

**UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL**

**(UCI)**



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN ASESORIA DEL TURISMO SOSTENIBLE  
EN LA COSTA ATLÁNTICA DE COLOMBIA**

**ASTRID ROMERO ARIZA**

**PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE MASTER EN GESTIÓN DE  
TURISMO SOSTENIBLE**

**San José, Costa Rica**

**Marzo, 2014**

**UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL**

**(UCI)**

**Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como**

**Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo  
Sostenible**

---

**Dra. Laura Arguedas Ruiz**

**PROFESORA TUTOR**

---

**Dra. Karen Vásquez Cascante**

**LECTOR No.1**

---

**Astrid Romero Ariza**

**SUSTENTANTE**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta Tesina, principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí.

Astrid Romero Ariza

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

A mi madre, que con su demostración de una madre ejemplar me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

Con mucho aprecio y profundo respeto, agradezco a la Dra. Floridalba Olmos que me apoyo en mis aspiraciones de buscar y realizar esta Maestría y sigue siendo hoy un referente a seguir de superación y entrega en mis proyectos profesionales.

Gracias a mi tutora la Dra. Laura Arguedas por su tiempo y comprensión y a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

Astrid Romero Ariza

## INDICE

HOJA DE APROBACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE DE FIGURAS	vii
INDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
INDICE DE ABREVIATURAS	x
RESUMEN EJECUTIVO	
1. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Problemática.....	12
1.3 Justificación del problema.....	13
1.4 Supuestos.....	13
1.5 Restricciones.....	14
1.6 Objetivo general.....	14
1.7 Objetivos específicos.....	14
2. MARCO REFERENCIAL.....	15
2.1 Aspectos Generales .....	15
2.2 Dimensiones en el Viaje.....	19
2.3 Indicadores Sobre Turismo.....	20
2.4 Ley 1558 De 2012.....	22
2.5 Oferta de Colombia en Turismo.....	24

2.6	Certificación De Calidad y Sostenibilidad Turística.....	27
2.6.1	Categorización de hoteles por estrellas.....	27
2.6.2	Categorización de restaurantes por tenedores.....	28
2.6.3	Agencias de viajes.....	28
2.6.4	Alojamientos rurales.....	30
3.	METODOLOGIA.....	32
3.1	Técnicas de Investigación.....	32
3.2	Métodos Y Fuentes De Investigación.....	32
4.	DESARROLLO.....	34
4.1	Presentación y Análisis de Resultados.....	34
4.2	Asesorías Sobre Turismo Sostenible.....	47
	CONCLUSIONES.....	51
	RECOMENDACIONES.....	53
	BIBLIOGRAFIA.....	54
	ANEXOS.....	56
	Anexo. 1 Acta (chárter) aprobada .....	57
	Anexo. 2 Formato de la Encuesta.....	65
	Anexo. 3 Evidencias Fotográficas de Agencias de Viajes en la Costa Atlántica- Colombia.....	68
	Anexo 4. Fotos Sitios Turísticos Costa Atlántica – Colombia.....	69

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Norma Técnica sectorial NTS TS 003- Agencias de viajes	29
Figura 2.	Requisitos de sostenibilidad de Agencias de viaje....	30
Figura 3.	Conocimiento del turismo sostenible.....	34
Figura 4.	Importancia de la asesoría sobre gestión turística... ..	35
Figura 5.	Conocimiento sobre ecoturismo.....	36
Figura 6.	Conocimiento sobre legislación y normatividad sobre turismo.....	38
Figura 7.	Estado actual de la gestión del turismo sostenible.....	39
Figura 8.	Las agencias de viajes y las sugerencias de sus clientes...	40
Figura 9.	Protección del medio ambiente por empresas turísticas....	41
Figura 10:	Estrategia de gestión de las agencias de viajes.....	43
Figura 11.	Forma de conocer sobre calidad de turismo sostenible	44
Figura 12.	Sobre recuerdo de publicidad y protección ambiental .....	46
Figura 13.	Líneas de asesoría sobre turismo sostenible.....	47

