

**CAMILO BOTERO**

Candidato a doctor en Gestión del Agua y de la Costa,  
España.

Máster europeo en Water and Coastal Management,  
Portugal.

Máster en Ingeniería de Puertos y Costas,  
España.

Especialista en temas de manejo integrado con énfasis  
en gestión y certificación de playas turísticas  
playascol@yahoo.com

**SEWERYN ZIELINSKI**

Candidato a Magíster en Manejo Integrado Costero,  
Colombia.

Especialista en gestión de turismo sostenible  
con énfasis en manejo de destinos turísticos,  
turismo comunitario y ecoturismo en áreas protegidas.

Gestor y Consultor de Turismo Internacional  
sevenunimag@gmail.com

## Resumen

El turismo es la actividad económica más dinámica en Colombia. Dentro del Distrito de Santa Marta se encuentran dos de los tres mayores atractivos del país, según la guía *Lonely Planet*. Por su parte, el corregimiento de Taganga, que hace parte de Santa Marta, ha experimentado un importante crecimiento turístico en los últimos 15 años, pero desordenado y espontáneo. Este artículo busca evaluar la potencialidad que tiene Taganga, como pequeño destino turístico, de implementar un modelo de turismo sostenible. La metodología combinó una profunda recolección de información primaria, con diversos métodos para identificación y valoración del inventario turístico, descripción de las características actuales y tendencias del mercado turístico, evaluación de la imagen del destino turístico, identificación de impactos ambientales, evaluación de la sostenibilidad de la oferta turística, análisis de competitividad del destino y análisis del desarrollo turístico de acuerdo con el modelo TALC. Entre los principales resultados se destaca la baja sostenibilidad del modelo actual de turismo, acompañado de una irregular satisfacción de los turistas por los servicios y atractivos del corregimiento. Se identificaron cuatro segmentos turísticos en Taganga: a. mochileros (*backpackers*), b. turistas independientes, c. turistas nacionales y d. visitantes. Además, en el estudio se determinó que los turistas de naturaleza suave son los más deseables. Otro resultado para destacar es el mantenimiento constante de la imagen, a pesar de que Taganga haya cambiado sustancialmente en los últimos 15 años. Finalmente, se realizan recomendaciones para aprovechar las potencialidades de Taganga como destino sostenible, en especial siguiendo los requisitos de la norma técnica NTS-TS 001-1 del Viceministerio de Turismo de Colombia.

## Abstract

Tourism is the most dynamic economic activity in Colombia, still within the Santa Marta district

# TURISMO

## EVALUACIÓN DEL POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE EN EL CORREGIMIENTO DE TAGANGA, DISTRITO DE SANTA MARTA (COLOMBIA)<sup>1</sup>

## ASSESSING THE POTENTIAL FOR SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN THE TOWNSHIP OF TAGANGA, DISTRICT OF SANTA MARTA (COLOMBIA)

<sup>1</sup> Fecha de recepción: 25 de septiembre de 2010.

Fecha de modificación: 21 de octubre de 2010.

Fecha de aceptación: 29 de octubre de 2010.

two of the three biggest attractions in the country, according to *Lonely Planet*. For its part, the village of Taganga, which is part of Santa Marta, has experienced significant growth in tourism over the past 15 years, but disorganized and spontaneous. This article seeks to assess the potentiality Taganga, as a small tourist destination, to implement a model of sustainable tourism. The methodology combined a deep collection of primary information, with various methods for identification and assessment of tourism inventory, description of the current and tourism market trends, evaluation of the image of the destination, identification of environmental impacts, sustainability assessment the tourist, destination competitiveness analysis and analysis of tourism development agreement the TALC model. Among the main results showed a low sustainability of the current model car, accompanied by an irregular tourist satisfaction for the services and attractions of the district. We identified four tourist segments in Taganga: a. backpackers, b. independent tourists, c. tourists and d. visitors. In addition, the study found that soft nature tourists are most desirable. Another result worth mentioning is the ongoing maintenance of the image, although Taganga has changed substantially over the past 15 years. Finally, recommendations are made to exploit the potential of Taganga as a sustainable destination, especially following the requirements of technical standard NTS-TS 001-1 - Vice Ministry of Tourism of Colombia.

**Palabras clave:** turismo sostenible, destino pequeño, modelo de ciclo de vida turístico, mochilero, turista de naturaleza, Taganga, Colombia

**Key words:** Sustainable tourism, small destination, Tourism Area Life Cycle Model TALC, backpacker, nature based tourism, Taganga, Colombia

## Introducción

La costa caribe es la principal región receptiva de turismo en Colombia, aunque todavía se concentra en pocos centros atradores, especialmente de las grandes ciudades (AGUILERA *et al.*, 2006). El auge del Caribe colombiano se enmarca en las predicciones de documentos como el *Panorama del Turismo 2020* (OMT, 2001), en el cual se pronostican 282 millones de turistas en América Latina para dicho año. Esta tendencia ya se está presentando como ocurrió en 2009, cuando hubo una importante disminución de turistas en Europa, siendo América Latina y África las únicas regiones que tuvieron valores crecientes (OMT, 2009). En este contexto, Colombia no ha sido ajena: en el país, el turismo es el segundo sector más importante de ingreso de divisas (PROEXPORT, 2008) y reporta un crecimiento del 9,7%, que lo hace imposible de ser alcanzado por sus competidores (PROEXPORT, 2010); a pesar de ello, el país apenas se ubicó en 2009 en el sexto puesto en la lista de turismo receptivo en los países de América Latina.

En el contexto local y regional, el departamento del Magdalena ha optado por posicionarse como uno de los principales destinos turísticos en el país, lo cual se ha logrado en los últimos años con un aumento regular en términos de llegadas. A su vez, el Distrito de Santa Marta ha experimentado un crecimiento del 84% entre 2005 y 2007, aunque en relación con el número de llegadas de turistas a Taganga, el área de interés de este estudio, no existe ningún tipo de estadísticas oficiales ni cálculos aproximados. Debido a este vacío de información, se debió calcular el número de llegadas con base en la ocupación media de los hoteles, obteniendo un total de 29.800 turistas al año para 2009; en todo caso, se debe resaltar el crecimiento exponencial del turismo en Taganga, donde se pasó entre 2007 y 2009 de 460 a 730 camas disponibles.

El corregimiento de Taganga se encuentra ubicado al norte de la ciudad de Santa Marta, en una bahía que lleva su nombre en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta. Este corregimiento durante siglos fue una villa de pescadores, descendientes de la etnia indígena Tayrona. Investigadores como MASSAN (1922, citado en SILVA, 2007) y REICHEL-DOLMATOFF (1954), quienes realizaron los primeros estudios reportados en esta zona, informaban que a inicios del siglo XX su población todavía tenía rasgos correspondientes a la cultura Tayrona del siglo XVI, lo cual fue ratificado recientemente por SILVA (2007). En la actualidad, Taganga cuenta con más de 4.500 habitantes, quedando sólo el 30% de ellos dedicado a la pesca artesanal y presentando claras señales de desarrollo de un turismo espontáneo y poco organizado, como se demostrará en este estudio.

Taganga representa un claro ejemplo de los denominados *pequeños destinos*, los cuales todavía son poco relevantes en el contexto turístico nacional. Como consecuencia, sus habitantes ven este sector como una opción para cambiar de la dependencia de las actividades extractivas, como la pesca o la minería, que cada vez se ven más afectadas por la contaminación de las aguas marinas, la sobrepesca, la degradación de ecosistemas como corales y praderas de pastos marinos, entre otros efectos negativos del desarrollo económico.

Sin embargo, a pesar del potencial que tiene el turismo para mejorar los ingresos de las pequeñas comunidades, los impactos ambientales, socioculturales e incluso económicos a largo plazo, han sido ampliamente descritos en la literatura científica. Entre los principales impactos, se encuentran la competencia por los escasos recursos naturales (MALLARI y ENOTE, 1996; DOLNICAR *et al.*, 2008a), la generación de conflictos dentro de la comunidad (MOSCARDO, 2005), la pérdida del control de la tierra y el tipo de desarrollo

(BOONZAIR, 1996; HARRISON & PRICE, 1996), los aumentos en el costo de vida (DWYER *et al.*, 2004; MOSCARDO, 2008; OMT, 2004), el comportamiento irresponsable y poco ético de turistas (BUTLER, 1980; MALLARI y ENOTE, 1996; LEE, 1999 en HOTTOLA, 2008; KO y STEWART, 2002), mencionando sólo los más comunes.

Es por ello que la percepción de la comunidad hacia el desarrollo del turismo es un importante indicador de los impactos que tiene esta actividad sobre la población local. Desde hace años, varios autores han considerado que un factor importante en la satisfacción del visitante es un equilibrio entre las percepciones de los residentes y los costos y beneficios que genera el turismo (RITCHIE, 1988; LANKFORD y HOWARD, 1994). Esta información también puede ayudar a los planificadores a identificar las preocupaciones y cuestiones reales, a fin de elaborar políticas y tomar medidas para optimizar los beneficios y minimizar los costes (ANDRIOTIS y VAUGHAN, 2003 citado en ANDRIOTIS, 2009).

Dentro de este contexto es donde en las últimas décadas se ha empezado a imponer el modelo de turismo sostenible, caracterizado por segmentos como el turismo de naturaleza, cultural, de aventura, ecoturismo, etnoturismo, entre los principales. A pesar de ello, en Colombia sólo recientemente se han empezado a formular políticas y planes para el desarrollo del turismo con altos niveles de sostenibilidad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007a, 2007b, 2008b). Esta misma tendencia se evidencia en el Distrito de Santa Marta, principalmente por medio del Plan Estratégico de Turismo 2009-2011 (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2009) y el Plan de Desarrollo Distrital 2008-2011 (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2008).

