seguir trabajando en mejorar su infraestructura turística para atraer a más turistas.

- Cartagena tiene un gran potencial para el turismo de lujo y el turismo de eventos, ya que cuenta con una gran oferta de hoteles y restaurantes de alta calidad, así como espacios para eventos. Sin embargo, la ciudad necesita mejorar su infraestructura turística, como el transporte y la seguridad, para ser más competitiva en el mercado turístico de lujo.

- Medellín se enfoca en el turismo de negocios y eventos, con una gran oferta de centros de convenciones y espacios para eventos. También cuenta con una gran oferta de turismo cultural y de naturaleza, pero necesita seguir trabajando en mejorar su infraestructura turística y la promoción turística para atraer a más turistas.

- Santa Marta es una ciudad que se enfoca en el turismo de naturaleza y aventura, con atractivos turísticos como el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta. Sin embargo, la ciudad necesita seguir mejorando su infraestructura turística y de servicios para atraer a más turistas y ser más competitiva en el mercado turístico de naturaleza y aventura.

- En términos de competitividad turística, es importante que las ciudades trabajen en mejorar su sostenibilidad y su compromiso con el turismo responsable. Esto incluye la protección del medio ambiente y la cultura local, así como el desarrollo de prácticas sostenibles en la industria turística. Las ciudades que demuestran un compromiso serio con la sostenibilidad tienen una ventaja competitiva en el mercado turístico.
- Bogotá tiene una gran oferta de turismo de negocios y eventos, con numerosos centros de convenciones y espacios para eventos. La ciudad también está trabajando en mejorar su oferta turística de naturaleza y aventura, con la promoción de actividades como el ecoturismo y el turismo rural.
- Cartagena tiene un gran potencial para el turismo náutico, ya que cuenta con uno de los puertos más importantes del país y una gran oferta de actividades acuáticas como el buceo y el snorkel. La ciudad también está trabajando en mejorar su oferta turística de naturaleza y aventura, con la promoción de actividades como el avistamiento de aves y la visita a parques naturales.
- Medellín está trabajando en mejorar su oferta turística de cultura y patrimonio, con la restauración de edificios históricos y la promoción de actividades culturales. La ciudad también cuenta con una gran oferta de turismo de compras, con numerosos centros comerciales y zonas comerciales.
- Santa Marta tiene un gran potencial para el turismo de cruceros, ya que cuenta con un puerto importante y una gran oferta de actividades acuáticas. La ciudad también está trabajando en mejorar su oferta turística de cultura y patrimonio, con la promoción de la historia indígena de la región y la restauración de edificios históricos.

- Todas las ciudades deben trabajar en mejorar su promoción turística para ser más competitivas en el mercado turístico. Esto incluye la promoción en línea a través de redes sociales y plataformas de reserva de viajes, así como la promoción en ferias y eventos turísticos internacionales.

En conclusión, cada ciudad tiene su propio nivel de competitividad turística y depende de varios factores para lograr su éxito. Es importante evaluar todos los aspectos relevantes al elegir un destino turístico, incluyendo la infraestructura turística, la seguridad, la calidad de los servicios turísticos y la promoción turística, entre otros.

8.2.6. Recomendaciones de desarrollo turístico sostenible al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá, podemos anotar que:

- Todas las ciudades deben trabajar en mejorar su infraestructura turística y servicios para ser más amigables con el medio ambiente y reducir su impacto ambiental. Esto incluye la implementación de prácticas sostenibles en los alojamientos turísticos, restaurantes y actividades turísticas.

- Las ciudades deben fomentar el turismo sostenible y responsable, promoviendo prácticas que protejan la biodiversidad y la cultura local. Esto incluye la promoción de actividades como el turismo comunitario, el turismo rural y el turismo de naturaleza, así como la conservación y protección de las áreas naturales y sitios históricos.

- Es importante que las ciudades desarrollen planes de gestión de residuos y promuevan la reducción de residuos y la gestión adecuada de los mismos. También se deben fomentar prácticas como la reutilización y el reciclaje.

- Las ciudades deben trabajar en mejorar la movilidad sostenible, fomentando el uso de medios de transporte no contaminantes, como bicicletas y transporte público eléctrico. También se deben implementar planes de movilidad sostenible para reducir el tráfico y la contaminación.
- Todas las ciudades deben involucrar a la comunidad local en el desarrollo turístico sostenible, promoviendo la participación de la comunidad en la toma de decisiones y la gestión del turismo. Además, se deben fomentar prácticas justas y equitativas en el sector turístico, como el empleo y la contratación local.
- Las ciudades deben promover el turismo inclusivo y accesible, fomentando la accesibilidad para personas con discapacidad o necesidades especiales. Esto incluye el desarrollo de infraestructuras turísticas accesibles y la formación del personal turístico para ofrecer un servicio adecuado a todas las personas.
- Es importante que las ciudades promuevan la educación ambiental y cultural en el sector turístico, fomentando el conocimiento y la conciencia sobre la importancia de proteger y conservar el patrimonio natural y cultural de la región.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la diversidad cultural y étnica, fomentando el turismo cultural y la preservación de la riqueza cultural de la región. Esto incluye la promoción de actividades culturales y la protección de los sitios y monumentos históricos.
- Es importante que las ciudades trabajen en el fortalecimiento de la cooperación y la coordinación entre los diferentes actores del sector turístico, incluyendo a los actores públicos, privados y a la sociedad civil. Esto permitirá una gestión más eficiente y sostenible del turismo.
- Las ciudades deben promover la innovación y el emprendimiento sostenible en el sector turístico, fomentando la creación de nuevas empresas y proyectos turísticos que promuevan prácticas sostenibles y responsables.

- Las ciudades deben trabajar en la gestión responsable de los recursos naturales, fomentando el uso de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, como la gestión adecuada de residuos y la promoción del uso de energías renovables.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción del turismo responsable y ético, fomentando el respeto por la cultura y la comunidad local, y evitando el turismo masivo que pueda dañar el patrimonio natural y cultural.
- Las ciudades deben promover la creación de productos turísticos innovadores y auténticos, que promuevan la diversidad cultural y la riqueza natural y patrimonial de la región.
- Es importante que las ciudades fomenten la participación de la comunidad local en la planificación y gestión del turismo, garantizando que se respeten sus derechos y se promueva su bienestar.
- Las ciudades deben trabajar en la mejora de la calidad de los servicios turísticos, fomentando la formación y capacitación de los trabajadores del sector turístico, y promoviendo la creación de empresas turísticas socialmente responsables.

En conclusión, el desarrollo turístico sostenible es un proceso continuo y multidimensional que requiere el compromiso y la colaboración de todos los actores involucrados. Las ciudades deben trabajar en conjunto para fomentar prácticas sostenibles y responsables, proteger los recursos naturales y culturales de la región, y promover el turismo como una herramienta para el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad local.

8.2.7. Recomendaciones de incidencias del turismo que se pueden obtener al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá, podemos recomendar que:

- Las ciudades deben implementar medidas para minimizar el impacto negativo del turismo en la cultura y el patrimonio cultural de la región, y promover prácticas que contribuyan a su protección y conservación.
- Es importante que las ciudades desarrollen programas de educación y concientización para los turistas y la comunidad local, con el fin de promover prácticas responsables y sostenibles que minimicen el impacto ambiental del turismo.
- Las ciudades deben implementar medidas para garantizar que el crecimiento del turismo no afecte negativamente la calidad de vida de la comunidad local, incluyendo la preservación de la seguridad y la tranquilidad en las áreas residenciales.
- Es importante que las ciudades trabajen en la implementación de políticas de gestión de residuos que promuevan la reducción, el reciclaje y la reutilización de estos, para minimizar el impacto ambiental del turismo.
- Las ciudades deben desarrollar medidas para garantizar la conservación de los recursos naturales, especialmente aquellos que son vulnerables a los efectos del turismo, como los arrecifes de coral, los manglares, los bosques y los ríos.
- Es importante que las ciudades promuevan la diversificación de la oferta turística, con el fin de reducir la presión en los destinos turísticos más populares y fomentar la creación de productos turísticos alternativos que contribuyan a un turismo más sostenible.
- Las ciudades deben trabajar en la implementación de medidas para garantizar la seguridad y la tranquilidad de los turistas, promoviendo prácticas de turismo seguro y responsables.

- Las ciudades deben trabajar en la promoción de un turismo responsable y ético, que respete los derechos humanos y laborales de los trabajadores del sector turístico y evite la explotación y el abuso de estos.
- Es importante que las ciudades trabajen en la implementación de medidas de adaptación al cambio climático y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, en línea con los objetivos del Acuerdo de París.
- Las ciudades deben garantizar la participación activa de la comunidad local en la planificación y gestión del turismo, promoviendo la inclusión y la equidad en la toma de decisiones.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de un turismo de calidad, que permita la satisfacción de las necesidades y expectativas de los turistas y la comunidad local, y que contribuya al desarrollo sostenible de la región.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la innovación y la tecnología en el sector turístico, para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de las actividades turísticas y reducir su impacto negativo en el medio ambiente y la comunidad local.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de la diversidad cultural y la inclusión social, fomentando la celebración de festivales y eventos culturales que promuevan la identidad y la riqueza cultural de la región.
- Las ciudades deben trabajar en la implementación de medidas para garantizar la accesibilidad y la inclusión de las personas con discapacidad en el sector turístico, promoviendo la eliminación de barreras físicas y sociales que dificulten su participación en la actividad turística.