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Declaraciones internacionales sobre turismo sostenible....	17
Tabla 2.	Guía de Instrumentos de turismo sostenible para las alcaldías o administraciones de la costa Caribe de Colombia...	21
Tabla 3.	Llegadas de turistas extranjeros a Colombia .....	24
Tabla 4.	Conocimiento del turismo sostenible por empresarios sector.....	34
Tabla 5.	Importancia de las asesorías sobre gestión turística.....	.35
Tabla 6.	Conocimiento sobre ecoturismo.....	36
Tabla 7.	Conocimiento de legislación y normatividad sobre turismo	37
Tabla 8.	Estado actual de la gestión del turismo sostenible.....	38
Tabla 9.	Las agencias de viajes y las sugerencias de sus clientes...	40
Tabla 10.	Protección del medio ambiente por las empresas turísticas.....	41
Tabla 11.	Estrategia de gestión de las agencias de viajes.....	42
Tabla 12.	Forma de conocer sobre calidad de turismo sostenible.....	44
Tabla 13.	Sobre recuerdo de publicidad de ecoturismo y protección ambiental.....	45



## RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

Este Proyecto Final de Grado-PFG tiene como propósito proponer líneas de trabajo de asesorías en turismo sostenible para las agencias de viajes, buscando el beneficio grupal a bajo costo y favorecer la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la costa atlántica colombiana.

El turismo sostenible “Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida” (WTO 2003). Vemos así que el desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro, alrededor de la conservación de los recursos naturales.

Este servicio de asesoría surgió para hacer frente a la problemática del turismo sostenible en la costa Caribe de Colombia, el cual va de la mano del consumo del suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, etc.

En el punto 2: *Marco Referencial o Teórico*, se tratan elementos básicos sobre turismo y turismo sostenible. En el punto 3: *Metodología*, se estudia y analiza la encuesta aplicada a gerentes y directivos de agencias de viajes y en punto 4: *Desarrollo*, se trazan las líneas de asesorías en turismo sostenible para las agencias de viajes: a) atención al usuario o turista, b) evaluación sobre ecoturismo; c) Información sobre normatividad; d) Biodiversidad y medio ambiente en la costa atlántica.

## ÍNDICE DE ABREVIATURAS

OMT	:	Organización Mundial de Turismo
WTTC	:	World Travel and Tourism Council
PROEXPORT	:	Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones
INCONTEC	:	Agencia nacional de la Organización Internacional de Normalización ISO
ANATO	:	Asociación Nacional de Agencias de Viajes y Turismo

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Antecedentes

Esta investigación sobre asesoría del turismo sostenible es de interés para la costa atlántica de Colombia en general y para entidades relacionadas con la proyección y el crecimiento turístico como son el Instituto de fomento que funciona en Cartagena, Santa Marta, Barranquilla y otras capitales costeras, al igual que las cámaras de comercio de estas ciudades etc. También dar a conocer las características, gustos sea de comida como de creencias y fiestas populares; de nuevas alternativas para los turistas nacionales y extranjeros que vienen a estas ciudades y que a su vez recorren las bellas playas del norte de Colombia en cada una de las temporadas vacacionales.

Se han hecho estudios que han determinado las características de la oferta actual, investigando las expectativas del mercado turístico, sus potencialidades, lo que ha proporcionado a la ciudad y a la región ser un destino turístico, mostrando ventajas que son propias y orientando muchas de las políticas existentes hacia una oferta turística competitiva, ayudando a cumplir los objetivos básicos del mercadeo turístico para esta región.

Se realizó una publicación con información obtenida a través de diferentes medios como fomento al turismo, donde muestra la tendencia nacional de aumentar los ingresos provenientes del sector turístico, que está presentando el 0.7 del PIB. (Ministerio de Turismo, Fomento al turismo 2004).

También se dispone del estudio “turismo y desarrollo en el caribe colombiano” (Banrepública, 2006) en donde se expresa de una buena coyuntura del sector que se ha consolidado como una apuesta productiva a la que se le dedican importantes esfuerzos en los departamentos de la región.

Se tiene a disposición la “Política Nacional Ambiental para el Desarrollo Sostenible de los Espacios Oceánicos y las Zonas Costeras e Insulares de Colombia”. Del Ministerio del Medio ambiente. Bogotá, D.C. 2000.