El presente documento, que es resultado de una tesis de pregrado del programa International Tourism Management and Consultancy de

la Universidad de Ciencias Aplicadas NHTV en Holanda y apoyada por el Grupo de Investigación en Sistemas Costeros de la Universidad del Magdalena, busca evaluar la potencialidad que tiene Taganga, como pequeño destino turístico, de implementar un modelo de turismo sostenible. La evaluación se realiza en tres aspectos centrales: el estado y oportunidades de la actual actividad turística en Taganga, el análisis del desarrollo turístico de Taganga como destino sostenible y la potencialidad de implantación de un modelo de turismo sostenible en este territorio. Debido a que el trabajo completo es muy extenso, este artículo se enfoca en el diagnóstico y análisis de la industria turística. Así, la identificación de cuestiones locales, impactos socioculturales y análisis de la cultura de la comunidad y su relación con el territorio, será objeto de una publicación separada. Cabe mencionar que este estudio recibió en 2010 el Premio HOTUR, de la Universidad Autónoma del Caribe, como mejor investigación en turismo de la región caribe colombiana.

### Metodología

La investigación fue realizada entre mayo y diciembre de 2009, siguiendo principalmente la metodología propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2008), en la herramienta *Asistencia Técnica en Planificación del Turismo*. Igualmente, debido a la alta complejidad del proyecto, se siguieron las indicaciones del manual *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers* (OMT, 2005) y el documento *PAN Parks Manual for Sustainable Tourism Development* (BEUNDERS, 2002). Para la información estadística del área de estudio, debido a los vacíos de información secundaria ya comentados, se debió hacer un profundo levantamiento de información primaria.

Para la recolección de esta información en campo, se realizó en abril de 2009 un pre-muestreo con una muestra de 15 personas (n=15) entre turistas nacionales e internacio-

nales. Con base en este ejercicio, en octubre de 2009 se realizó el muestreo principal sobre un número estimado de 2.460 turistas que se hospedarían en Taganga. El tamaño de la muestra se calculó utilizando la fórmula estándar de muestra, con un nivel de confianza del 95% y un 5% de margen de error. Aunque existe una limitación por ser solo un mes el período de muestreo, los datos estadísticos anuales de dos hoteles mostraron que datos como la nacionalidad de los turistas tienen poca variación en las diferentes épocas del año.

Para garantizar la representatividad de la encuesta, los turistas fueron elegidos al azar en diferentes puntos de la playa, en el centro del pueblo y en el paseo marítimo, donde se ubica la mayoría de las tiendas y restaurantes. Las encuestas se llevaron a cabo en inglés y español por estudiantes de la Universidad del Magdalena, previamente capacitados. La información se analizó con el paquete estadístico SPSS 17™, utilizando frecuencias y tabulación cruzada entre variables hipotéticamente correlacionadas.

Respecto a cada tipo de información, las características de los turistas se obtuvieron a través de 332 (n=332) encuestas cara a cara, repartidas equitativamente entre turistas nacionales y extranjeros. La encuesta fue compuesta por 23 preguntas cerradas y abiertas, además de una pregunta hipotética sobre la disponibilidad de pagar para la mejora de la situación socioeconómica de la comunidad nativa y las condiciones naturales del destino. La información sobre la planta turística abarcó cerca del 95% del número de los proveedores de servicios turísticos identificados en Taganga (n=91), aplicando un cuestionario con más de 70 preguntas agrupadas en diferentes categorías. Finalmente, la demanda turística se determinó por la capacidad total de camas, a través de entrevistas a ocho hoteleros (31% del total), divididos en cuatro tipos de establecimiento que relacionaban la popularidad del hotel y

el costo por noche. Con base en la capacidad hotelera total y la ocupación de hoteles por tipo de establecimiento, se determinó el número total de noches, dividiendo luego este número por la duración media de estadía de turistas y obteniendo el número aproximado de turistas al año.

Por su parte, para los análisis de variables turísticas, se utilizaron diversas metodologías, de acuerdo con las más recientes publicaciones en investigaciones sobre turismo a nivel mundial y guías oficiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia - MCIT. Precisamente, para la evaluación de recursos naturales y culturales se trabajó con la metodología de identificación y valoración de inventario turístico del MCIT (2008a). De la misma manera, para la revisión de la demanda turística se consultaron los informes sobre las características actuales y tendencias del mercado turístico nacional e internacional de los últimos seis años (OMT, 2009; MINTEL, 2009; MCIT, 2006, 2007, 2008, 2009; DANE, 2004, 2009; Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2009)

La evaluación de la imagen del destino turístico de Taganga se realizó por dos métodos: encuestas a turistas, anteriormente descritas, y revisión en Internet. La revisión virtual se realizó verificando la opinión de 90 personas de 11 foros y blogs de viajeros, en inglés y español, que habían visitado Taganga entre enero y octubre de 2009. Para identificar la imagen, se cuantificaron los temas o palabras claves de la mayoría de las descripciones, asumiendo que estas definen la opinión preliminar de un turista que busca información en el ciberespacio sobre Taganga.

La identificación de impactos ambientales se realizó por una visita de campo con estudiantes de Ingeniería Ambiental y Sanitaria de la Universidad del Magdalena, quienes

construyeron una matriz de efectos con base en la metodología de CONESA (2003). Para el estudio de la calidad del agua del mar y de arena, se tomaron los datos publicados por la Red de Vigilancia de Calidad Ambiental Marina de Colombia - REDCAM de los años 2008 y 2009 (INVEVAR, 2009), los cuales se compararon con los límites establecidos en la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible para Destinos de Playa - NTS-TS 001-2 (ICONTEC 2007a, 2007b).

La evaluación del impacto económico se realizó por medio de encuestas a los visitantes y entrevistas a los proveedores de servicios turísticos, además de un análisis de datos secundarios provenientes de trabajos de grado y proyectos realizados en Taganga. De las respuestas de los visitantes se obtuvo el tipo y nivel de gasto, mientras que de las entrevistas se obtuvieron los datos de generación de puestos de trabajo debidos al turismo y los ingresos de la población vinculada al turismo versus aquella no vinculada. También con los datos de la entrevista, se realizó la evaluación de la sostenibilidad de la oferta turística, que luego se comparó con los obtenidos con la norma técnica NTS-TS 001-2. Por su parte, el análisis de competitividad del destino se realizó a través de una matriz DOFA. Para el análisis de fugas económicas, se estudiaron las características de la cadena de suministros de los negocios del sector turismo y la cantidad de personal turístico que trabaja en Taganga pero que no reside allí.

El análisis del desarrollo turístico se realizó siguiendo el modelo de ciclo de vida del destino diseñado por BUTLER (1980) y complementado por el estudio de DIEDRICH y GARCÍA-BUADES (2009). La información de impactos percibidos por la comunidad se obtuvo por medio de encuestas semi-estructuradas realizadas en noviembre de 2008 por FIGUEROA (2010).

## Resultados

### Estado y oportunidades de la actual actividad turística en Taganga

Para hacer un análisis consistente de la actividad turística en Taganga, se debe tener en cuenta que esta zona posee un clima tropical cálido, sin variaciones estacionales marcadas y una temperatura media anual de 29°C, lo cual facilita el desarrollo de un turismo convencional de sol y playa. Sin embargo, esta temperatura podría ser demasiado alta para la actividad de senderismo y para los turistas de mayor edad. En términos generales, el clima corresponde con el esquema típico del Caribe, que es favorable para los mercados turísticos actuales y potenciales de Taganga.

Revisando las características de accesibilidad de Taganga, el transporte terrestre es el medio preferido por los turistas nacionales (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2009), ya que Santa Marta está conectada por vías rápidas con el centro, occidente y norte del país; a esto se suma que la estación de autobuses se encuentra a menos de 5 km de Taganga. No obstante, Santa Marta es altamente accesible a nivel nacional por vía aérea, con vuelos diarios desde las ciudades más importantes de Colombia; adicionalmente, se destaca el proyecto de ampliación de la pista actual para recibir vuelos internacionales de las principales capitales de América del Sur y EE.UU. (Aeronáutica Civil, 2009). Finalmente, el transporte público urbano es frecuente y económico, pero con poca comodidad y espacio para el equipaje; esta situación no se prevé que mejore hasta que se implemente el Sistema Estratégico de Transporte Público, que está planeado para 2012 (Alcaldía Distrital de Santa Marta, 2009), pero que a finales de 2010 no se había empezado a construir. Como consecuencia, la única opción para los turistas más exigentes en comodidad es el servicio de taxis.

Por su parte, la infraestructura urbana de Taganga se encuentra en mal estado, destacán-

dose que más del 90% de las calles no están asfaltadas y aquellas que lo están, presentan un estado deficiente. Tampoco hay recipientes suficientes para basura, lo cual afecta estética y sanitariamente el lugar, aunque todavía la contaminación de las calles por residuos sólidos está tolerada por la mayoría de los mercados existentes, pero es una barrera para los viajeros independientes que buscan calidad. En términos de señalización vial, es casi inexistente, dificultando la ubicación de direcciones, atractivos turísticos y hasta los propios hoteles. La inadecuada señalización de las calles se considera un problema menor, pero se debe mejorar si el destino quiere certificarse con las normas de calidad de turismo sostenible establecidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (ICONTEC, 2007a, 2007b).

Un último aspecto de infraestructura son los servicios públicos de saneamiento básico, que en Taganga también son deficientes. A pesar de la existencia de una planta depuradora de aguas residuales y una red de alcantarillado instalada, la planta no está en funcionamiento y ninguna casa está conectada a la red. De acuerdo con las entrevistas a pobladores, el 68% de los hogares utilizan fosas sépticas, mientras que el restante 32% no cuenta con algún tipo de tratamiento. Respecto al suministro de agua potable, las entrevistas revelaron que el servicio es intermitente y tiene cortes incluso de varios días, lo cual es un factor altamente impactante en la calidad turística del destino.

Por el contrario, el servicio de salud es eficiente, contando con un centro de salud con un buen nivel de atención, tanto para pacientes afiliados al sistema de seguridad social, como para turistas. En términos de seguridad, Taganga es considerado un destino seguro, aunque ocasionalmente se presentan robos. Respecto a los servicios de soporte, se consideran suficientes, contando con un cajero automático, fácil acceso a Internet en

casí todos los establecimientos y un centro de información turística privado; la única deficiencia relevante es la baja presencia del Estado en el control de estos servicios de soporte.