- Las ciudades deben trabajar en la conservación y protección de sus recursos naturales y culturales, evitando su sobreexplotación y degradación y garantizando su uso sostenible para las generaciones presentes y futuras.
- Es importante que las ciudades trabajen en la gestión adecuada de los residuos y la reducción de la contaminación ambiental generada por las actividades turísticas, promoviendo la implementación de prácticas y tecnologías sostenibles en el sector.
- Las ciudades deben garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas y la comunidad local, implementando medidas de prevención y atención de emergencias y promoviendo un ambiente seguro y saludable para todos.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de un turismo de bajo impacto, evitando la masificación y la sobreexplotación de los recursos turísticos y promoviendo alternativas de turismo responsable y sostenible.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la educación y la concientización sobre los impactos del turismo y la importancia de un turismo sostenible, involucrando a la comunidad local, los turistas y los actores del sector turístico en la construcción de una cultura turística responsable y sostenible.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de la cooperación y el diálogo entre los diferentes actores del sector turístico y la comunidad local, para promover una gestión participativa, integrada y coordinada del turismo y sus impactos.

En síntesis, las ciudades deben trabajar de manera conjunta para minimizar los impactos negativos del turismo en la región, promoviendo prácticas sostenibles y responsables que contribuyan a la conservación y protección de los recursos naturales y culturales de la región, y que permitan el bienestar de la comunidad local y los turistas.

8.2.8. Recomendaciones de turismo regenerativo al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá

El turismo regenerativo es una nueva forma de turismo que busca regenerar y revitalizar las comunidades y los destinos turísticos, a través de la implementación de prácticas sostenibles y la promoción del desarrollo económico y social local.

A continuación, algunas recomendaciones al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a turismo regenerativo:

- Es importante que las ciudades trabajen en la identificación de sus recursos naturales, culturales y sociales, y en la promoción de su conservación y uso sostenible a través del turismo regenerativo.
- Las ciudades deben trabajar en la creación de redes de colaboración y cooperación entre los diferentes actores del sector turístico y la comunidad local, para promover una gestión integrada y participativa del turismo regenerativo.
- Es importante que las ciudades promuevan la diversificación de la oferta turística, a través del desarrollo de actividades y experiencias turísticas auténticas y sostenibles, que promuevan la cultura local y el patrimonio natural y cultural.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la inclusión social y la equidad de género en el turismo regenerativo, garantizando la participación activa y equitativa de la comunidad local en el desarrollo y gestión del turismo.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de la educación y la concientización sobre el turismo regenerativo, involucrando a la comunidad local, los turistas y los actores del sector turístico en la construcción de una cultura turística responsable y sostenible.

- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la innovación y el emprendimiento sostenible en el turismo regenerativo, apoyando el desarrollo de proyectos y negocios locales que promuevan la generación de empleo y el desarrollo económico sostenible.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de la calidad y la excelencia en el turismo regenerativo, garantizando la prestación de servicios turísticos de alta calidad y sostenibilidad, que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas y promuevan la imagen positiva del destino.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la gestión sostenible de los recursos naturales y la reducción de la huella ambiental del turismo, a través de la implementación de prácticas sostenibles en la gestión de residuos, el uso eficiente de la energía y el agua, y la promoción del transporte sostenible.
- Es importante que las ciudades promuevan la conservación y el uso sostenible de los recursos culturales y patrimoniales, a través del desarrollo de programas y proyectos de restauración y conservación, y la promoción de prácticas sostenibles en la gestión y uso de estos recursos.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la participación activa y efectiva de la comunidad local en la gestión del turismo regenerativo, garantizando su representación en los procesos de toma de decisiones y la promoción de la gobernanza participativa del turismo.
- Es importante que las ciudades trabajen en la promoción de la innovación tecnológica sostenible en el turismo regenerativo, a través del desarrollo de soluciones tecnológicas innovadoras que promuevan la sostenibilidad, la eficiencia y la mejora de la experiencia turística.

- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la planificación estratégica y la gestión del turismo regenerativo a largo plazo, garantizando la integración de objetivos de sostenibilidad y la adaptación a los cambios globales y locales que puedan afectar al turismo.
- Las ciudades deben fomentar la creación de redes y alianzas entre los actores del turismo regenerativo, incluyendo a los diferentes actores del sector turístico, la comunidad local y los grupos de interés, con el fin de promover la colaboración, el intercambio de conocimientos y la coordinación de esfuerzos para el desarrollo sostenible del turismo.
- Es importante que las ciudades promuevan la educación y la conciencia sobre el turismo regenerativo, tanto para los turistas como para los actores locales, a través del desarrollo de programas de capacitación y sensibilización, y la promoción de la educación ambiental y cultural.
- Las ciudades deben trabajar en la promoción de la equidad y la justicia social en el turismo regenerativo, garantizando la inclusión y la participación de los diferentes grupos sociales y culturales, y la distribución equitativa de los beneficios del turismo.
- Es importante que las ciudades promuevan la transparencia y la rendición de cuentas en la gestión del turismo regenerativo, a través de la promoción de la transparencia en la toma de decisiones, la rendición de cuentas a la comunidad local y la promoción de la responsabilidad social corporativa en el sector turístico.

El turismo regenerativo es una forma de turismo responsable y sostenible que puede contribuir al desarrollo sostenible de los destinos turísticos y al bienestar de las comunidades locales.

8.5. Conclusiones obtenidas al analizar comparativamente la ciudad de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a demanda turística

Al comparar la demanda turística de Santa Marta con las ciudades de Cartagena, Medellín y Bogotá, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- o Santa Marta tiene una demanda turística significativa, pero en comparación con Cartagena y Bogotá, la demanda es menor. Medellín, por su parte, ha experimentado un aumento en su popularidad turística en los últimos años.

- o Cartagena es una ciudad turística bien establecida en Colombia y atrae a una gran cantidad de turistas cada año debido a su rica historia y cultura, así como a sus playas y clima cálido.

- o Bogotá, aunque no es tan popular como Cartagena o Medellín, también recibe una cantidad significativa de turistas debido a su patrimonio cultural, histórico y artístico.

- o Medellín ha experimentado un aumento en su popularidad turística en los últimos años debido a su transformación en una ciudad moderna, segura y vibrante, así como a su clima agradable y atractivos turísticos como el Parque Explora y el Jardín Botánico.

- o Santa Marta es conocida por sus playas y turismo de naturaleza, con el Parque Nacional Natural Tayrona y la Sierra Nevada de Santa Marta como los principales atractivos turísticos de la ciudad.

- o Cartagena tiene una rica historia y patrimonio cultural, con su ciudad amurallada declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, así como por sus playas y clima cálido.

- o Bogotá es un destino turístico que se caracteriza por sus museos, arte y cultura, con lugares como el Museo del Oro, el Museo Botero y el barrio de La Candelaria.

o Medellín es conocida por su clima agradable, su gastronomía y su arquitectura moderna, con lugares como la Plaza Botero y el Parque de las Luces como atractivos turísticos.

o En cuanto a la infraestructura turística, Cartagena y Bogotá cuentan con una amplia variedad de opciones de alojamiento, desde hoteles de lujo hasta hostales económicos, mientras que Santa Marta y Medellín tienen opciones más limitadas en comparación.

o En términos de accesibilidad, Bogotá es el centro de transporte y conexión principal de Colombia, mientras que Cartagena, Santa Marta y Medellín cuentan con aeropuertos internacionales para recibir a los turistas.

o Santa Marta es también un destino para practicar deportes acuáticos, como el surf y el kitesurf, debido a sus excelentes condiciones de viento y olas.

o Cartagena es famosa por su vida nocturna animada, con numerosos bares y discotecas para elegir.

o Bogotá cuenta con una vibrante escena artística y cultural, con festivales de música y arte que atraen a turistas de todo el mundo.

o Medellín es conocida por su sistema de transporte público innovador, con el Metrocable como un atractivo turístico en sí mismo.

o Las cuatro ciudades tienen una gran oferta gastronómica, con una amplia variedad de platos típicos de Colombia y una fusión de influencias culinarias internacionales.

En conclusión, cada una de estas ciudades colombianas tiene sus propias características y atractivos turísticos únicos que atraen a visitantes de todo el mundo. La elección de la ciudad depende de los intereses del viajero y lo que desee experimentar en su visita a Colombia.