Y el estudio “Calidad: Proceso decisivo para la competitividad del turismo colombiano del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, de 2011. Tenemos la reciente Ley 1556 de 2012 sobre el turismo que reforma la ley 300 general de turismo de 1996.

Se han realizado entrevistas personalizadas a gerentes y propietarios de Agencias de Viajes en Cartagena, Barranquilla y Santa Marta lo cual a retroalimentado la información existente; esto ha colaborado para el desarrollo de estudios que han servido como punto de referencia para el mejoramiento de la prestación de servicios turísticos.

## **1.2. Problemática**

La situación problemática del turismo sostenible en nuestro país va de la mano del consumo del suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, inducción de flujos de población hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc.

El continuo aumento de turistas contribuyen notablemente, por su relación con el transporte aéreo y por carretera, a la lluvia ácida, a la formación del ozono troposférico y al cambio climático global. Desde un punto de vista Local, en Colombia, el turismo afecta a todo tipo de ecosistemas. Almenar, Bono y García (1998) expresan que desde el litoral hasta las montañas invadidas por estaciones de esquí (en países del Norte y del Sur como Argentina, Chile), pasando por los conocidos campos de golf, que tantas repercusiones tienen debido al enorme consumo de agua.

Vemos así que no es sostenible, el turismo tal como se está desarrollando en la actualidad. Es consecuencia, como en el caso de otros muchos problemas, de una búsqueda de beneficios inmediatos, que impulsa a la masificación y a la destrucción de recursos. Como ha reconocido Francesco Frangiali, secretario general de la

Organización Mundial del Turismo, “es cada vez más evidente que el turismo está siendo víctima, pero también contribuye al cambio climático y a la reducción de la biodiversidad” (Hickman, 2007).

El problema de investigación se podría formular así: ¿Cuáles son las líneas de trabajo de asesoría en turismo sostenible que la empresa ARA CARIBE, ofrece a operadores turísticos, en relación con las agencias de viajes de la costa Caribe de Colombia?

### **1.3. Justificación del Problema**

La Justificación y los motivos para realizar este trabajo de grado podrían ser los siguientes:

1. Brindar una asesoría efectiva a operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, dedicadas al turismo en la costa atlántica de Colombia alrededor de la atención al cliente o turista y la conservación del medio ambiente.
2. También se deben mostrar y explicar los avances que se han dado sobre el turismo sostenible en el mundo y los beneficios que pueden traer para el desarrollo turístico en Colombia.
3. A través de estas asesorías recomendar acciones y actividades para mejorar las estrategias que actualmente utilizan las agencias de viajes y operadores turísticos en el sector turístico de la costa atlántica.

### **1.4. Supuestos**

H1. Si se crea una estrategia de asesoría en turismo sostenible para las agencias de viajes, se puede esperar que en un plazo de 2 años pueda ayudarse al 60% por ciento de estas agencias a tener una consciencia positiva hacia la atención del turista y a la conservación de los sitios de interés turístico.

H2. Mediante un plan concreto de desarrollo sobre turismo sostenible, se podría afectar o influir los seminarios, conferencias y encuentros regulares de ANATO y en un plazo de 2 años crearse una línea de estudio e investigación para el desarrollo turístico de la costa atlántica.

### **1.5. Restricciones**

Esta empresa de asesoría sobre turismo sostenible para operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, tendrá su radio de acción solo para la costa atlántica donde se puede desarrollar con mayor eficiencia el turismo sostenible.

### **1.6. Objetivo General del proyecto**

Proponer líneas de trabajo de asesorías para las agencias de viajes, buscando el beneficio grupal a bajo costo, favoreciendo la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la costa atlántica colombiana.

### **1.7. Objetivos específicos**

- Mostrar algunos planes y propuestas que existe sobre el turismo sostenible en la costa Caribe colombiana.
- Realizar una estadística en relación con las agencias de viajes y sus proyectos para el 2013 de la costa Caribe de Colombia
- Aplicar una encuesta dirigida a propietarios y gerentes de estas agencias de viajes con asiento en la costa Caribe, para recoger información de primera mano sobre los aciertos y dificultades que tienen estas empresas de turismo.
- Diseñar una propuesta o plan de asesorías para incentivar el turismo sostenible en las agencias de viajes del Caribe colombiano.