En términos de empleo en Taganga, el sector turístico emplea el 36,3% del total de la población económicamente activa. La proporción de empleados nacionales y locales es del 98% y 76% respectivamente, lo cual cumple altamente con los requisitos de sostenibilidad turística del Viceministerio de Turismo (ICONTEC, 2007). No obstante, la proporción de empresas creadas por la comunidad local es apenas del 47%, por debajo del 50% exigido por la norma NTS-TS 001-1, con el agravante de que la tendencia es creciente hacia dueños de empresas del interior del país o extranjeros. Para terminar, el acceso de la comunidad a los recursos financieros es muy limitado, a diferencia de los inversionistas privados o extranjeros, como lo demostró que el 40% los proveedores de alojamiento, el 20% de las escuelas de buceo y el 46,2% de los restaurantes tuvieron acceso al crédito para establecer sus negocios, todos ellos de inversionistas foráneos.

En relación con la distribución empresarial del sector turístico de Taganga, se encontró que el 44% de las empresas son alojamientos o bares y restaurantes, sin incluir los kioscos ubicados en los camellones de las dos playas turísticas, que equivalen al 32% de las empresas existentes (Tabla 1). De los 22 establecimientos de alojamientos, la mayoría fueron construidos entre 2005 y 2009, sumando una capacidad total de 726 camas, es decir, el 13% de la población total del corregimiento. La oferta de alojamientos es variada, con diferencias en tamaño, precio y estilo, atrayendo diferentes tipos de turistas, desde pequeños hostales con ambiente familiar, hasta alojamientos más caros con piscina y bar. No existen datos oficiales de tasa media de ocupación, a lo que se suma que

los alojamientos analizados en este estudio registraron una gran variación, entre 50% y 95% anual.

Tabla 1.  
Distribución empresarial del sector turístico de Taganga

Sector turístico	Número de empresas
Alojamientos	22
Operadores turísticos	4
Centros de buceo	8
Bares y restaurantes	22
Kioscos Playa Taganga	16
Kioscos Playa Grande	18
Transporte marítimo	3
Puestos de comida rápida	13

Dos atractivos importantes en Taganga son la gastronomía y el buceo deportivo. El corregimiento es reconocido por la comida tradicional, principalmente el pescado, considerándose de alta calidad. Esta apreciación es confirmada por la encuesta a los turistas, donde el 87,5% de los turistas nacionales y el 79,5% de internacionales se encuentran satisfechos con la oferta gastronómica que ofrece Taganga. También se debe destacar el mejoramiento en los últimos años de las condiciones higiénicas de manipulación de alimentos.

Por su parte, el buceo es la principal actividad desarrollada por turistas, en especial internacionales, siendo incluso la motivación más importante de muchos de ellos para visitar Taganga. En el corregimiento se encuentran ocho centros de buceo, ofreciendo inmersiones en más de 20 sitios (Gráfica 1). Los instructores están certificados por la Asociación Profesional de Instructores de Buceo - PADI o la Asociación Nacional de Instructores Subacuático - NAUI, ofreciendo todas las especialidades que ofrecen estas dos asociaciones, además de cursos cortos e inmersiones sencillas. La gran mayoría de

las escuelas poseen equipo en buen estado, siendo una ventaja en comparación con otros destinos de buceo reconocidos en América Latina. La dinámica del sector muestra un promedio entre 80 y 150 buzos diarios, según la temporada turística, con posibilidad hasta de 300 inmersiones al día, con una proporción entre buzos nacionales e internacionales de 20% - 80%, respectivamente. En resumen, los centros de buceo cumplen las expectativas de todos los mercados actuales y potenciales.

En cuanto a operadores turísticos, se ofrecen productos homogéneos como paquetes al Parque Nacional Natural Tayrona y caminatas a la Ciudad Perdida. Los guías turísticos hablan inglés, pero tienen baja cualificación en primeros auxilios, además de no contar con la formación profesional exigida por la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996), ni estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo; esta situación es totalmente tolerada por los operadores turísticos. Respecto al servicio de transporte marítimo, existen tres cooperativas de lancheros, con 96 personas asociadas, aunque el número real de empleos generados es mucho mayor. La mayoría de las lanchas tienen capacidad de siete personas, cumpliendo todos los requisitos de seguridad establecidos por las autoridades. Los destinos más frecuentados por vía marítima son Playa Grande y el Parque Tayrona. En términos generales, el servicio cumple con expectativas de los turistas y responde a la demanda en todas las temporadas.

Un sector menos organizado son los vendedores ambulantes. La mayoría de ellos no residen en Taganga, trabajando solamente durante la temporada alta o los fines de semana; a modo de ejemplo, en 2006 había 56 miembros en la Asociación de Vendedores Ambulantes y Estacionarios de Taganga, siendo sólo 13 de ellos tagangueros (MEJÍA *et al.*, 2006). Evaluando la calidad del servicio, en el año 2009 ningún vendedor contaba con uniforme y solo algunos poseían licencia de

manipulación de alimentos, aunque contradictoriamente todos estaban registrados ante la autoridad municipal y contaban con un carnet de identificación. En conclusión, el servicio que prestan los vendedores ambulantes es regular, además de ser percibido a menudo como fastidioso por los turistas.

Dos aspectos adicionales son la cadena de suministros y la responsabilidad social de las empresas. En relación con el primer aspecto, la gran mayoría de los productos de uso diario no están disponibles localmente, por lo cual los restaurantes y alojamientos deben abastecerse casi exclusivamente en Santa Marta. Analizando el aspecto de la responsabilidad social empresarial, se encuentra que es practicada por muy pocas empresas turísticas, siendo muy escasos los negocios que promueven el respeto por la cultura y el patrimonio local. Algunos de los pocos ejemplos de turismo responsable se dan entre los operadores turísticos, quienes ofrecen productos que involucran a las comunidades indígenas Kogui de la Sierra Nevada de Santa Marta, aunque no se descarta un interés oportunista.

Revisando los niveles de sostenibilidad de los establecimientos ligados al turismo, se encuentran varios aspectos por mejorar. Aunque el 94% de las empresas de turismo afirma ahorrar energía, el resultado no se refleja en acciones de su parte, con pequeñas excepciones. Las bombillas de bajo voltaje, los inodoros con tanques divididos o las duchas de baja presión son muy poco comunes, a pesar de que los principales problemas de Taganga, como se comentó anteriormente, son la escasez de agua y el fluido eléctrico. En este contexto, son los centros de buceo los que muestran mayor interés en la conservación de la naturaleza, quizá por ser el activo principal para el éxito de sus empresas. La mayoría de las escuelas de buceo han participado en programas de limpieza submarina, mostrando interés en creación de programas de sensibilización.

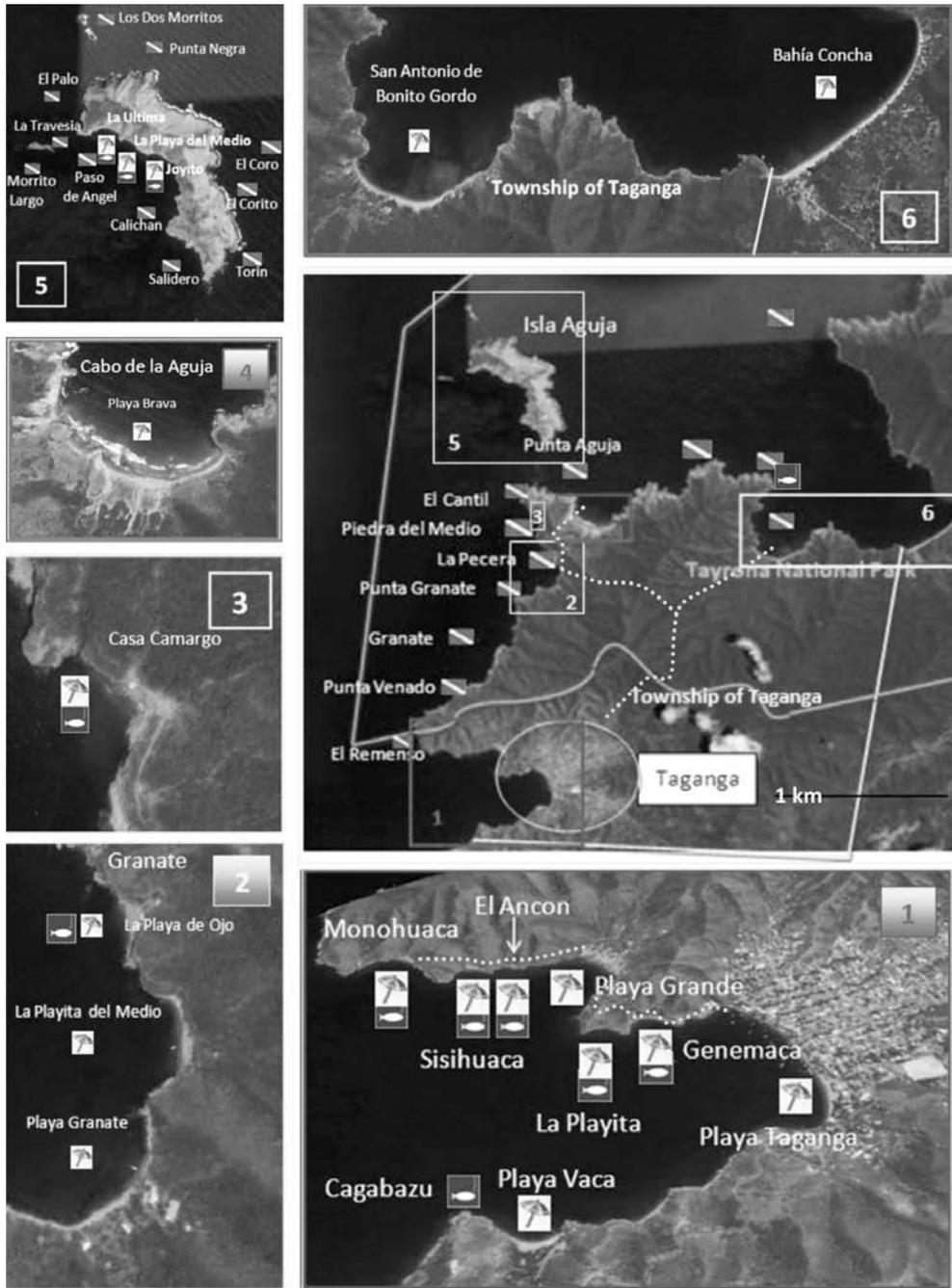


Figura 1. □ Playas   ▽ Sitios de buceo   🐟 Sitios de pesca   □ Senderos de Taganga.  
 Fuente: Autor, Mapas de Google Earth 2009

Como consecuencia de la baja sostenibilidad ambiental, la industria turística es uno de los mayores generadores de impactos negativos. El turismo en Taganga se basa en la oferta natural, aunque está promoviendo la acelerada urbanización y la transformación económica y socio-cultural de la población local. Durante este estudio se identificaron como principales impactos ambientales de la actividad turística: a. Contaminación del agua y suelo por aguas servidas y escurrimiento; b. Alta generación de residuos sólidos; c. Erosión en los cerros por la construcción en lugares inapropiados e incluso prohibidos; y d. Deforestación por construcciones en el área del Parque Natural Distrital *Dumbira*.