8.6. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a competitividad turística, se obtuvieron varias conclusiones. A continuación, se presentan algunas de ellas:

o Cartagena es la ciudad que se destaca en términos de competitividad turística en Colombia. Esto se debe a su patrimonio histórico, su oferta gastronómica y su infraestructura turística de alta calidad. Además, la ciudad cuenta con una amplia variedad de atractivos turísticos que la hacen muy atractiva para los turistas nacionales e internacionales.

o Medellín ha logrado transformarse en una ciudad turística gracias a su modelo de innovación y desarrollo urbano. La ciudad ha invertido en la construcción de parques y espacios públicos, así como en la promoción de su cultura y su gastronomía. Además, Medellín ha logrado diversificar su oferta turística y atraer a diferentes segmentos de turistas, como los amantes de la naturaleza y los deportes extremos.

o Bogotá se destaca por su oferta cultural y su riqueza histórica. La ciudad cuenta con una gran cantidad de museos, teatros y galerías de arte que la hacen muy atractiva para los turistas interesados en la cultura. Además, Bogotá ha logrado desarrollar una oferta gastronómica de alta calidad que la convierte en un destino muy atractivo para los amantes de la comida.

o Santa Marta se destaca por su ubicación privilegiada y su riqueza natural. La ciudad cuenta con hermosas playas y parques nacionales que la hacen muy atractiva para los turistas interesados en el ecoturismo. Además, Santa Marta cuenta con una amplia oferta de actividades acuáticas y deportes extremos.

o En términos de infraestructura turística, Cartagena y Medellín son las ciudades que cuentan con una oferta más amplia y de alta calidad. Ambas ciudades tienen una gran cantidad de hoteles, restaurantes, centros comerciales y otros servicios turísticos que satisfacen las necesidades de los visitantes. Bogotá también cuenta con una buena infraestructura turística, aunque no tan desarrollada como la de las otras dos ciudades. Santa Marta tiene una infraestructura turística más limitada, lo que limita su capacidad para atraer turistas en gran cantidad.

o En términos de seguridad, Medellín ha logrado mejorar significativamente su situación en los últimos años. La ciudad ha implementado diversas políticas y programas para combatir la violencia y el crimen, lo que ha permitido que los turistas se sientan más seguros al visitar la ciudad. Cartagena y Bogotá también han mejorado su situación en materia de seguridad, aunque todavía hay áreas en las que se deben trabajar para garantizar la seguridad de los turistas. Santa Marta ha tenido algunos problemas de seguridad en el pasado, lo que ha afectado su imagen como destino turístico seguro.

o En cuanto a la promoción turística, todas las ciudades han realizado esfuerzos importantes para dar a conocer sus atractivos y mejorar su imagen como destinos turísticos. Cartagena ha logrado posicionar su marca a nivel internacional y ha implementado diversas estrategias de promoción para atraer a turistas de todo el mundo. Medellín también ha invertido en promoción turística y ha logrado atraer a un número creciente de visitantes extranjeros en los últimos años. Bogotá y Santa Marta han realizado esfuerzos importantes para mejorar su imagen como destinos turísticos, pero todavía tienen un largo camino por recorrer en términos de promoción y posicionamiento de marca.

o En cuanto a la accesibilidad, las cuatro ciudades cuentan con aeropuertos internacionales que las conectan con otros destinos nacionales e internacionales. Sin embargo, Medellín se destaca por su ubicación central en el país, lo que facilita el acceso a otras ciudades y destinos turísticos cercanos. Cartagena también tiene una buena conectividad aérea y marítima, lo que la convierte en un destino popular para los cruceros. Bogotá tiene una ubicación estratégica como centro de negocios y conectividad aérea, aunque su ubicación geográfica no le permite tener acceso directo al mar. Santa Marta tiene un aeropuerto que la conecta con otras ciudades, pero todavía hay limitaciones en cuanto a la oferta de vuelos y destinos.

o En cuanto a la sostenibilidad, todas las ciudades han tomado medidas para fomentar el turismo sostenible y responsable. Medellín ha implementado un modelo de turismo sostenible que promueve la conservación del medio ambiente y la cultura local. Cartagena también ha adoptado medidas para promover un turismo más sostenible, aunque todavía hay desafíos en cuanto a la gestión de residuos y la conservación del patrimonio histórico. Bogotá ha implementado diversas iniciativas para fomentar la sostenibilidad en el turismo, como la promoción del uso de bicicletas y el turismo comunitario. Santa Marta tiene una gran riqueza natural que debe ser protegida, y se han implementado diversas medidas para promover un turismo sostenible y responsable en la región.

Finalmente, es importante destacar que cada una de estas ciudades tiene un potencial turístico único que las hace muy atractivas para diferentes tipos de turistas. Todas ellas tienen un gran patrimonio cultural e histórico, una amplia oferta gastronómica, una rica naturaleza y atractivos turísticos únicos. Lo importante es que cada ciudad trabaje en sus fortalezas y debilidades para mejorar su competitividad turística y atraer a un mayor número de visitantes.

En resumen, cada una de estas ciudades tiene características únicas que las hacen muy atractivas para diferentes tipos de turistas. Sin embargo, en términos de competitividad turística, Cartagena se destaca como la ciudad líder en Colombia, seguida de cerca por Medellín y Bogotá. Santa Marta, por su parte, cuenta con un gran potencial turístico debido a su ubicación y su riqueza natural, pero todavía tiene mucho por mejorar en términos de infraestructura turística y diversificación de su oferta turística.

8.7. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a desarrollo turístico sostenible

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a desarrollo turístico sostenible, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- o **Enfoque en la sostenibilidad:** Santa Marta y Bogotá tienen un mayor enfoque en la sostenibilidad turística, lo que se refleja en la implementación de políticas y prácticas responsables con el medio ambiente y las comunidades locales. Cartagena y Medellín también han comenzado a implementar prácticas sostenibles, pero aún se requiere un mayor enfoque en este aspecto para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

- o **Participación de las comunidades locales:** Santa Marta y Bogotá han trabajado en la inclusión y participación de las comunidades locales en el desarrollo turístico sostenible, lo que ha permitido que los beneficios del turismo sean compartidos de manera equitativa. Cartagena y Medellín también han avanzado en este sentido, pero aún se requiere un mayor compromiso en la participación de las comunidades locales.

- o **Conservación del patrimonio cultural y natural:** Cartagena y Santa Marta tienen un patrimonio cultural y natural importante, y se han desarrollado políticas y prácticas para su

conservación. Bogotá y Medellín también cuentan con importantes sitios culturales y naturales, pero se requiere una mayor atención y compromiso en su conservación para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Educación y conciencia turística:** Santa Marta y Bogotá han trabajado en la educación y conciencia turística, fomentando el turismo responsable y sostenible. Cartagena y Medellín también han avanzado en este sentido, pero aún se requiere un mayor enfoque en la educación y conciencia turística para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Desarrollo de infraestructura turística sostenible:** Todas las ciudades han desarrollado una infraestructura turística importante, pero se requiere un mayor enfoque en la implementación de infraestructura turística sostenible, como edificios verdes, transporte sostenible, entre otros, para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Gestión de residuos sólidos:** Santa Marta y Bogotá han desarrollado estrategias para la gestión de residuos sólidos, fomentando la separación y reciclaje de estos. Cartagena y Medellín también han comenzado a implementar prácticas sostenibles en este sentido, pero aún se requiere un mayor compromiso en la gestión de residuos sólidos para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Diversificación de la oferta turística:** Medellín y Bogotá han trabajado en la diversificación de su oferta turística, incluyendo actividades culturales, deportivas y de naturaleza, lo que permite atraer turistas con diferentes intereses y aumentar su estadía. Santa Marta y Cartagena también han avanzado en este sentido, pero aún se requiere una mayor diversificación de su oferta turística para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Seguridad turística:** Cartagena, Medellín y Santa Marta han trabajado en mejorar la seguridad turística, lo que ha permitido atraer a un mayor número de turistas y mejorar su

percepción como destinos seguros. Bogotá también ha trabajado en este sentido, pero aún se requiere un mayor enfoque en la seguridad turística para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Promoción del turismo responsable:** Todas las ciudades han trabajado en la promoción del turismo responsable, fomentando prácticas turísticas sostenibles y conscientes. Sin embargo, se requiere un mayor enfoque en la promoción del turismo responsable para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Colaboración público-privada:** La colaboración entre el sector público y privado es fundamental para el desarrollo turístico sostenible. Todas las ciudades han trabajado en este sentido, pero se requiere un mayor compromiso y colaboración entre ambos sectores para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Infraestructura turística:** Todas las ciudades han invertido en la mejora de su infraestructura turística, incluyendo transporte, alojamiento, restaurantes y atracciones turísticas. Sin embargo, aún hay oportunidades para mejorar la infraestructura turística en algunas áreas, como el transporte público y la accesibilidad para personas con discapacidades.

o **Participación de las comunidades locales:** Es fundamental involucrar a las comunidades locales en el desarrollo turístico sostenible, ya que esto les permite beneficiarse del turismo de manera más directa y sostenible. Medellín y Santa Marta han trabajado en este sentido, fomentando la participación de las comunidades locales en la toma de decisiones y el desarrollo de proyectos turísticos. Cartagena y Bogotá también han comenzado a involucrar a las comunidades locales, pero aún se requiere un mayor compromiso en este sentido.

o **Conservación del patrimonio cultural y natural:** Todas las ciudades tienen un rico patrimonio cultural y natural, por lo que es fundamental conservarlo y preservarlo para las

generaciones futuras. Todas las ciudades han trabajado en la conservación de su patrimonio, pero aún se requiere un mayor compromiso y enfoque en este sentido para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Innovación turística:** La innovación turística puede contribuir al desarrollo turístico sostenible, ya que permite desarrollar nuevas experiencias turísticas y mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los procesos turísticos. Medellín y Bogotá han trabajado en la innovación turística, fomentando proyectos tecnológicos y turísticos innovadores. Santa Marta y Cartagena también han comenzado a desarrollar proyectos innovadores, pero aún se requiere un mayor enfoque en este sentido para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

o **Sensibilización y educación:** Es fundamental sensibilizar y educar a los turistas y las comunidades locales sobre la importancia del turismo sostenible y las prácticas turísticas responsables. Todas las ciudades han trabajado en la sensibilización y educación, pero se requiere un mayor enfoque en este sentido para mejorar el desarrollo turístico sostenible.

En síntesis, al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a desarrollo turístico sostenible, se identificaron una serie de fortalezas y debilidades en cada ciudad. Es importante continuar trabajando en políticas y estrategias que permitan mejorar el desarrollo turístico sostenible en cada ciudad, contribuyendo al crecimiento económico y social de las comunidades locales y preservando los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras.