## **2. MARCO REFERENCIAL Y TEÓRICO**

### **2.1 Aspectos Generales**

Desde las últimas décadas del siglo XX el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en el 2014, el turismo es una actividad que suele ser vista como una oportunidad de crecimiento; vemos así, aspectos tales como el abastecimiento de agua potable, la disposición final de los residuos, la relación de compatibilidad de los usos del suelo, el agotamiento de los recursos naturales, la distribución espaciotemporal de los turistas, las capacidades de carga (Ochoa, 2004), etc., deben ser considerados cuidadosamente para garantizar su sustentabilidad.

El beneficio económico está en estrecha relación con la preservación del medio natural y del patrimonio cultural local, que constituyen auténticos recursos para el visitante o turista y los destinos, por motivar el interés de los propios turistas.

El turismo sostenible (Bosch, 1998; OMT, 1999; Zeballos, 2003) implica la satisfacción de las necesidades económicas, sociales y estéticas de los turistas y de las regiones receptoras sin poner en riesgo la actividad futura en el destino, es decir, conservando los sistemas que sostienen la vida, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y la integridad cultural. La OMT, en su Agenda 21 (OMT, WTTC y EC, 1995), remarca la obligación de conservar no sólo los recursos naturales (Gutiérrez et al., 1993), sino el patrimonio como un todo (Magaz, 1996), con sus componentes natural, histórico (Vera y Dávila, 1995).

El logro de un turismo sostenible es un proceso continuado y requiere un seguimiento constante (Pérez, 1999), para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. Asimismo, la actividad debe reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y a la vez la concientización acerca de la necesidad de la sustentabilidad y de un turismo responsable.

Es importante tener en cuenta que el turismo sostenible o sustentable, apoyado en el paradigma de la calidad, se asocia de manera armónica a la concepción del desarrollo local (OMT, 1999; Vázquez, 1999). En efecto, distintos expertos han coincidido en que el desarrollo sostenible se alcanza a partir de una economía diversificada y en cierto modo autosuficiente, buscando un equilibrio entre las actividades económicas y una mejor distribución de sus beneficios (Dachary, 2004).

Colombia siempre mostró ser un país con un gran capital turístico y sus playas, sobretodo en la Costa Atlántica han sido referentes en las guías de los viajeros canadienses, estadounidenses y de la Unión Europea. Vemos como se ha incrementado la llegada de cruceros tanto a Cartagena como a Santa Marta entre 2012-2013. Surge así el interrogante sobre la calidad del turismo que se ofrece en hoteles, restaurante, sitios turísticos, operadores, transporte turístico nuestro país para los turistas sean nacionales como extranjeros.

Según los cálculos moderados del Viceministro de Turismo y Proexport, el número de viajeros a Colombia para el año 2013 estaría cerca de tres millones de personas, pues aparte del turismo de sol y playa, Colombia está ganando terreno en ecoturismo (le sobran lugares y sitios ecológicos), turismo de aventura, botánico, patrimonial y de negocios.



**Tabla 1. Declaraciones internacionales sobre turismo sostenible**

<b>AÑO</b>	<b>DECLARACIÓN</b>
<b>1980</b>	Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (WTO)
<b>1982</b>	Documentos de Acapulco sobre los Derechos a las Vacaciones (WTO)
<b>1985</b>	Documentos de Acapulco sobre los Derechos a las Vacaciones (WTO)
<b>1989</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos de Acapulco sobre los Derechos a las Vacaciones (WTO)</li> <li>- Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (WTO, UNEP, UNESCO, UE)</li> <li>- Guías para un Turismo Ambientalmente Responsable (UNEP)</li> </ul>
<b>1995</b>	Declaración del Cairo sobre la Prevención del Turismo Sexual Organizado (WTO)
<b>1996</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo (WTO, WTTC, EC)</li> <li>Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible (Convenio sobre la Diversidad Biológica)</li> <li>- Declaración de Manila sobre el Impacto Social del Turismo (WTO)</li> </ul>