No obstante, el capital natural sigue siendo la principal ventaja comparativa de Taganga. Dentro del límite del corregimiento se encuentran 18 playas (Gráfica 1), la mayoría de pequeña extensión (tipo *pocket beach*) y caracterizadas por arena gruesa o grava. Las playas que presentan el mayor potencial son Bonito Gordo, Playa Brava, Sisiguaca y Monoguaca, aunque en términos de calidad, Bonito Gordo es la mejor playa, a pesar de requerir una mejor gestión y mejorar su acceso terrestre. Por otro lado, la playa urbana de Taganga y Playa Grande tienen alto potencial para los mercados actuales por su facilidad de acceso, pero no presentan las condiciones adecuadas para los mercados potenciales. Estas playas presentan un buen estado físico, pero están frecuentemente contaminadas por residuos sólidos que, a pesar de las limpiezas regulares, sigue siendo deficiente. Sin duda, la gestión integrada de estas dos playas principales es el mayor reto para atraer los mercados potenciales.

Otro atractivo natural es el cordón montañoso que rodea la bahía de Taganga. El corregimiento se encuentra rodeado por el piedemonte de la Sierra Nevada de Santa Marta, con colinas hasta de 570 metros sobre el nivel del mar. Se destaca que desde el año 2000, el Plan de

Ordenamiento Territorial estableció que todos los cerros de Taganga, a partir de la cota de 25 metros sobre el nivel del mar, pertenecen al Parque Natural Distrital *Dumbira*. Estos cerros, unido a la proximidad del Parque Tayrona, crean excelentes condiciones para el senderismo, una actividad que hasta ahora no ha sido aprovechada turísticamente. Las rutas existentes no son oficiales, no existe ningún tipo de infraestructura o señalización y no hay disponible un mapa de la zona con las rutas posibles, por lo que la única manera de explorarlas es ir por su propia cuenta o contratar un guía local. No se promueven ni se ofrecen caminatas, a pesar de su alto potencial. Una combinación de senderismo por las montañas con un día completo o dos en la playa Bonito Gordo, sería un paquete atractivo para los turistas amantes de naturaleza.

En relación con los atractivos culturales, se destaca el arte y tradición ligado a la pesca artesanal, que directamente influye aspectos personales como la forma de pensar y vivir de los tagangueros. Definitivamente, es un atractivo ver a un pescador en el trabajo retractando las redes o simplemente jugando dominó, disfrutando el día. El arte de pesca crea un ambiente de tranquilidad y misticismo, reflejando una cultura que todavía guarda una gran parte de sus tradiciones, a pesar de la fuerte aculturación (SILVA, 2007). Además de la pesca se pueden definir creencias como *La parte del Santo* o eventos tradicionales como la celebración de la Virgen del Carmen, la Virgen del Rosario y Santo Agatón. También hay que mencionar la existencia de grupos de danzas tradicionales y dos sitios sagrados de las comunidades indígenas de la etnia Tayrona, reconocidos por el Estado desde 1973 (VIEIRA, 2006). En consecuencia, el potencial de los recursos culturales e históricos es todavía desaprovechado, principalmente debido al desconocimiento de la historia de la comunidad y a la escasa información disponible sobre el pasado y las raíces ancestrales de los tagangueros. Adicionalmente, la débil

transmisión de generación en generación está causando una rápida aculturación y la pérdida de las tradiciones y el conocimiento de las raíces ancestrales.

Una encuesta realizada a los turistas en mayo de 2009 muestra que Taganga es visto como un pueblo tranquilo de pescadores rodeado de belleza natural impresionante, una imagen que es importante tener desde el punto de vista del marketing turístico.

Finalmente, se debe revisar la satisfacción general de los turistas con los atractivos y servicios de Taganga. De acuerdo con la encuesta realizada, el 76,7% de los turistas estaban satisfechos con el número y la calidad

de los atractivos naturales, con una diferencia insignificante entre las respuestas de turistas nacionales e internacionales. Respecto a la calidad del alojamiento, un 53,1% de turistas internacionales y un 65,8% de turistas nacionales estaban satisfechos, seguido por el 43,8% y 29,3%, en el mismo orden, que lo consideró regular. En relación con la calidad sanitaria, la disponibilidad de canecas de basura fue calificada como mala o muy mala por el 78,8% y el 75,5% de turistas internacionales y nacionales, respectivamente, así como que el 75% de los turistas internacionales y el 71% de turistas nacionales perciben que Taganga está contaminada o muy contaminada por residuos sólidos. Los resultados completos se presentan en la tabla 2.

Tabla 2.  
Resultados de encuesta sobre satisfacción de turistas

Satisfacción de los turistas de...	Turista Nacional			Turista Internacional		
	malo	regular	bueno	malo	regular	bueno
Número y calidad (atractivos naturales)	2.4%	19.5%	78.1%	3.1%	21.9%	75%
Número y calidad (atractivos culturales)	7.3%	39.2%	38.8%	21.9%	43.8%	34.4%
Calidad de alojamientos	3.1%	43.8%	53.1%	4.8%	29.3%	65.8%
Disponibilidad de canecas de basura	75.5%	20%	2.5%	78.8%	15.2%	6.1%
Contaminación de las calles por residuos sólidos según turistas						
Turista Nacional			Turista Internacional			
No contaminadas	Contaminadas		No contaminadas		Contaminadas	
29%	71%		25%		75%	

Por otra parte, la encuesta sobre satisfacción con los servicios públicos muestra que sólo el 11,4% de las empresas turísticas están satisfechas con el servicio de agua, el 51,4% cree que es regular y el 31,7% considera que es muy deficiente; la situación del servicio de electricidad es considerablemente mejor, aunque no se considera óptimo. Del mismo modo, el servicio de recolección de basura, que cubre el 85% de todo el corregimiento, y el servicio del barrido de calles muestran un buen desempeño, estando el 57,2% de las empresas turísticas satisfechas, el 25,7%

piensa que son regulares y solo el 14,3% tiene opinión negativa.

**Análisis del desarrollo turístico de Taganga como destino sostenible**

Un primer aspecto tenido en cuenta fue la relación del turismo, como actividad emergente, con la pesca, como la actividad más tradicional en el área de estudio. De acuerdo a la encuesta realizada, el sector turístico emplea más de la tercera parte de la población, superando el empleo local en la actividad pesquera por más del 7%; en el año 2004,

la proporción de la población que trabajaba en ambos sectores era inversa. Este cambio del modelo económico, a favor de turismo, es un claro indicador de que la industria ha avanzado hasta la fase de desarrollo, creando dependencia de la comunidad del flujo turístico constante.

Al comparar los efectos del turismo percibidos por la comunidad y las empresas turísticas, se confirmó que Taganga estaba en la fase de desarrollo, siendo las principales preocupaciones en relación con el desarrollo de turismo diferentes para ambos grupos.

No obstante, los asuntos ligados al expendio y consumo de drogas, así como la prostitución, son preocupaciones comunes para empresarios y comunidad (Tabla 3). También se destaca que muchos propietarios de alojamientos están preocupados por la creciente oferta, que no coincide con la tasa de crecimiento de la demanda, amenazando el desarrollo sostenible del sector. En una síntesis de los resultados de percepción, se evidencian los aspectos comunes positivos (ventajas definitivas), problemas comunes (debilidades definitivas) y problemas identificados solo por la comunidad (Tabla 4).

Tabla 3  
Efectos percibidos del Turismo en Taganga

El turismo en la comunidad tiene los siguientes efectos:	Según la comunidad			Según las empresas turísticas		
	% En desacuerdo	% Neutral	% De acuerdo	% En desacuerdo	% Neutral	% De acuerdo
Crea empleos para residentes locales	-	34.48	65.52	5.6	6.2	88.2
Emplea a la juventud local	5.17	60.35	34.48	17.6	11.9	70.5
Sube el precio de los bienes	10.34	50	39.66	5.6	8.3	86.1
Ayuda a la comunidad a obtener servicios	10.34	65.52	24.14	11.1	19.5	69.4
Causa aumento en el índice de delincuencia	29.31	36.21	34.48	16.7	16.6	66.7
Daña las normas morales	25.86	37.93	36.21	30.5	26.2	33.3
Trastorna las actividades locales	94.83	3.45	1.72	52.8	13.9	33.3
Daña el ambiente	6.90	47.65	45.45	33.4		42.4
Impide el acceso a la playa	100	0	0	--	--	--
Ayuda a estimular la cultura y el arte a los locales	98.28	0	1.72	14.7	20.6	64.7
Utiliza recursos naturales necesitados por residentes	10.34	37.94	51.72	27.3	15.1	57.6
La comunidad tiene control sobre el turismo	--	--	--	59.4	18.7	21.9
El dinero gastado por turistas se queda en la comunidad	12,07	74.6	12,07	23	27	50
Los residentes locales cuentan con un acceso a los lugares para el uso turístico	96,56	1.72	1,72	--	--	--

Adaptado de OMT, 2004, y FIGUEROA, 2010

Tabla 4  
Percepción del turismo por la comunidad y empresarios turísticos

Aspectos comunes positivos (ventajas definitivas)	Problemas comunes (debilidades definitivas)	Problemas identificados solo por la comunidad
Turismo crea empleos para residentes locales	Aumenta el índice de delincuencia	No se emplea a la juventud local
No trastorna las actividades locales	Afecta las normas morales	No facilita a la comunidad el acceso a servicios
	Degrada el ambiente	No ayuda a estimular la cultura y arte local
Residentes locales tienen fácil acceso a las zonas de uso turístico	Utiliza recursos naturales necesitados por residentes	Dinero gastado por turistas no se queda en la comunidad
	Aumenta el precio de los bienes	