8.8. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a impactos negativos del turismo

Al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a impactos negativos del turismo, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- o Cada ciudad tiene sus propias fortalezas y desafíos en términos de cómo manejan el turismo y sus impactos. Por lo tanto, es importante que cada ciudad desarrolle políticas y estrategias específicas para abordar estos impactos y garantizar que el turismo sea sostenible y beneficioso tanto para los visitantes como para los residentes.

- o Santa Marta y Cartagena, como ciudades costeras que reciben un gran número de turistas internacionales, podrían estar más expuestas a ciertos riesgos, como el aumento de la delincuencia, el tráfico de drogas y la explotación sexual, en comparación con Medellín y Bogotá.

- o Medellín y Bogotá, por ser ciudades más grandes y con una economía más diversa, podrían estar mejor preparadas para hacer frente a los impactos negativos del turismo en términos de la infraestructura y la economía.

- o Cartagena y Santa Marta, por ser ciudades con un rico patrimonio cultural, podrían estar más expuestas a ciertos riesgos, como la sobreexplotación de sitios turísticos y monumentos, la pérdida de autenticidad y la comercialización excesiva de la cultura local, en comparación con Medellín y Bogotá.

- o Todas las ciudades pueden estar expuestas a ciertos impactos negativos del turismo en términos de la calidad de vida de los residentes, como el aumento del ruido, la congestión y la contaminación, así como el aumento de los precios de los bienes y servicios básicos.

- o La biodiversidad es un factor clave a considerar al analizar los impactos negativos del turismo en cada ciudad. Santa Marta y Cartagena, por ser ciudades costeras con una rica

biodiversidad, pueden estar más expuestas a impactos negativos en este aspecto, como la degradación de los ecosistemas naturales y la pérdida de especies endémicas.

o La percepción de seguridad es un factor importante en la atracción de turistas a cada ciudad. En este sentido, las ciudades de Medellín y Bogotá han realizado grandes esfuerzos en los últimos años para mejorar su seguridad y reducir los niveles de violencia, lo que podría resultar en una mayor atracción de turistas y, por lo tanto, en impactos negativos relacionados con la afluencia masiva de visitantes.

o La infraestructura turística también es un factor clave a considerar en el análisis de los impactos negativos del turismo en cada ciudad. En este sentido, ciudades como Cartagena y Santa Marta pueden estar más expuestas a ciertos impactos, como la congestión del tráfico y la falta de servicios básicos, debido a su infraestructura turística menos desarrollada en comparación con ciudades más grandes como Medellín y Bogotá.

o La gestión del turismo es fundamental para minimizar los impactos negativos en cada ciudad. En este sentido, las ciudades que tienen una gestión turística más sólida, que incluye políticas y estrategias específicas para abordar los impactos negativos del turismo, pueden estar mejor preparadas para hacer frente a estos desafíos y garantizar que el turismo sea sostenible y beneficioso tanto para los visitantes como para los residentes.

o Las ciudades más pequeñas, como Santa Marta y Cartagena, pueden experimentar un impacto más significativo en su economía y recursos naturales debido a la proporción de visitantes en relación con la población local. Esto puede resultar en una mayor presión sobre los recursos naturales y en un aumento de los precios de los bienes y servicios básicos para la población local.

o Las ciudades que dependen en gran medida del turismo como fuente de ingresos pueden experimentar una mayor presión para atraer a más visitantes, lo que puede resultar en una mayor explotación de los recursos naturales y en la sobreexplotación de los sitios turísticos y monumentos.

o La planificación urbana y el desarrollo sostenible son factores clave para garantizar que el turismo sea sostenible y beneficioso para todas las partes interesadas. En este sentido, es importante que cada ciudad desarrolle políticas y estrategias específicas para abordar la planificación urbana y el desarrollo sostenible, y que estas políticas sean adaptadas a las necesidades y características específicas de cada ciudad.

o La calidad de la experiencia del visitante también es un factor importante para considerar al analizar los impactos negativos del turismo en cada ciudad. En este sentido, las ciudades que ofrecen una experiencia turística más auténtica y de alta calidad pueden experimentar un aumento en el número de visitantes, lo que puede resultar en impactos negativos como la congestión y la sobreexplotación de los recursos turísticos.

En general, es importante que cada ciudad evalúe los impactos negativos del turismo y desarrolle estrategias específicas para mitigar estos impactos y garantizar que el turismo sea sostenible y beneficioso tanto para los visitantes como para los residentes. Además, es importante que estas estrategias sean adaptadas a las necesidades y características específicas de cada ciudad.

8.9. Conclusiones que se obtuvieron al analizar comparativamente las ciudades de Santa Marta con Cartagena, Medellín y Bogotá en cuanto a turismo regenerativo

El turismo regenerativo se define como una forma de turismo sostenible que busca restaurar y regenerar los ecosistemas naturales y culturales de un destino turístico, y que promueve la participación activa de las comunidades locales en el desarrollo del turismo.

En este sentido, cada ciudad debe abordar el turismo regenerativo de acuerdo con su contexto particular, teniendo en cuenta sus recursos naturales y culturales, su nivel de desarrollo turístico, sus políticas públicas y su capacidad de gestión.

En el caso de Santa Marta y Cartagena, ambas ciudades tienen un gran potencial turístico debido a su ubicación en la costa caribeña de Colombia y a sus atractivos naturales y culturales. Sin embargo, también enfrentan desafíos en términos de gestión ambiental y de integración de las comunidades locales en el desarrollo turístico. Es importante que estas ciudades promuevan el turismo regenerativo como una forma de mejorar la calidad de vida de sus habitantes y preservar sus recursos naturales y culturales.

En Medellín, por otro lado, el turismo regenerativo puede ser una oportunidad para complementar la oferta turística de la ciudad, que se ha destacado por su enfoque en el turismo urbano y cultural. En este sentido, la promoción de actividades turísticas en las zonas rurales y naturales cercanas a la ciudad puede ser una forma de fomentar la conservación de la biodiversidad y de mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales.

En cuanto a Bogotá, la capital colombiana tiene un gran potencial para desarrollar el turismo regenerativo en sus áreas rurales y naturales, especialmente en la región de la Sabana de Bogotá. Además, el turismo regenerativo puede ser una forma de promover la conservación de la cuenca del río Bogotá y de mejorar la calidad de vida de las comunidades locales que dependen de este recurso hídrico.

Santa Marta y Cartagena tienen una gran riqueza cultural y natural que puede ser aprovechada para desarrollar el turismo regenerativo. Ambas ciudades cuentan con playas, parques naturales, sitios arqueológicos y comunidades locales que pueden participar en la oferta turística. Sin embargo, también enfrentan retos importantes en términos de protección ambiental, infraestructura y seguridad, que deben ser abordados para garantizar la sostenibilidad del turismo.

Medellín, por su parte, ha destacado por su enfoque en el turismo urbano y cultural, pero también cuenta con un gran potencial para desarrollar el turismo regenerativo en sus zonas rurales y naturales cercanas. La ciudad puede promover actividades turísticas sostenibles en áreas como el corredor biológico del río Medellín, los parques naturales cercanos y las zonas cafeteras de Antioquia.

Bogotá, como capital de Colombia, tiene un rol importante en la promoción del turismo regenerativo en el país. La ciudad cuenta con áreas naturales cercanas como la Sabana de Bogotá y la cuenca del río Bogotá, que pueden ser aprovechadas para desarrollar actividades turísticas sostenibles y promover la conservación de los ecosistemas. Además, Bogotá puede liderar iniciativas para promover el turismo regenerativo en otras regiones del país, a través de alianzas con otras ciudades y entidades gubernamentales.

En cuanto a la gestión ambiental, es fundamental que todas las ciudades desarrollen estrategias de turismo regenerativo que promuevan la conservación y restauración de los ecosistemas naturales y culturales. Esto implica el uso responsable de los recursos naturales, la promoción de prácticas sostenibles en el turismo y la educación y conciencia ambiental de los turistas y la población local.

En cuanto a la participación comunitaria, todas las ciudades deben involucrar a las comunidades locales en el desarrollo del turismo regenerativo, ya que son los principales afectados y beneficiados por esta actividad. Es importante que se promueva su empoderamiento, se les brinde capacitación y se les involucre en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos turísticos.

En cuanto a la oferta turística, todas las ciudades deben desarrollar una oferta variada y sostenible que incluya actividades culturales, naturales y de aventura. Además, deben promover el turismo responsable y ético que respete los derechos humanos, la diversidad cultural y los derechos de los animales.

En cuanto a la infraestructura turística, todas las ciudades deben garantizar una infraestructura adecuada que permita el desarrollo del turismo regenerativo. Esto implica la construcción de alojamientos sostenibles, la mejora de las vías de acceso, la implementación de medidas de seguridad y la protección de los sitios turísticos.

En cuanto a la promoción turística, todas las ciudades deben promover el turismo regenerativo a nivel nacional e internacional, destacando sus atractivos naturales y culturales, su compromiso con la sostenibilidad y la participación comunitaria en el desarrollo turístico. Esto puede realizarse a través de campañas publicitarias, ferias de turismo, programas de intercambio cultural y redes sociales.

En general, el turismo regenerativo puede ser una oportunidad para promover la sostenibilidad ambiental, la equidad social y la conservación del patrimonio cultural en las ciudades colombianas. Sin embargo, es importante que las estrategias de turismo regenerativo se desarrollen de manera participativa y en colaboración con las comunidades locales, para garantizar su beneficio y su empoderamiento en el proceso. Además, es fundamental que se

fomente la educación y la conciencia ambiental en los turistas y en la sociedad en general, para garantizar la protección y conservación de los recursos naturales y culturales.

8.10. Conclusión general

En términos generales, podemos decir que, una vez analizados los diferentes factores relacionados con el turismo en las ciudades de Santa Marta, Cartagena, Medellín y Bogotá, la gran conclusión de los diferentes temas abordados en nuestra investigación, son los siguientes:

- o **Oferta y demanda turística:** Las cuatro ciudades tienen una oferta turística variada, que incluye atractivos naturales, históricos, culturales, gastronómicos y de ocio. La demanda turística en cada ciudad es diferente, aunque en general todas reciben una cantidad significativa de turistas nacionales e internacionales.

- o **Competitividad turística:** Las ciudades han implementado diferentes estrategias para mejorar su competitividad turística, incluyendo la promoción de sus atractivos, la mejora de la infraestructura turística y la capacitación de los actores turísticos. Aunque todas las ciudades han logrado mejorar en este aspecto, aún hay oportunidades de mejora.

- o **Políticas y estrategias:** El sector público y privado en las ciudades han desarrollado diferentes políticas y estrategias para impulsar el turismo, como la creación de alianzas público-privadas, el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles y la promoción de la participación ciudadana en la gestión turística.

- o **Desarrollo turístico sostenible:** En general, las ciudades han tomado en cuenta la importancia del turismo sostenible en el desarrollo turístico, pero aún hay desafíos en la implementación de prácticas sostenibles en todas las etapas de la actividad turística.

o **Impactos del turismo:** El turismo ha generado impactos positivos y negativos en las ciudades, incluyendo la generación de empleo y el aumento de la economía local, pero también la congestión, la contaminación y la degradación de los atractivos turísticos.

o **Turismo regenerativo:** Aunque aún no es una práctica muy común en las ciudades, se han desarrollado iniciativas de turismo regenerativo que buscan minimizar los impactos negativos del turismo y generar beneficios para la comunidad local y el medio ambiente.

o **Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas:** Cada ciudad tiene sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el desarrollo turístico, por lo que es necesario un análisis específico de cada una de ellas para diseñar estrategias adecuadas que permitan aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas.

o **Diferenciación turística:** Cada ciudad tiene su propia identidad y características que las hacen únicas y diferentes de las demás, lo que puede ser una oportunidad para atraer a un tipo específico de turista y diferenciarse de la competencia.

o **Infraestructura turística:** Aunque todas las ciudades han mejorado su infraestructura turística en los últimos años, aún hay necesidades en cuanto a la calidad y cantidad de alojamientos, transporte y servicios turísticos en algunas zonas.

o **Participación ciudadana:** La participación de la comunidad local en la gestión turística es importante para lograr un turismo sostenible y beneficioso para todos los actores involucrados. En este sentido, es necesario promover espacios de diálogo y colaboración entre los diferentes actores.

o **Seguridad turística:** La seguridad es un factor clave en el turismo, por lo que es necesario que las ciudades sigan trabajando en mejorar la seguridad en las zonas turísticas y prevenir situaciones de riesgo para los turistas y la comunidad local.

o **Promoción turística:** Aunque todas las ciudades han realizado esfuerzos en la promoción turística, es necesario seguir trabajando en la implementación de estrategias innovadoras y efectivas que permitan llegar a nuevos mercados y aumentar el flujo turístico.

Bibliografía

- Alcaldía de Cali. (2021). *Competitividad del turismo y benchmarking de Santiago de Cali*.
<https://www.cali.gov.co/turismo/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=descargar&idFile=61300>.
- Alcaldía de Medellín. (2018). *PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE MEDELLÍN 2018-2024 Por un turismo sostenible, responsable, competitivo y transformador*. Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (18 de febrero de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:
<https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/programate-con-los-eventos-que-medellin-tiene-para-ti-en-2023/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2023). *Implementación de estrategias de mercadeo y promoción para el sector turístico de la ciudad de Bogotá*. Bogotá.
- Alcaldía de Medellín. (18 de febrero de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:
<https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/programate-con-los-eventos-que-medellin-tiene-para-ti-en-2023/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2015). *Guía Gastronómica de Bogotá*. Bogotá.
- Alianzas Cideal. (12 de mayo de 2023). *Alianzas Cideal*. Obtenido de Alianzas Cideal:
<https://alianzas.cideal.org/las-alianzas/alianza-del-desarrollo-del-turismo-sostenible/>
- Alvis, J. (2021). *Turismo sostenible: catalizador de la reactivación económica en Cartagena*. Bogotá.
- Banco Mundial. (12 de 05 de 2023). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=CO>

Bancolombia. (12 de noviembre de 2019). *Bancolombia*. Obtenido de Bancolombia:

<https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/emprendimiento/sector-turistico-colombia-pymes>

Barboza, D. (2019). *MODELO DE BENCHMARKING TURÍSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PUEBLOS MÁGICOS EN EL MUNICIPIO DE COROZAL*.

Sincelejo: UNIVERSIDAD DE SUCRE.

Barreto, L. (3 de junio de 2018). *Bogotá.gov.co*. Obtenido de Bogotá.gov.co:

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/turismo-natural-en-bogota>

Bejarano, H. (s.f.).

Bejarano, H., Arroyave, M., Saldarriaga, M., Urrego, C., & González, D. (2017). *El turismo urbano como oferta turística alternativa en Medellín: comportamientos espaciales de la ciudad como destino turístico*. Revista. Humanismo. Soc. 5(1): 8-16, 2017.

Beltrán, A., Ocampo, C., & Castillo, O. (2018). *SOSTENIBILIDAD TURISTICA EN CARTAGENA DE INDIAS. UNA MIRADA A LA GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE COMO MOTOR IMPULSOR DEL DESARROLLO Y LA INCLUSIÓN SOCIAL EN ESTE DESTINO TURÍSTICO*. Revista Innova ITFPI.

Benchmarking Nacional . (2021). *ASESORÍA PARA LA REALIZACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA SOFISTICACIÓN DEL CANAL DE COMERCIALIZACIÓN EN TURISMO*.

Blazquez, J., Talaya, A., & Molina, A. (2007). *Benchmarking de destinos turísticos: diferencias de calidad del servicio según el producto turístico comercializado*. Obtenido de Universidad de Castilla-La Mancha: https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/128art10.pdf

- Botero, C., & Zielinski, S. (noviembre de 2010). *Universidad Externado de Colombia*. Obtenido de Universidad Externado de Colombia:
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2825>
- Brandful, P., & Black, R. (diciembre de 2013). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/259716768_Tourism_Planning_in_Developing_Countries_Review_of_Concepts_and_Sustainability_Issues
- Bravo, A., & Umaña, G. (2022). *Turismo en Armonía con la Vida*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Brida, J., Rodríguez, M., & Mejía, M. (29 de agosto de 2020). *Universidad del Rosario*.
 Obtenido de Universidad del Rosario: <https://redalyc.org/journal/5095/509565795001/>
- Calderon, J. (2020). *Ayenda Blog Rooms*. Obtenido de Ayenda Blog Rooms:
<http://blog.ayenda.com/cuales-son-los-mejores-lugares-cercanos-a-santa-marta-para-hacer-ecoturismo/amp/>
- Calderon, V., & Gonzalez, L. (2022). *Gestion de Calidad aplicada al turismo*. Obtenido de Una Editorial:
https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/24227/Gesti%c3%b3n%20de%20calidad%20aplicada%20al%20turismo_Calder%c3%b3n%20Fajardo%20V%c3%adctor_Lor%20ena%20Para%20Gonz%c3%a1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Camara de comercio de Medellín Antioquia. (30 de septiembre de 2019). *Cámara Medellín*.
 Obtenido de Cámara Medellín: <https://www.camaramedellin.com.co/articulos-y-noticias/noticias/la-gastronomia-como-industria-que-impacta-el-turismo-en-la-ciudad>

Camara de comercio de Medellín para Antioquia. (12 de mayo de 2023). *Cámara Medellín*.

Obtenido de Cámara Medellín: <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/cluster-turismo-de-negocios>

Cámara de comercio de Medellín para Antioquia. (12 de mayo de 2023). *Cámara Medellín*.

Obtenido de Cámara Medellín: <https://www.camaramedellin.com.co/comunidad-cluster/cluster-turismo-de-negocios>

Camara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de la provincia de Huesca. (2021). *Informe de*

Benchmarking sobre estrategia turistica, tipologias de turismo y tendencias de turismo post-covid. <https://www.camarahuesca.com/wp-content/uploads/2011/03/Informe-de-benchmarking.pdf>.

Castaño, M. (24 de abril de 2023). *Publimetro*. Obtenido de Publimetro:

<https://www.publimetro.co/bogota/2023/04/25/se-animaria-a-romper-la-dieta-regresa-el-festival-de-la-fritanga-regional-2023/>

Castellar, K., & Polo, D. (2017). *INCIDENCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO DE SANTA MARTA, DURANTE EL PERIODO 2010 A 2016*. Santa Marta: Unniversidad Cooperativa de Colombia.

Castro, E., & De Ávila, D. (2017). *Propuesta de Turismo Religioso como una Alternativa para Diversificar la Oferta Turística de Cartagena*. Cartagena.

Cerda, R. (12 de mayo de 2023). *Revistasuexternado*. Obtenido de Revistasuexternado:

<https://revistas.uexternado.edu.co/flip/index.php?pdf=https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/download/2240/1983>

CEUPE. (2023). *Que es el benchmarking*. <https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-benchmarking.html>.