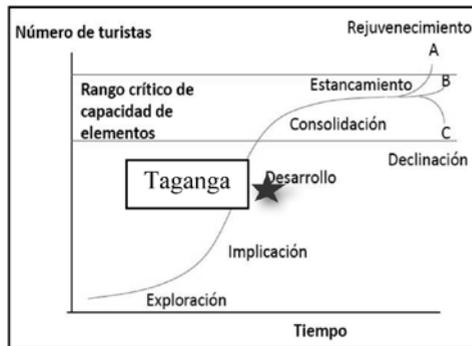
Por otra parte, el aumento desmedido de la oferta se presume que está ligado al auge que ha tenido en los últimos años el sector inmobiliario, dentro del cual se cuentan los alojamientos para turistas. A raíz de este fenómeno los precios de la tierra han aumentado considerablemente, por lo que muchos tagangueros han vendido sus propiedades a foráneos dispuestos a pagar una cantidad de dinero varias veces superior a su valor real. Ligado a esto, nuevas empresas con clara vocación turística han aparecido en Taganga, trayendo nuevos conceptos para cumplir las demandas de los mercados extranjeros. El gobierno local también ha notado el creciente desarrollo turístico, como lo demuestran las recientes inversiones en recuperación de los sitios históricos y turísticos del corregimiento, en especial la construcción de un nuevo camellón que aumentó el atractivo para turistas e inversionistas.

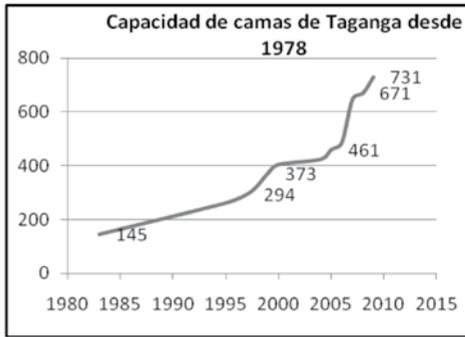
Este acelerado crecimiento se ajusta al modelo TALC (*tourism area life cycle*) de BUTLER (1980), siendo uno de los principales indicadores de la fase de desarrollo turístico. En este sentido, al revisar el crecimiento de la capacidad total de camas en Taganga, al igual que el número de alojamientos turísticos, se observó que ha crecido exponencialmente

desde 1978, lo cual indica claramente que Taganga está en la fase media de desarrollo turístico (Gráfica 2). A este resultado se suma el estudio de DIEDRICH *et al.* (2009), quienes explican que en la fase media de desarrollo, en la cual se asume que se encuentra Taganga, el turismo comienza a aumentar rápidamente, pero la percepción de los beneficios aumenta más lento que la percepción de los costes.

Gráfica 2.  
Adaptación del modelo TALC de BUTLER (1980) a Taganga.

- a. Modelo de BUTLER (adaptado por los autores);
- b. Crecimiento de camas en Taganga.





Efectivamente, a pesar de que todavía no se han sobrepasado los límites de la capacidad de carga física y social, hay más indicadores que confirman que el destino se está moviendo en la escalera del desarrollo hacia la fase avanzada. Al analizar la percepción de la comunidad hacia el desarrollo del turismo, se concluyó que, no obstante el amplio reconocimiento en la comunidad del efecto económico positivo del turismo, hay una alta proporción de encuestados que percibieron los impactos negativos del turismo. Aunque la diferencia entre estas dos variables está disminuyendo, los habitantes perciben más beneficios que costos y siguen tolerando el turismo, de acuerdo con la teoría del intercambio social de AP y CROMPTON (1993). Lo anterior, por

tanto, es consistente, pues la etapa media de desarrollo se caracteriza porque la mayoría de la comunidad percibe que los beneficios del turismo son más relevantes que los impactos negativos que genera; ambas condiciones se cumplen en el caso de Taganga.

Otra consideración es que la interacción de los residentes con un gran número de turistas, causa tensión y lleva finalmente al antagonismo. Este aspecto se comparó con la limitación geográfica que tiene Taganga, por ser un destino pequeño encerrado entre el mar y las montañas. Con base en la Tabla 3, es claro que cada vez hay mayor tensión sobre los límites sociales y psicológicos de la capacidad de carga, tanto para turistas, como para locales. Esta tensión surge como consecuencia de la concentración de las instalaciones turísticas en el centro del corregimiento (Gráfica 3), que se une con la restringida movilización de los turistas, quienes prefieren altamente permanecer entre el camellón, la playa urbana de Taganga y Playa Grande. No obstante, solo un pequeño porcentaje de ambos grupos manifestaron que la muchedumbre (*crowding*) es un problema, a pesar, incluso, de que los turistas extranjeros tienden a esperar menos viajeros a su llegada.

Figura 3. Instalaciones turísticas e infraestructura pública de Taganga.



Finalmente, se encontró que de acuerdo con el modelo de DOXEY (1975), que define las actitudes anímicas de la población local frente al turismo, la comunidad de Taganga está en la etapa de apatía, lo cual es consistente con la teoría del intercambio social de AP y CROMPTON (1993), según la cual el corregimiento está en la fase de tolerancia. Uniendo estos dos enfoques con el modelo TALC de BUTLER (1980), se concluye que Taganga está en la fase media de desarrollo turístico, aunque en rápido avance hacia el estadio superior. Por último, se debe recordar que la expansión física está limitada por las condiciones naturales, con lo cual se llegará a la etapa final de desarrollo muy pronto en su ciclo de vida, como un efecto de crecimiento rápido y no controlado (BUTLER, 1980).

### **Potencialidad de implantación de un modelo de turismo sostenible**

Lo primero que se debe tener en cuenta para la implantación de un modelo de desarrollo sostenible en Taganga, es que la segmentación basada en los beneficios económicos de los diferentes mercados puede ser deseable en el caso de destinos occidentales, pero no necesariamente para destinos tradicionales en países en vía de desarrollo. Estos últimos difieren sustancialmente de sus contrapartes occidentales en términos de la fragilidad cultural de las comunidades, los valores tradicionales que no aceptan ciertos tipos de comportamientos, la escasez de recursos naturales utilizados para la subsistencia familiar y el suministro limitado de agua y eliminación de residuos (DOLNICAR, 2008b; MOSCARDO, 2008). Debido a estos factores, el beneficio económico es sólo uno de los indicadores que favorecen un tipo de turismo sobre otro, como lo señala VAN EGMOND (2009).

En consecuencia, diferentes segmentos beneficiarán a las comunidades locales en una forma diferente, variando los impactos socio-culturales y su contribución económica (GREINER, 2010; STOECKL *et al.*, 2006; VAN EGMOND, 2009). El ejercicio realizado en este estudio buscó, por

tanto, la revisión de los segmentos actuales y deseados, obteniendo cuatro grupos principales: a. Mochileros (*back packers*); b. Turistas independientes; c. Turistas nacionales, de paquete e independientes; y d. Visitantes.

Empezando con el segmento de mochileros, VAN EGMOND (2007) destaca que ser mochilero no es sólo una manera de viajar, sino también una forma de pensar, un sistema de normas y valores, jerarquías sociales y códigos de conducta. Dicha manera de viajar se ha convertido en una especie de sub-cultura, que generalmente comparte los mismos gustos y temas. Para el caso de Taganga, sus características particulares se muestran en la Tabla 6, destacándose que son la gran mayoría de turistas del corregimiento y el 70% del total de extranjeros.

Otro grupo importante de viajeros internacionales en Taganga, representado por el 30% del total, son los turistas independientes de origen extranjero. Aunque no todas sus características corresponden a las de los mochileros, comparten la motivación de viaje, lugares visitados, experiencia de viaje, edad, nacionalidad, opinión sobre el destino y similar duración de la estancia. Sin embargo, ellos expresan una clara voluntad de distinguirse de los mochileros. Según la encuesta, viajar independientemente les proporciona la flexibilidad para ser espontáneos y abiertos a cambiar de actividades, destino o alojamiento durante el viaje, o simplemente poder aceptar una invitación para participar en una fiesta local; la libertad de elegir su experiencia de viaje es la característica fundamental, pero con un mayor nivel de gasto y comodidad que los mochileros.

En relación con el turismo organizado, también llamado turismo de paquete, es un fenómeno reciente en Colombia y basado principalmente en el concepto clásico de sol y playa. En Taganga, debido al reducido tamaño de la muestra, resultó difícil encontrar diferencias entre los turistas nacionales organizados y los independientes,

quienes comparten la gran mayoría de las características. Se destaca que durante la temporada alta (diciembre - enero y Semana Santa) son la mayoría de los turistas en Taganga, mientras que en la temporada baja no alcanzan el 40%. Del total de turistas nacionales, el 57% son turistas independientes, mientras que el 22% son turistas de paquete; el grupo restante está compuesto por mochileros colombianos.

Finalmente, se encontró que el grupo de visitantes nacionales es muy numeroso y difícil

de evaluar su proporción, ya que pasan solo un día en el corregimiento. El mercado puede dividirse en dos subgrupos: a. Turistas nacionales de paquete o independientes alojados en El Rodadero o Santa Marta; y b. Visitantes locales del Distrito de Santa Marta que van a pasar un día en la playa de Taganga. Como es de esperarse, el primer subgrupo está presente durante toda la semana, pero en mayor número durante los fines de semana y días festivos, mientras el segundo está presente en un alto número sólo durante los fines de semana.