Clúster Turismo Bogotá - Región. (febrero de 2018). *Clúster Turismo Bogotá - Región*. Obtenido de Clúster Turismo Bogotá - Región: <https://www.ccb.org.co/Clusteres/Cluster-de-Turismo/Noticias/2018/Febrero-2018/La-estrategia-de-Colombia-para-el-Turismo-de-Reuniones>

CoColombia. (12 de mayo de 2023). *CoColombia*. Obtenido de CoColombia: <https://www2.colombia.travel/es/encanto/bogota-nominada-como-mejor-destino-de-turismo-de-negocios-del-mundo?amp>

CoColombia. (12 de mayo de 2023). *CoColombia*. Obtenido de CoColombia: <https://www2.colombia.travel/es/reuniones/blog/el-turismo-de-negocios-se-vive-mejor-en-colombia-gracias-la?amp>

CoColombia Travel. (12 de mayo de 2023). *CoColombia Travel*. Obtenido de CoColombia Travel: <https://colombia.travel/es/reuniones/blog/cartagena-elegida-como-destino-de-bodas-favorito-en-suramerica?amp>

Colombia Forbes. (17 de abril de 2023). *Colombia Forbes*. Obtenido de Colombia Forbes: <https://forbes.co/2023/04/17/red-forbes/el-turismo-y-el-plan-nacional-de-desarrollo>

Colombia Productiva. (12 de mayo de 2023). *Colombia Productiva*. Obtenido de Colombia Productiva: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/transversales/informes-de-gestion-ntp/informe-de-gestion-2018-2022>

Colombia Purdue Partnership . (2016). *Modelo de turismo sostenibles*. Obtenido de Purdue University: <https://www.purdue.edu/colombia/partnerships/orinoquia/docs/3241%20Un%20enfoque>

%20de%20sistemas%20integrados%20para%20gestionar%20el%20crecimiento%20del
%20turismo.pdf

Colombia Tarde. (12 de mayo de 2023). *ProColombia*. Obtenido de ProColombia:

<https://www.colombiatrade.com.co/actualidad-internacional/turismo/diversificar-la-oferta-turistica-la-opcion-latinoamericana-para-enfrentar-la-crisis-mundial>

Colombia Travel & Vacations Group. (12 de mayo de 2023). *Colombia Travel & Vacations Group*. Obtenido de Colombia Travel & Vacations Group:

<https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/turismo-cartagena/ferias-cartagena-fiestas/v>

Colombia Travel & Vacations Group. (12 de mayo de 2023). *El turismo en Colombia*. Obtenido de El turismo en Colombia: [https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/turismo-](https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/turismo-antioquia-colombia/deportes-antioquia-aventura-colombia/)

[antioquia-colombia/deportes-antioquia-aventura-colombia/](https://elturismoencolombia.com/a-donde-ir/turismo-antioquia-colombia/deportes-antioquia-aventura-colombia/)

Colombia Turismo Sostenible. (12 de mayo de 2023). *Colombia Turismo Sostenible*. Obtenido de Colombia Turismo Sostenible: <https://www.colombiaturismosostenible.com/>

Colombia, G. d. (2020). *DIRECCIÓN DE METODOLOGÍA Y PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA*.

Colombia, O. d. (12 de 05 de 2023). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/observatorio/Analisis-Economico/Analisis-Economico/Turismo>

Colombiaco. (12 de mayo de 2023). *Colombia Travel*. Obtenido de Colombia Travel:

<https://colombia.travel/es/santa-marta/tour-gastronomico>

Comunicaciones Bureau. (19 de julio de 2021). *Bureau Medellín*. Obtenido de Bureau Medellín:

<https://www.bureau Medellin.com/un-destino-de-moda-compras-diseno-y-negocios-en-medellin/>

Contreras, E. (3 de agosto de 2021). *Scielo*. Obtenido de Scielo:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512021000300035

Costa Editorial Staff. (12 de mayo de 2023). *Costa Cruceros*. Obtenido de Costa Cruceros:

<https://www.costacruceros.com/costa-club/magazine/playas/playas-cartagena.html>

DANE. (7 de julio de 2021). *Microdatos*. Obtenido de Microdatos:

https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/690/get_microdata

DANE. (29 de marzo de 2023). *DANE*. Obtenido de DANE:

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/turismo/encuesta-de-gasto-interno-en-turismo->

[egit#:~:text=Para%20el%20a%C3%B1o%202022%2C%20en,porcentuales%20frente%20al%20a%C3%B1o%202019](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/turismo/encuesta-de-gasto-interno-en-turismo-egit#:~:text=Para%20el%20a%C3%B1o%202022%2C%20en,porcentuales%20frente%20al%20a%C3%B1o%202019)

Departamento Nacional de Planeación. (2022). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.dnp.gov.co/plan-nacional-desarrollo/pnd-2022-2026/Paginas/default.aspx>

Díaz, L. (2010). *CULTURA Y GASTRONOMIA, APUESTA PARA EL DESARROLLO*

ECONOMICO DE CARTAGENA. Cartagena.

Díaz, M. (3 de enero de 2023). *Ladevi.info*. Obtenido de Ladevi.info:

<https://colombia.ladevi.info/colombia/balance-2022-turismo-colombia-alcanza-cifras-prepandemia-n47349>

Ecoturismo. (11 de octubre de 2010). *ProAves*. Obtenido de ProAves:

<https://proaves.org/ecoturismo/>

Ecrofan. (2018). *Estrategias del Desarrollo Empresarial*. Obtenido de Revista de Estrategias del

Desarrollo Empresarial:

https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol4num12/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V4_N12_4.pdf

EFE. (11 de marzo de 2023). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio:

<https://www.portafolio.co/amp/economia/finanzas/turismo-colombia-recibio-a-mas-de-cuatro-millones-de-turistas-en-2022-579764>

el Colombiano. (22 de agosto de 2019). *el Colombiano*. Obtenido de el Colombiano:

<https://www.elcolombiano.com/amp/negocios/economia/medellin-lider-en-turismo-mice-PB11459446>

El Informador. (27 de marzo de 2018). *El Informador Viviendo la Noticia*. Obtenido de El Informador Viviendo la Noticia:

<https://www.elinformador.com.co/index.php/revistas/167-guia-turistica/172773-turismo-religioso-por-santa-marta>

El Nuevo Siglo. (12 de mayo de 2023). *El Nuevo Siglo*. Obtenido de El Nuevo Siglo:

<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/02-27-2021-turismo-de-bienestar-el-preferido-por-los-viajeros-colombianos>

El Universal. (12 de mayo de 2023). *Donde Cartagena*. Obtenido de Donde Cartagena:

<https://donde.co/es/cartagena/articulos/congresos-y-eventos-en-cartagena-turismo-de-reuniones-en-alza-42031>

EñNuevo Siglo. (s.f.).

EPA Cartagena. (12 de mayo de 2023). *Observatorio Ambiental de Cartagena de Indias*.

Obtenido de Observatorio Ambiental de Cartagena de Indias:

<https://observatorio.epacartagena.gov.co/indicadores/agua-2018/pigadc/sintesis-de-la-problematika-ambiental-del-distrito-de->

cartagena/#:~:text=El%20abuso%20en%20la%20aplicaci%C3%B3n,las%20actividades%20de%20pesca%20artesanal.

Estrada, J. (s.f.). *SCRIBD*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/document/400583706/Benchmarking-en-El-Turismo-en-Salud-de-Colombia#>

Estudios y Perspectivas en Turismo. (21 de enero de 2020). *Redalyc.org*. Obtenido de

Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099008/html/>

Fontur Colombia Co. (12 de mayo de 2023). *Fontur Colombia Co*. Obtenido de Fontur Colombia

Co: <https://fontur.com.co/es/programas?q=es/programas>

Fran. (2021). *Blog de Francisco Torreblanca*. Obtenido de Blog de Francisco Torreblanca:

<https://franciscotorreblanca.es/tipos-de-benchmarking/?amp=1>

Gallo, D. (18 de marzo de 2023). *Infobae*. Obtenido de Infobae:

<https://www.infobae.com/colombia/2023/03/18/medellin-entre-los-50-mejores-lugares-del-mundo-para-visitar-en-el-2023/?outputType=amp-type>

Garcés, Y., Sarmiento, Y., & Paneca, Y. (julio de 2018). *Eumed.net*. Obtenido de Eumed.net:

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html>

Gonzalez, E., Alen, E., & Rodriguez, L. (2011). Benchmarking en responsabilidad social

corporativa. El caso de las empresas gallegas. En U. d. Vasco, *Cuadernos de Gestion* (págs. pp. 101-119). Vizcaya, España:

<https://www.redalyc.org/pdf/2743/274322154006.pdf>. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/2743/274322154006.pdf>

Grupo Puerto de Cartagena. (12 de mayo de 2023). *Puerto Cartagena*. Obtenido de Puerto

Cartagena: <https://www.puertocartagena.com/es/terminal-de-cruceros>

Gutiérrez, L., Castro, E., & Largacha, C. (2021). *Ecoturismo sostenible: benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia*. Obtenido de Ecoturismo

sostenible: benchmarking del caso de Costa Rica para impulsar el turismo en Colombia:

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/7316/10950>

Hashemkhani, S., & Maknoon, R. (enero de 2015). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate:

https://www.researchgate.net/publication/271167248_Sustainable_tourism_A_comprehensive_literature_review_on_frameworks_and_applications

Hernández, T., & Alfonso, V. (julio de 2020). *Estudio prospectivo : el turismo del futuro en Colombia – Visión 2030*. Obtenido de Estudio prospectivo : el turismo del futuro en Colombia – Visión 2030:

<https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/c353675b-2804-4540-acd5-e2d34c7e32e2>

Herrera, B., Leguizamón, M., & Duque, R. (2010). *ESTUDIO DE LA HOTELETERIA PARALELA EN EL DISTRITO TURÍSTICO, CULTURAL E HISTÓRICO DE SANTA MARTA – ZONA DE EL RODADERO PROPUESTA DE UN MODELO DE INTERVENCIÓN*. Santa Marta.