Tabla 6  
Características de mercados actuales

Características	Mercados actuales			
	Extranjero Mochilero	Extranjero independiente	Nacional Paquete & independiente	Visitante
Edad	26-32	26-32	todos	todos
Duración de viaje	30	30	10	N/A
Duración estancia en Taganga	8	9	5	N/A
Nivel de educación	Medio/alto	Alto	Alto	Bajo/medio
Ingreso xUSD1000	15-30	25-40	10-20	--
Tamaño del grupo	1-2	1-2	2, 5-7	--
Gastos por día (USD)	15-30	25-50	40-60	3-10
Disponibilidad a pagar	0.5-1.5 USD	1.5-2.5 USD	0.5-1 USD	--
% de buceadores	36%	46%	40% paquete; 0% independiente	--
Satisfacción	4.3/5	4/5	3.8/5, independiente; 4.8/5 paquete	--
Sostenibilidad económica	3/5	5/5	4/5	1/5
Sostenibilidad socio-cultural	2/5	3/5	4.5/5	5/5
Sostenibilidad ambiental	4/5	4.5/5	3.5/5	2/5
Sostenibilidad	9	12.5	12	8

Otro análisis relevante para tener en cuenta en la implantación de un modelo de desarrollo sostenible en Taganga es su ventaja competitiva. En general, el corregimiento no posee ningún factor que por sí solo le dé una ventaja compe-

titiva con respecto a otros destinos que obtienen mejores resultados en características cruciales para el turismo como las playas, la naturaleza y lugares culturales y de interés histórico. Por otra parte, Taganga no tiene ninguna cualidad

única (ícono) que pueda construir una imagen y vender el destino, ya que el arte de la pesca artesanal y la cultura tradicional son comunes en toda la región caribeña.

En consecuencia, se debe trabajar para ganar atracción del mercado potencial. Lo más probable es que los mochileros y viajeros independientes sean todavía los principales mercados, sin embargo, el mercado basado en naturaleza puede ganar una buena parte. La debilidad es que Taganga, debido a su baja importancia como destino y el bajo poder de negociación, simplemente no es capaz de atraer completamente nuevos mercados. Así, el esfuerzo principal debe hacerse pasando de un clúster menos sostenible a uno más sostenible dentro del mercado actual; este cambio puede lograrse en un período de tiempo largo y de manera suave. Por consiguiente, el atractivo para posibles nuevos mercados va a cambiar con el tiempo, a través de una nueva imagen que complemente la ya establecida imagen del típico pueblo de pescadores, agregando el componente de sostenibilidad. También el desarrollo de nuevos productos y la promoción de algunas cualidades únicas tendrán un impacto positivo en la construcción de una imagen competitiva.

Por su parte, Santa Marta no cuenta con ninguna marca o imagen específica, excepto la etiqueta del sol y playa que no difiere mucho de otros destinos similares. Como consecuencia, el mercadeo de Taganga como destino se limita a los sitios web de los alojamientos, escuelas de buceo y operadores turísticos, quedando excluida de los mercados más grandes. Un indicador definitivo es que Taganga no cuenta con su propio sitio web, lo cual se refleja en la baja frecuencia de uso de este canal de distribución (7.5%). Las recomendaciones personales fueron la forma más eficaz de mercadeo, siendo el medio por el cual 43,8% de los turistas se enteró de Taganga, seguido por las guías turísticas con el 23,8%. En resumen, el potencial de Taganga en la creación de la

imagen de Santa Marta como un destino sostenible es muy alto, aunque por ahora Taganga no tendrá una campaña separada debido a los limitados fondos que tiene el Distrito de Santa Marta para tal propósito.

Por consiguiente, la estrategia de imagen más adecuada debe ser una combinación de posicionamiento y diferenciación psicológica. La primera es una estrategia utilizada para crear una imagen de producto único que aumente el interés y la atracción de visitantes por el reconocimiento del destino. Centrándose en una nueva imagen del pueblo sostenible de pescadores, se destaca que Taganga ha cambiado sustancialmente en los últimos 15 años, pero su imagen de destino se ha mantenido casi estable. La imagen actual ha sido una fortaleza definitiva de Taganga y la base de su identidad cultural. Así, las acciones futuras deben concentrarse en el fortalecimiento de esa imagen con un valor agregado de sostenibilidad que pueda diferenciar a Taganga de los demás destinos tradicionales en la costa.

La diferenciación psicológica se utiliza para concentrarse en aquellas variables que dan a un destino una ventaja competitiva en el mercado. Taganga puede ser más atractivo para algunos grupos debido a la fácil accesibilidad (bajo costo de vuelo o posibilidad de acceder por vía terrestre), bajos precios de alojamiento, comida y actividades variadas y proximidad a dos de los tres atractivos más importantes de Colombia (Parque Tayrona y la Ciudad Perdida) según la guía Lonely Planet (KOHN *et al.*, 2006).

En conclusión, Taganga puede ser un destino relevante solo si fortalece sus actuales ventajas competitivas, concentrándose en ser punto de salida para otros atractivos cercanos que sí tienen un posicionamiento suficiente por sí mismos. Una revisión más detallada del potencial se incluye en la Tabla 7, a partir de una matriz DOFA obtenida de toda la información recolectada en campo.

Tabla 7.  
Matriz DOFA para Taganga

Fortalezas	
Clima favorable.	Comunidad tradicional y pesca artesanal.
Proximidad del principal atractivo natural - Parque Nacional Tayrona.	Variedad de tipos de alojamientos y conjunto de activos complementarios al turismo.
Diversidad de atractivos naturales y oportunidades de recreación.	Proximidad de Santa Marta con su centro histórico y vida nocturna.
Imagen fuerte del pueblo típico de pescadores.	Tranquilidad, un ambiente de alguna manera único.
Sitios de buceo de buena calidad. Cursos de buceo reconocidos por ser unos de los más económicos de América Latina.	Los segmentos actuales demuestran conciencia ambiental.
Belleza escénica del paisaje.	Buena relación calidad-precio.
Participación e interés del gobierno local en el desarrollo sostenible.	Taganga es el más común punto de salida al Parque Tayrona por vía marítima.
Actitudes positivas de la comunidad hacia el turismo.	Buena accesibilidad por aire y tierra de todas las ciudades principales de Colombia.
Alta generación de empleo y aceptable propiedad local de las empresas.	La participación de universidades en varios proyectos en Taganga.
Desarrollo turístico a pequeña escala.	Hospitalidad de la comunidad.
Centro de caminatas a Ciudad Perdida.	Buena calidad del agua de baño en la temporada seca.
Debilidades	
Baja proporción del perfil del turista de naturaleza y ecoturista.	Difícil o costoso acceso a algunos atractivos (ej. Playas de Parque Tayrona, la Ciudad Pérdida).
La falta de atractivos naturales y culturales icónicos (ing. Unique selling points) que puedan ser la principal razón de visitar Taganga.	Número limitado de operadores de turismo sostenible para el desarrollo de productos responsables.
Falta de conciencia ambiental de los actores locales y la comunidad.	Bajo nivel de educación especializada de los prestadores de servicios turísticos.
Limitada promoción del destino.	Baja calidad del transporte público.
Limitaciones de la infraestructura básica y los servicios públicos.	Muy débil cooperación entre los actores (alto nivel de competencia).
Comportamiento de algunos de los mercados internacionales (comportamiento sexual, abuso de alcohol y drogas son las principales preocupaciones).	Poca confianza de la comunidad en la investigación y la aplicación de proyectos debido a muchos trabajos que no obtuvieron ningún resultado positivo a la comunidad.
Pobreza de la comunidad, limitando la posibilidad de involucrarse a la industria turística.	Débil aplicación de las leyes y normas que conducen al uso ilegal del suelo.
Abundancia de la venta y el abuso de drogas.	El destino está en su límite de desarrollo físico.
No hay datos disponibles de los mercados turísticos existentes, existen pocos datos sobre el ecosistema y el estado de los arrecifes coralinos.	Mochileros (backpackers), un mercado de gran volumen y de mediano rendimiento que causa muchos impactos socio-culturales.
El segmento local genera muy pocos beneficios y es la causa principal de la basura en las calles y las playas.	Los establecimientos que requieren más inversión pero generan más beneficios son de propiedad extranjera.

Insuficiencia del suministro de agua.	
Oportunidades	
Implementación de un nuevo sistema de transporte.	Recuperación de la industria turística global.
Aumento de la seguridad en la región.	El plan estratégico de turismo considera muchos de los aspectos de desarrollo regional sostenible.
La ampliación del aeropuerto Simón Bolívar en Santa Marta creará la posibilidad de recibir vuelos internacionales, conectando la ciudad con las principales ciudades de EE.UU. y América del Sur.	Aumento de visibilidad del tema del desarrollo sostenible (certificación de productos sostenibles, subsidios, asistencia técnica para programas de calidad y conservación ambiental, etc.).
Aumento en el número y calidad de programas de educación técnica y profesional de turismo en Santa Marta.	Aplicación del enfoque de manejo integrado de destinos turísticos a la planificación y desarrollo de turismo.
Se planea construir red de alcantarillado, planta de tratamiento y un mejor acueducto.	
Amenazas	
Los efectos del cambio climático, principalmente el aumento de la temperatura media, ascenso del nivel del mar y las anomalías climáticas.	Cambio del gobierno local, podría implicar un cambio de actitud hacia el tipo de desarrollo regional.
Un conflicto armado en la zona, causando disminución de llegadas de turistas.	Crecimiento de la población que conduce al sobre desarrollo del destino y la pérdida de su atractivo.
Un exceso de la oferta turística causada por el aumento del número de alojamientos creciendo desproporcionalmente a la demanda.	Un conflicto entre las empresas turísticas y la comunidad causado por la presión del turismo sobre los recursos.
Pérdida de voluntad por parte de la comunidad.	

Con base en todos los aspectos descritos anteriormente, la presente investigación consideró que un nuevo mercado por atraer debe ser más sostenible que los perfiles actuales. Los criterios principales del nuevo mercado deben ser: gasto elevado, profunda conciencia ambiental, respeto a tradiciones locales, buena forma física y niveles intermedios de lujo. Dentro de este marco, el turismo de naturaleza, dirigido a turistas independientes, parece ser el segmento de mercado que mejor se ajusta.

El turismo de naturaleza es un concepto muy amplio, pero puede describirse como la vivencia y conocimiento de lugares naturales, generalmente a través de actividades al aire libre que sean sostenibles en términos de su impacto ambiental. Debido a que Taganga no ofrece aventura extrema, ni naturaleza excepcional, el turismo de naturaleza suave sería el énfasis

más adecuado. Las actividades de aventura suave normalmente requieren un nivel moderado de participación física y actividades como senderismo, acampada, excursiones a caballo o a pie, avistamiento de flora y fauna, careteo, buceo, vela, kayak y pesca deportiva. Es importante aclarar que los turistas de naturaleza suave están incluidos en los mochileros o viajeros independientes internacionales presentes en Taganga, pero representan todavía un número muy reducido.

Como resultado final de la investigación, se formularon varias recomendaciones, indicando los asuntos que deberían ser considerados en una futura Estrategia para Desarrollo de Turismo Sostenible (EDTS) para Taganga. A pesar de que se describieron las recomendaciones, no se especificó el costo o el tiempo de implantación, ya que se requeriría un ejercicio más profundo. Las recomendaciones se

agruparon en tres categorías: 1. Manejo del destino turístico; 2. Planificación y desarrollo; y 3. Mercadeo (Tabla 8).

Dentro de las recomendaciones se destaca la creación de una entidad responsable de la gestión del destino. Taganga debe ser gestionada por representantes de la comunidad, apoyados por un grupo multidisciplinario de académicos y funcionarios públicos con amplio conocimiento en temas de desarrollo, turismo y ambiente. La unidad de gestión sería responsable de la ejecución de la EDTS y la gestión activa del destino. Se debe dar una atención especial al proceso participativo de toma de decisiones, el cual debe basarse en las decisiones de no solo el consejo comunitario, sino también los líderes comunitarios, quienes no poseen ningún cargo administrativo oficial pero ejercen poder decisivo dado por su posición comunitaria. En términos generales, los tagangueros deben ser los que deben decidir sobre la ruta de su desarrollo turístico, pesquero o con la actividad que consideren más adecuada a su imaginario.

En términos del control sobre la economía del pueblo, la comunidad debe contar con un apoyo técnico y financiero en desarrollo e implementación de proyectos productivos. Se debe dar una atención especial al apoyo técnico relacionado con la actividad pesquera y maricultura, ya que esa sigue siendo la base cultural del pueblo y en el momento se encuentra en una crisis. Para rescatar el control sobre el desarrollo del pueblo, los tagangueros deben contar con una posibilidad de préstamos y microcréditos para desarrollar pequeñas y microempresas. Una alta proporción de negocios locales en comparación con negocios foráneos es un factor importante para el bienestar social de la comunidad y la economía local.

Otra recomendación es el co-manejo de las áreas protegidas que rodean Taganga, principalmente las áreas de buceo ubicadas en

el Parque Nacional Tayrona y los senderos dentro del Parque Distrital Dumbira. Se hace énfasis en que se mejore el diálogo entre la administración del Parque Tayrona, los operadores de buceo y los pescadores, para lograr acuerdos como la efectiva conservación de los puntos de buceo y la adecuada destinación de los ingresos de las tasas por esta actividad.

En relación con la afluencia turística, se recomienda la medición de la capacidad de carga para las distintas zonas de Taganga, enfocada en la capacidad socio-cultural, la psicológica y la física, ya que son las más importantes en el caso de Taganga. También se recomienda limitar el crecimiento descontrolado y la sobreoferta inmobiliaria, haciendo respetar las regulaciones existentes sobre uso del suelo. La recomendación se basa en que, hasta el 2010, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) ha sido poco efectivo en el caso de Taganga, con múltiples infracciones en desarrollo urbanístico. Como resultado, se ha creado sobreoferta turística, hacinamiento y alta competencia, disminuyendo la calidad del destino y aumentando los conflictos entre actores.

Así, se debe limitar desarrollo turístico por parte de las personas foráneas y extranjeras, facilitando implementación de iniciativas comunitarias con un apoyo técnico y financiero de instituciones públicas. La inversión pública debe enfocarse en establecimiento de alojamientos comunitarios con características típicas de posadas. Todos los alojamientos deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo, pero la cantidad de impuestos que pagan debería ser ajustada según las condiciones socio-económicas de sus propietarios. Además, se debe hacer una normativa especial en términos de requisitos técnicos de estos establecimientos.

En relación con la planificación turística, se recomienda desarrollar nuevos productos

para los mercados actuales y potenciales. Los productos deben provocar un aumento del atractivo de Taganga, incrementar la duración de estancia de los turistas y fomentar la cultura local y las tradiciones. Los productos recomendados son: 1. Excursiones de sende-

rismo; 2. Deportes náuticos como windsurf, kitesurf y vela en Playaca; 3. Pesca deportiva; 4. Pesca tradicional; 5. Creación de un museo etnográfico y natural de Taganga; y 6. Pinturas murales alusivas a las tradiciones e historia de Taganga.

Tabla 8.  
Recomendaciones para formulación de EDTS en Taganga

1. Manejo del destino turístico	
Establecer Unidad de Gestión del Destino	Adoptar enfoque participativo
Establecer una estrecha cooperación con el gobierno local	Aumentar la cooperación con instituciones educativas y de investigación
Proponer el co-manejo de los arrecifes ubicados en PNN Tayrona	Proponer una gestión coordinada del Parque Natural Distrital Dumbira
Desarrollar indicadores de turismo sostenible y el respectivo programa de monitoreo	Comenzar el proceso de adopción de la Certificación del Turismo Sostenible y monitoreo
Establecer la capacidad de carga	Realizar la evaluación del impacto ambiental (EIA)
Incorporar la planificación del uso de suelo y controlar el desarrollo turístico	Poner en práctica las directrices y códigos de conducta para los operadores de turismo y para los turistas
Regular el servicio de guianza turística	Mejorar el servicio de aseo y recolección de basura
Fortalecer la capacidad de los actores	Facilitar la adquisición de subvenciones, préstamos y apoyo técnico para las prácticas sostenibles
Realizar estudio de viabilidad para aplicación de microcréditos	Realizar estudio de factibilidad para la aplicación de las tarifas turísticas
2. Planificación y desarrollo	
Establecer información turística	Establecer alojamientos comunitarios
Mejorar la señalización turística	Mejorar la ruta de senderismo
Instalar canecas de basura	Desarrollar productos que puedan ser atractivos a los mercados actuales y potenciales
3. Mercadeo	
Construir nueva imagen	Consolidar y divulgar aspectos de calidad única
Crear página web de Taganga	

**Conclusiones**

A pesar de que Taganga se encuentra entre dos de los mayores atractivos turísticos de Colombia y hace parte del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, el desarrollo de la actividad turística en el corregimiento ha sido desordenada y espontánea. Como consecuencia, Taganga se ha ido

deteriorando con los años y sus principales fortalezas como atractivo turístico se han impactado significativamente.

La infraestructura de soporte, como vías y servicios públicos, se encuentra en mal estado, siendo insuficiente para la demanda turística del corregimiento. La satisfacción general

de los turistas es buena en relación con los atractivos naturales, pero regular en relación a los servicios turísticos y mala respecto al aseo y saneamiento básico. Entre las actividades más organizadas están el transporte marítimo, la gastronomía y el buceo, mientras que hay muchos aspectos por mejorar con los guías turísticos y los vendedores ambulantes. El servicio de alojamiento existe en todos los grados de calidad y precio.

Respecto a los niveles de sostenibilidad de los establecimientos ligados al turismo, se encuentran varios aspectos por mejorar para lograr una certificación como la NTS-TS 001-1. El turismo en Taganga se basa en la oferta natural y cultural, aunque está promoviendo la acelerada urbanización y la transformación económica y socio-cultural de la población local. La tendencia de crecimiento económico en Taganga está soportada por inversiones extranjeras, lo cual reduce la sostenibilidad del destino, de acuerdo con la norma NTS-TS 001-1. Además, al estar concentrado el capital en manos foráneas, la posibilidad de incidir sobre el desarrollo de su territorio, por parte de los tagangueros, es cada vez menor. Como consecuencia, se deberían aumentar los esfuerzos para creación de empresas con capital local, lo cual requerirá de apoyo del Estado y el sector privado nacional.

Con base en el modelo TALC de BUTLER (1980), los criterios de DIETRICH *et al.* (2009), la teoría de intercambio social de AP y CROMPTON (1993) y el modelo de DOXEY (1975), Taganga se encuentra en una fase de desarrollo media y próximo a una fase avanzada. Sin embargo, los modelos actuales no permiten predecir qué tan cerca se está de la etapa de consolidación y por tanto tomar medidas precisas. Estudios similares a este deben ser desarrollados en Colombia, pues no se encontró ninguno en la bibliografía científica indexada.

Otra de las limitaciones importantes para el crecimiento turístico de Taganga es su

condición natural, ya que no es posible su expansión geográfica. Como consecuencia, las acciones que se tomen para mejorar la calidad del destino deberán prever un pronto estancamiento en el número de camas y las restricciones de acceso, a menos que se acometan grandes obras que igual atentarán fuertemente la sostenibilidad del destino.

Actualmente Taganga tiene cuatro segmentos turísticos claramente definidos, los cuales se recomienda mantener, aunque con mayores niveles de calidad y gasto: a. Mochileros (*back packers*); b. Turistas independientes; c. Turistas nacionales, de paquete e independientes; y d. Visitantes. A pesar de ello, el futuro de Taganga como destino de primer nivel se debe basar en un tipo de turista de naturaleza suave, el cual genere mayores ingresos económicos, pero un impacto ambiental y cultural mucho menor. Varias de las recomendaciones de este estudio se enfocaron en atraer este nuevo segmento, aunque actualmente Taganga, debido a su baja importancia como destino y el bajo poder de negociación, todavía no es capaz de atraer nuevos mercados.

Finalmente, cabe mencionar que la pesca, a la cual debe Taganga su imagen y carácter, por mucho tiempo ha sido la principal actividad económica. Sin embargo, la sobreexplotación del recurso, el crecimiento del número de pescadores y la contaminación de aguas marinas, entre otros, han llevado a los tagangueros a buscar alternativas, ya que los ingresos de pesca artesanal no son suficientes para sostener sus familias. Además de eso, varios proyectos de pesca sostenible en Taganga no trajeron los resultados esperados y por eso no han sido capaces de rescatar la importancia de esta actividad para Taganga.

No obstante, la pesca hace parte de la identidad taganguera y debe ser conservada como el patrimonio cultural del pueblo. Para eso, se necesitan actividades económicas com-

plementarias como el turismo, considerado por la gran mayoría de la comunidad como una buena alternativa. De esta manera, la pesca sigue siendo la base económica de las familias de la comunidad que hacen parte del núcleo taganguero (SILVA, 2007). Además, el decremento del número de pescadores no es necesariamente un factor negativo y no significa la pérdida de la identidad; más bien es un proceso inducido por las condiciones naturales. Un más bajo nivel de explotación del recurso pesquero permitirá un uso sostenible y así un mejor ingreso de los pescadores.