Instituto de Turismo. (14 de marzo de 2022). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.santamarta.gov.co/sala-prensa/noticias/cinco-planes-que-los-aventureros-deben-hacer-si-estan-en-santa-marta>

Instituto Distrital de Turismo. (2020). *Observatorio de Turismo*. Bogotá.

Instituto Distrital de Turismo. (24 de junio de 2021). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.idt.gov.co/es/sostenibilidad-turistica-una-mirada-desde-bogota-2021>

Instituto Distrital de Turismo. (6 de septiembre de 2022). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.idt.gov.co/es/bogota-es-la-primera-ciudad-del-pais-que-se-une-la-red-de-destinos-turisticos-sostenibles-insto>

Instituto Distrital de Turismo. (31 de 03 de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.idt.gov.co/es/informes-sitbog>

Instituto Distrital de Turismo. (12 de mayo de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.idt.gov.co/es/turismo-cultural>

Jimenez, M., & Parra, L. (2019). *El turismo como motor de la economia colombiana*. Obtenido de Repository CESA:

<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2244/ADM2019-27601.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Junta Directiva al Congreso de la República. (2019). *Ingresos externos por turismo y llegadas de viajeros internacionales por vía aérea a Colombia*.

LA REPÚBLICA. (27 de enero de 2020). *En materia de turismo 2022 va a cerrar con cinco millones de viajeros extranjeros*. Obtenido de DIARIO LA REPÚBLICA:

<https://www.larepublica.co/economia/en-materia-de-turismo-2022-va-a-cerrar-con-cinco-millones-de-viajeros-extranjeros-3511871>

León, A. (2019). *ESTUDIOS SOBRE EL TURISMO EN COLOMBIA*. XIII Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo.

López, A., & Benavides, C. (1997). *APLICACIÓN DE METODOLOGÍAS DAFO Y BENCHMARKING EN LA FORMULACIÓN E IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA MEJORA DE LA OFERTA TURÍSTICA*.

- Lopez, L. (Diciembre de 2010). *Benchmarking y su aplicacion en Turismo*. Obtenido de Research Gate:
https://www.researchgate.net/publication/262660412_Benchmarking_y_su_Aplicacion_en_Turismo
- Lovesharing. (12 de mayo de 2023). *Lovesharing*. Obtenido de Lovesharing:
<https://www.lovesharing.com/turismo-regenerativo/>
- Lozano, S., & Rengifo, A. (2016). *PERCEPCIÓN Y TENDENCIA DE LOS CONSUMIDORES EN EL TURISMO NACIONAL*. Cali: UNIVERSIDAD ICESI.
- Lure Cartagena. (12 de mayo de 2023). *Lure Cartagena*. Obtenido de Lure Cartagena:
<http://www.lurecartagena.com/verdi-design/>
- Lush, E. (29 de Enero de 2023). *Wander-Lush*. Obtenido de Wander-Lush: <https://wanderlush.org/best-places-to-visit-in-colombia/>
- Manene, L. (12 de febrero de 2014). *Actualidad Empresa*. Obtenido de Actualidad Empresa:
<https://actualidadempresa.com/benchmarking-historial-definiciones-aplicaciones-y-beneficios-la-parte/>
- Marquez, J., & López, L. (2015). *Academia*. Obtenido de Academia:
https://www.academia.edu/27132394/Benchmarking_funcional_de_los_gremios_tur%C3%ADsticos_en_Antioquia
- Medellín aquí todo florece. (12 de mayo de 2023). *Medellín Travel*. Obtenido de Medellín Travel: <https://www.medellin.travel/event/urban-fest-2023/>
- MediosDoc. (21 de abril de 2022). *Medicos Doc Portal de Salud en Colombia*. Obtenido de Medicos Doc Portal de Salud en Colombia: <https://medicosdoc.com/blog-detalle/turismo-medico-santa-marta-colombia/648>

Micossi, V. (2017). *BENCHMARKING PARA LA PUESTA EN MARCHA DE ECOMUSEOS: ANÁLISIS DE CASOS*. Universidad de Cádiz.

MINCIT . (2023). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de Parques Nacionales Naturales de Colombia:

<https://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/ecoturismo/parques/region-caribe/parque-nacional-natural-tayrona/>

Mineducación. (2021). *CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE TURISMO*. Marco Nacional de Cualificaciones Colombia.

Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. (7 de abril de 2022). *Gov.co*. Obtenido de Go.co:

<https://www.minambiente.gov.co/asuntos-ambientales-sectorial-y-urbana/en-cartagena-autoridades-presentaron-solucion-a-problema-ambiental-del-sector-el-laguito/>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (2009). *Política de Turismo Social: Hacia un turismo accesible e incluyente para todos los colombianos*. Bogotá.

Ministerio de comercio, industria y turismo. (2012). *POLÍTICA DE TURISMO DE NATURALEZA*. Bogotá.

Ministerio de comercio, industria y turismo. (2016). *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO GASTRONÓMICO NACIONAL 2014-2018*. Bogotá.

Ministerio de comercio, industria y turismo. (18 de junio de 2020). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/colombia-en-coalicion-para-el-futuro-del-turismo>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (24 de febrero de 2020). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (27 de abril de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-de-turismo#:~:text=Centro%20de%20Informaci%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica%20%E2%80%93%20CITUR&text=http%3A%2F%2Fwww.citur.gov.co%2F>.

Ministerio de comercio, industria y turismo. (12 de mayo de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/programas-de-turismo-comunitario>

Ministerio de comercio, industria y turismo. (12 de mayo de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Políticas del Sector Turismo*. Gov.co.

Ministerio de comercio, industrial y turismo. (7 de marzo de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/sector-turistico-con-buen-resultado-en-inicio-2023>

Ministerio de Cultura. (12 de mayo de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co: <https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/unesco/lista-patrimonio-mundial/Paginas/default.aspx>

Ministerio de industrial, comercio y turismo. (12 de mayo de 2023). *Ministerio de industrial, comercio y turismo*. Obtenido de Ministerio de industrial, comercio y turismo:

- <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/fortalecimiento-de-la-competitividad-y-promocion-d>
- Ministerio de Transporte. (7 de noviembre de 2022). *Aeronáutica Civil*. Obtenido de Aeronáutica Civil: <https://www.aerocivil.gov.co/prensa/noticias/Pages/Cifras-record-para-el-transporte-aereo--primer-semester-de-2022-cierra-con-22.683.175-pasajeros-movilizados-y-454.032-tonel.aspx>
- Molina, A., Esteban, Á., & Blázquez, J. (2011). *Benchmarking de destinos turísticos: diferencias de calidad del servicio según el producto turístico comercializado*.
- Molina, R., Ochoa, M., & Bonales, J. (2018). *Modelo Estructural del Benchmarking Turístico*. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial.
- Monsalve, L., & Gómez, M. (2020). *Incidencia del turismo de Negocios en el desarrollo económico de la ciudad de Medellín en el periodo 2008-2019*. Medellín.
- Montero, I., & Oreja, J. (2015). *BENCHMARKING INTERNO EN UNA CENTRAL DE*. Cuadernos de Turismo, nº 26, (2010); pp. 177-199 Universidad de Murcia.
- Mora, W., Lara, J., & Urbina, E. (2017). *CADENA DE VALOR GENERADA POR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE SANTA MARTA DURANTE EL PERIODO 2011 – 2017*. Santa Marta.
- Morelos, J., Cardona, D., & Lora, H. (21 de enero de 2021). *Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia*. Obtenido de Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2027-83062020000200063#:~:text=El%20turismo%20es%20para%20muchas%20ciudades%2

- 0de%20Colombia%2C,de%20la%20econom%C3%ADa%20%28Vergara-Schmalbach%2C%20Cort%C3%A9s-Cantero%20%26%20Mart%C3%ADnez-Corre Mortiz. (2 de abril de 2015). *Bogotá.gov.co*. Obtenido de Bogotá.gov.co:
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/turismo/turismo-religioso-en-bogota-iglesias-y-santuarios>
- National Geographic. (2022). *QUÉ ES EL TURISMO REGENERATIVO Y CUÁLES SON SUS BENEFICIOS*. Redacción National Geographic.
- Organización mundial del turismo. (22 de junio de 2020). *UNWTO*. Obtenido de UNWTO:
<https://www.unwto.org/es/news/los-nuevos-datos-muestran-el-impacto-de-covid-19-en-el-turismo>
- Ostelea. (22 de marzo de 2021). *Ostelea*. Obtenido de Ostelea:
<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/marketing-turistico-digital-las-claves-de-los-expertos>
- Peruzzo, J. (2020). *Benchmarking y propuestas a implementar en transporte*. Obtenido de https://transformative-mobility.org/wp-content/uploads/2023/03/upload-Coronavirus_-benchmark-y-propuestas-prximas-medidas-V2.-compartida-3-vkpt5t.pdf
- Piédrola, I., Artacho, C., & Molina. (1 de diciembre de 2010). *SEMANTIC SCHOLAR*. Obtenido de SEMANTIC SCHOLAR: <https://www.semanticscholar.org/paper/Benchmarking-y-su-Aplicaci%C3%B3n-en-Turismo-Lopez/b209db544e079015accab04ecafe5c351210aaa0>
- Piédrola, I., Artacho, C., & Molina. (2023). *El benchmarking aplicado al turismo idiomático: una herramienta para lograr estrategias innovadoras de gestión. Caso de york (inglaterra) y córdoba (españa)*. *International Journal of scientific management and tourism*.