El turismo puede ser una bendición y una maldición dependiendo del manejo que se le da. Una gestión responsable, teniendo en cuenta las expectativas y deseos de la comunidad, puede dar buenos resultados en términos económicos y culturales. Sin embargo, es un camino que requiere cooperación entre los actores comunitarios, públicos y privados, además de una estrategia clara y alcanzable en tiempo, dados los recursos limitados. De esta manera, el cumplimiento de las condiciones propuestas en las recomendaciones confrontará a Taganga con una oportunidad de convertirse en el primer destino costero en Colombia certificado por la norma nacional de sostenibilidad turística (NTS-TS 001-1). En términos de tiempo, se considera que el corregimiento puede lograr un nivel de certificación dentro de tres años a partir de la implementación de la Estrategia para Desarrollo de Turismo Sostenible. En definitiva, la certificación ofrece no solo el reconocimiento y la ventaja competitiva sobre otros destinos similares, sino, más importante, una herramienta para implementar turismo más responsable, que contribuirá a mejorar la calidad de vida de la comunidad, conservando su cultura.

### Agradecimientos

Los autores quieren agradecer el soporte de varios profesores y estudiantes de la Universidad del Magdalena, en especial a los Msc.

LUCIE LACLAF y FREDERICK JOUEN, a la profesional en negocios internacionales MAYRA VILLANUEVA y a los estudiantes del programa de Administración de Hotelería y Turismo. Igualmente, al profesor NIEK BEUNDERS, experto y consultor en turismo sostenible, quien fue el inspirador para que el primer autor se interesara en turismo sostenible.

### Bibliografía

Aeronáutica Civil (Ministerio de Transporte). (2009). *Proyectos Próximas Concesiones*. Recuperado el 7 de octubre de 2009 de <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Portals/0/archivos/documentos/GCRP/Presentaciones/Aeropuertos%20de%20Centro%20Oriente.pdf>: Autor.

AGUILERA, M. M.; BERNAL, C. y QUINTERO, P. (2006). *Turismo y desarrollo en el Caribe Colombiano. Documentos de trabajo sobre economía regional No. 79*. Cartagena, Colombia: Centro de Estudios Económicos Regionales CEER: Banco de la República.

Alcaldía Distrital de Santa Marta. (2008). *Plan de Desarrollo 2008-2011: La Prosperidad Colectiva de Ciudad*. Santa Marta, Colombia: Autor.

Alcaldía Distrital de Santa Marta. (2009). *Plan estratégico de turismo 2009-2011: Hacia un destino sostenible*. Santa Marta, Colombia: Autor.

ANDRIOTIS, K. (2009). *Community attitudes towards tourism development. Sci Topics, Research summaries by experts*. Recuperado el 24 de octubre de 2009 de [http://www.scitopics.com/Community\\_Atitudes\\_towards\\_Tourism\\_Development.html](http://www.scitopics.com/Community_Atitudes_towards_Tourism_Development.html): Autor.

BEUNDERS, N. (2002). *Pan Parks' Manual for Sustainable Tourism & Development: Practical Guidelines for the Formulation of a Sustainable Tourism Development Strategy (STDS) for Protected Areas and Their Regions*. (First Edited Draft): PAN PARKS.

BOONZAIR, E. (1996). "Negotiating the Development of Tourism in the Richtersveld, South Africa". En PRICE, M.F. (ed.). *People and Tourism*

in *Fragile Environments*. Chichester, UK: John Wiley & Sons, (pp. 123-137).

BUTLER, R.W. (1980). "The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources". *Canadian Geographer*, (24 (1), 5-12).

CONESA, V. (2003). *Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental*. Madrid, España: Mundi-Prensa.

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2004). *Encuesta de turismo a hogares*. Recuperado el 16 de septiembre de 2009 de <http://www.slideshare.net/anallyta1016/encuesta-hogares>. Autor.

DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2009). *Varias estadísticas del sector turismo*. Recuperado el 12 de junio de 2009, accesible desde <http://www.dane.gov.co>. Autor.

DIEDRICH, A. y GARCÍA-BUADES, E. (2009). "Local perceptions of tourism as indicators of destination decline". En *Tourism Management*, 30, (pp. 512-521).

DOLNICAR, S.; CROUCH, G. y LONG, P. (2008). Environment-friendly Tourists: What do We Really Know About Them? *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), (pp. 197-210).

DOLNICAR, S. y LEISCH, F. (2008b). *Selective marketing for environmentally sustainable tourism* *Tourism Management*, 29(4), (pp. 672-680).

DWYER, L.; FORSYTH, P. y SPURR, R. (2004). "Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches". En *Tourism Management*, 25(3), (pp. 307-317).

FIGUEROA CABAS, Y.M. (2010) (en prensa). *Sostenibilidad Económica del Turismo en Taganga-Santa Marta (Caribe colombiano): Situación actual y perspectivas*. Universidad Nacional de Colombia: San Andrés, Colombia.

GREINER, R. (2010). *Improving the Net Benefits from Tourism for People Living in Remote Northern Australia*. *Sustainability*, 2, (2197-2218).

HARRISON, D. y PRICE, M.F. (1996). "Fragile Environments, Fragile Communities?" En PRICE, M.F. (ed.). *People and Tourism in Fragile Environments*. Chichester, UK: John Wiley & Sons, (pp. 2-18).

HOTTOLA, P. (2008). The Social Psychological Interface of Tourism and Independent Travel. En HANNAM, K. & ATELJEVIC, I. (Eds.), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*, UK: Channel View Publications, 26-37.

ICONTEC - Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. (2007a). *Norma técnica NTS-TS 001-1, Destinos turísticos: Requisitos de sostenibilidad*. Bogotá, Colombia: Autor.

ICONTEC - Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (2007b). *Norma técnica NTS-TS 001-2, Destinos turísticos de playa: Requisitos de sostenibilidad*. Bogotá, Colombia: Autor.

INVEMAR - Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras. *Red de Vigilancia de la Calidad Ambiental Marina en Colombia REDCAM (2009). Indicador de la Calidad de las Aguas Marinas; Calidad sanitaria de las aguas de recreación en el Caribe y Pacífico colombiano; Estadísticas de las estaciones monitoreadas*. Recuperado en julio de 2009. Accesible desde <http://www.invemar.org.co/siam/redcam/index.htm>. Autor.

KO, E. y STEWART, W. (2002). "A structural equation model of residents' attitudes for tourism development". En *Tourism Management*, 23(5), (pp. 521-530).

KOHN, M.; LANDON, R. y KOHNSTAMM, T. (2006). *Lonely Planet Travel Guide to Colombia*. Footscray, Australia: Lonely Planet Publications.

LANKFORD, S.V. y HOWARD, D.R. (1994) "Developing a tourism impact attitude scale". En *Annals of Tourism Research*. 21(1), 121-139.

MALLARI, A.A. y ENOTE, J.A. (1996). "Maintaining Control: Culture and Tourism in the Pueblo of Zuni, New Mexico". En PRICE, M.F. (ed.). *People and Tourism in Fragile Environments*. Chichester, UK: John Wiley & Sons (pp.19-31).

MEJÍA MARTÍNEZ, L. A. y VILORIA FERNÁNDEZ, E. M. (2006). *Diagnóstico del estado actual de las organizaciones de economía solidaria en el Corregimiento de Taganga, Santa Marta D.T.C.H.* Tesis de grado no publicada, Universidad del Magdalena, Santa Marta, Colombia.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo. (2007a). *Política de Turismo Cultural: Identidad y Desarrollo Competitivo del Patrimonio*. Bogotá, Colombia: Autor.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo. (2007b). *Política para el Desarrollo del Ecoturismo*. Bogotá, Colombia: Autor.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo. (2008a). *Asistencia técnica en planificación del turismo*. Bogotá, Colombia: Autor.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Viceministerio de Turismo. (2008b). *Política Nacional de Turismo: Plan Sectorial de Turismo 2008-2010* (versión digital). Bogotá, Colombia: Autor

MINTEL (2009). *Travel and Tourism - Colombia - May 2009*. MINTEL Oxygen.

MOSCARDO, G. (2005). "Peripheral Tourism Development: Challenges, Issues and Success Factors". En *Tourism Recreation Research*, 30, 27-43.

MOSCARDO, G. (2008). *Community Capacity Building: an Emerging Challenge for Tourism Development*. Oxford, UK: Oxford University Press.

MOSCARDO, G. (ed.). *Building community capacity for tourism development*. Oxford, UK: Oxford University Press, (pp.1-14).

OMT - Organización Mundial de Turismo. (2001). *Tourism 2020 Vision*. Recuperado el 9 de octubre

de 2009 de <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>. Autor.

OMT - Organización Mundial de Turismo. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid, Spain: Autor.

OMT - Organización Mundial de Turismo. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A guide for policy makers*. Madrid, Spain: Autor.

OMT - Organización Mundial de Turismo. (October 2, 2009). *UNWTO: Increasing Confidence in 2010 Recovery for the Tourism Sector*. Recuperado el 18 de octubre de 2009 de [http://www.unwto.org/media/news/en/press\\_det.php?id=4862&idioma=E](http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=4862&idioma=E). Autor.

PROEXPORT. (2006, 2007, 2008, 2009, 2010). *Boletín Estadístico Industria de los Viajes y del Turismo: 2006, 2007, 2008, 2009, 2010*. Recuperado el 5 de octubre de 2009. Accesible desde <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=7259&idcompany=1>. Autor.

REICHEL-DOLMATOFF, G. (1954). *Datos históricos culturales sobre las tribus de la antigua gobernación de Santa Marta*. Bogotá, Colombia: Banco de la República.

RITCHIE, J.R.B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199-212.

STOECKL, N.; GREINER, R. y MAYOCCHI, C. (2006). Community impacts of different types of visitors: an empirical investigation of tourism in North-west Queensland. *Tourism Management*, 27, 97-112.

VAN EGMOND, T. (2007). *Understanding Western Tourists in Developing Countries*. Wallingford, UK: CABI Publishing.