PND. (2022). Obtenido de <https://2022.dnp.gov.co/Paginas/plan-nacional-de-desarrollo-2023-2026.aspx>

Portafolio. (31 de agosto de 2021). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio:

<https://www.portafolio.co/amp/negocios/empresas/santa-marta-la-apuesta-por-el-turismo-de-eventos-para-la-reactivacion-555720>

Portafolio. (5 de febrero de 2023). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio:

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/centros-comerciales-en-bogota-panorama-del-sector-578009>

ProColombia. (23 de febrero de 2015). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:

<https://es.slideshare.net/pasante/turismo-corporativo-45028010>

ProColombia. (12 de mayo de 2020). *ProColombia*. Obtenido de ProColombia:

<https://prensa.procolombia.co/tres-ciudades-colombianas-lideres-en-turismo-de-reuniones-de-latinoamerica>

ProColombia. (18 de octubre de 2022). *ProColombia*. Obtenido de ProColombia:

<https://prensa.procolombia.co/la-temporada-de-cruceros-2021-2022-superara-los-registros-previos-la-pandemia>

Redacción Turismo. (14 de febrero de 2019). *Colombia.com*. Obtenido de Colombia.com:

<https://www.colombia.com/turismo/sitios-turisticos/santa-marta/atractivos-turisticos/sdi469/80138/quinta-de-san-pedro-alejandrino>

Rojas, M. (2013). *Museos, Cultura & Desarrollo en Cartagena de Indias*. Cartagena.

Ruiz, M., Ricardo, S., & Forero, S. (2022). *MARKETING Y TURISMO. UNA APROXIMACIÓN A LA PRODUCCIÓN DE INVESTIGACIÓN ACADÉMICA EN COLOMBIA EN LOS ÚLTIMOS 7 AÑOS*.

- Sancho, A., & Garcia, G. (2004). *El psicoionamiento de un destino turistico en un mercado globalizado y competitivo: comparacion de practicas entre competidores y lideres*.
<https://www.uv.es/~sancho/benchmarking.pdf>. Obtenido de <https://www.uv.es/~sancho/benchmarking.pdf>
- Secretaría Distrital del Desarrollo Económico. (2013). *Análisis Ocupacional del Sector de Turismo en Bogotá*. Bogotá D.C.
- Setp Santa Marta. (12 de mayo de 2023). *Gov.co*. Obtenido de Gov.co:
<https://setpsantamarta.gov.co/infraestructura-y-operaciones/gestion-ambiental/evaluacion-de-impactos-ambientales/>
- Socatelli, M. (2021). *Fundamentos del Desarrollo Regenerativo y el Turismo Regenerativo*.
- Solano, M. (2016). *MODELO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA CARTAGENA DE CASO MONUMENTOS HISTÓRICOS*. Cartagena.
- Solórzano, S. (20 de diciembre de 2022). *LR LA REPÚBLICA*. Obtenido de LR LA REPÚBLICA: <https://www.larepublica.co/economia/en-materia-de-turismo-2022-va-a-cerrar-con-cinco-millones-de-viajeros-extranjeros-3511871>
- Sostenibles. (4 de abril de 2022). *Sostenibles*. Obtenido de Sostenibles:
<https://sostenibles.org/2022/04/04/fiturnext/#:~:text=Su%20objetivo%20es%20que%20el,turismo%20en%20las%20poblaciones%20locales>.
- Suache, J. (23 de febrero de 2023). *Bogotá.gov.co*. Obtenido de Bogotá.gov.co:
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/turismo/bogota-es-el-mejor-destino-nacional-en-los-premios-evm-awards-2023>
- Technocio. (2022). *Technocio.com*. Obtenido de Technocio.com: <https://technocio.com/cinco-planes-de-aventura-y-deportes-para-tu-proxima-visita-a-santa-marta/amp/>

The Hotels Network. (2023). *BenchDirect* . Obtenido de

https://www.thehotelsnetwork.com/es/benchdirect/?campaignid=12420764058&adgroupid=116865489783&adid=500963684053&utm_term=benchmarking%20hotelero&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&utm_campaign=ES%20%7C%20LATAM%20%7C%20Search%20%7C%20BenchDirect&hsa_net=ad

Tours Plus. (12 de mayo de 2023). *Tours Plus*. Obtenido de Tours Plus:

<https://hacerbogota.com/atracciones/>

Transformaturismo. (2021). *Informe Benchmarking Nacional*.

https://www.transformaturismo.cl/wp-content/uploads/2021/08/informe-benchmark-nacional_compressed.pdf.

Travelgrafia. (12 de mayo de 2023). *Travelgrafia*. Obtenido de Travelgrafia:

<https://travelgrafia.co/blog/pueblos-de-antioquia/>

Tripadvisor. (12 de mayo de 2023). *Tripadvisor*. Obtenido de Tripadvisor:

https://www.tripadvisor.co/Attractions-g297484-Activities-c55-Santa_Marta_Santa_Marta_Municipality_Magdalena_Department.html

Turismo Sostenible. (12 de mayo de 2023). *Turismo Sostenible*. Obtenido de Turismo Sostenible:

<https://desostenible.metropol.gov.co/Paginas/industrias-culturales/turismo-sostenible.aspx>

Turismomedico. (12 de mayo de 2023). *Turismomedico.org*. Obtenido de Turismomedico.org:

<https://turismomedico.org/el-turismo-de-salud-es-una-realidad-en-medellin/>

UCP. (2016). *Benchmarking de turismo sostenible para el paisaje cultural cafetero de Colombia*.

<https://revistas.ucp.edu.co/index.php/gestionyregion/article/download/279/270/>.

Uff Travel. (12 de mayo de 2023). *Uff Travel*. Obtenido de Uff Travel:

<http://www.uff.travel/informacion-local/medellin/ferias-y-fiestas>

UN Expert Group meeting on Sustainable Tourism. (2013). *Challenges and opportunities*. New York: European Commission.

Unesco. (2017). *Unesco*. Obtenido de Unesco:

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259059_spa

Universal, E. (12 de mayo de 2023). *Donde Cartagena*. Obtenido de Donde Cartagena:

<https://donde.co/es/cartagena/articulos/cartagena-de-indias-destino-para-comprar-y-disfrutar-27359>

UNWTO. (1 de Julio de 2016). *LA GESTIÓN DE LA CALIDAD, ESENCIAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS*. Obtenido de UNWTO:

<https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2016-07-01/la-gestion-de-la-calidad-esencial-para-la-competitividad-de-los-destinos-tu>

Urieles, R. (2 de enero de 2022). *El Tiempo*. Obtenido de El Tiempo:

<https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/santa-marta-recibio-cerca-de-3-millones-de-turistas-durante-el-2021-642540>

Valee, M. (2014). *Benchmarking Internacional: analisis de la competitividad turistica de Barcelona, Bilbao, Paris, Vancouver y Berlin*. Obtenido de Revista Interseccion:

https://www.politecnicojic.edu.co/images/downloads/publicaciones/revista-interseccion/interseccion-01/pdf/benchmarking_internacional.pdf

Vallee. (2014). *BENCHMARKING INTERNACIONAL: Análisis de la Competitividad Turística de Barcelona, Bilbao, París, Vancouver y Berlín*. Medellín: Revista Intersección.

Tecnología en Organización de Eventos. Facultad de Comunicación Audiovisual.

Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

- Vargas, F. (2022). *Evaluación del impacto social y cultural del turismo en Santa Marta, Colombia*. Santa Marta.
- Vargas, L. (2 de diciembre de 2020). *LR LA REPÚBLICA*. Obtenido de LR LA REPÚBLICA: <https://www.larepublica.co/empresas/el-ecoturismo-es-la-tendencia-que-se-impone-a-nivel-mundial-durante-la-pospandemia-3096635>
- Velasquez, J. (2019). *Sector Turismo*.
- Viajala. (8 de febrero de 2022). *Viajala*. Obtenido de Viajala: <https://viajala.com.co/blog/5-parques-de-medellin-que-no-te-puedes-perder>
- Vida nocturna en Cartagea de Indias. (12 de mayo de 2023). *Minube*. Obtenido de Minube: <https://www.minube.com.co/top/vida-nocturna-cartagena-de-indias-c1110>
- Visit Santa Marta. (29 de diciembre de 2022). *Visit Santa Marta*. Obtenido de Visit Santa Marta: <https://visitsantamarta.com/blog/que-hacer-en-santa-marta-de-noche-lugares-y-actividades/26>
- Winik, M., Research, D., & Specialist, C. (26 de junio de 2022). *Similarweb Blog*. Obtenido de Similarweb Blog: <https://www.similarweb.com/blog/es/research/benchmarking-empresarial/benchmarking-types-2/>
- WORLD ECONOMIC FORUM. (2019). *The Travel & Tourism*. World Economic Forum
Committed to improving the state of the world.
- WORLD TOURIMS ORGANIZATION. (25 de enero de 2018). *UNWTO*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/global/publication/tourism-and-sustainable-development-goals-journey-2030>

Zuñiga, A. (mayo de 2015). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate:

https://www.researchgate.net/publication/283052975_Analisis_de_la_Investigacion_y_Desarrollo_Turistico_en_Colombia