<b>1997</b>	Declaración de Calvià de la Conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo
<b>1998</b>	- Declaración de las ONG del Mediterráneo sobre Turismo Sostenible y Participación de la Sociedad Civil (Med Forum) - Decisión de la Comisión de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible "Turismo y Desarrollo Sostenible" (UN)
<b>1999</b>	Código Ético Mundial para el Turismo (WTO)
<b>2000</b>	- Principios para la Implantación del Turismo Sostenible (UNEP) Carta de Rimini 2001 de la Conferencia Internacional sobre Turismo Sostenible - Directrices internacionales sobre Turismo Sostenible (Convenio sobre la Diversidad Biológica)
<b>2002</b>	Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo (WTO, UNEP) Plan de Aplicación de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (UN)
<b>2003</b>	Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático (WTO)
<b>2009</b>	Declaración de Belén (Brasil) – Foro Global sobre Turismo Sostenible
<b>2012</b>	declaración de 2012 como año del turismo sostenible. Nueva York

Fuente: propia

## 2.2 Dimensiones en el Viaje del Turista

Cuando realizamos viajes sea en nuestro país o fuera de él es importante pensar en tres dimensiones: regiones, etapas y contextos.

Leiper (1995) señala que el turismo puede entenderse por el movimiento de las personas a través de tres regiones geográficas (primera dimensión):

1. las regiones generadoras (lugares de dónde el turista viene),
2. regiones de tránsito (donde las personas pasan para llegar a su destino) y
3. regiones de destino (hacia donde el turista se dirige). Cuando se habla de etapas (segunda dimensión) se refiere a aquellas que vivimos antes, durante y después de nuestros viajes.

Butler (1980) habla de cinco etapas: la anticipación, viaje al sitio, la experiencia en el sitio, viaje a casa, y recuerdo. Finalmente la tercera dimensión son los contextos mencionados en la definición de turismo responsable: social, cultural, natural, económico y político.

Podemos relacionar las cinco etapas con las tres regiones de la siguiente forma: el viajero se anticipa en la región generadora, viaja a, y viaja de regreso a través de las regiones de tránsito, vive experiencias en la región de destino y recuerda en la región generadora. Podemos también relacionar los contextos sociales, culturales, naturales, económicos, y políticos con las tres regiones geográficas mencionadas por Leiper (1995).

En cada región existen los cuatro contextos. Complementariamente debemos tener en mente los impactos negativos que provocamos en los contextos de las regiones por las cuales viajamos, y por el otro lado buscar incrementar los beneficios hacia estos contextos. Todo esto es importante tenerlo en mente en las diferentes etapas de nuestro viaje.

### 2.3 Indicadores Sobre Turismo y Sus Características

Se denomina indicadores a ciertas expresiones que relacionan variables o atributos estadísticos con el objeto de proveer información oportuna, adecuada, confiable y comparable para el análisis y el monitoreo de una determinada problemática. Asociados a la planificación, los indicadores han sido definidos como signos respecto al estado de situación, a los factores de riesgo, a las fortalezas y debilidades, a los efectos e impactos de la gestión, a la necesidad de intervención, etc.

La OMT (2005) sugiere cinco criterios para la selección de indicadores; no obstante, también se consideran que los buenos indicadores deben cumplir con las siguientes características:

**Claridad:** deben ser comprensibles para los eventuales usuarios.

**Rigurosidad:** no deben dar lugar a distintas interpretaciones o subjetividades.

**Pertinencia:** deben responder a una cuestión específica de manera contundente.

**Factibilidad:** la información debe poder obtenerse sin mayores dificultades.

**Credibilidad:** las fuentes deben ser fiables y los datos confiables y objetivos.

**Comparabilidad:** deben poder cotejarse en el tiempo y para distintas jurisdicciones.

**Representatividad:** deben ser bien representativos de su temática específica.

**Sensibilidad:** tienen que mostrar una importante variabilidad o dispersión.

**Valor predictivo:** deben servir como alerta temprana para la toma de decisiones.

**Integrabilidad:** deben poder combinarse con otras herramientas de la planificación y la gestión: modelos matemáticos, cartografía, SIG, etc.

**Aplicabilidad:** deben ser fácilmente aplicables a procesos de planificación y gestión.

Podíamos preguntarnos para que son estos indicadores y estándares en las zonas turísticas de Colombia ?

- a) Para Construir una Estrategia de Desarrollo Turístico-Sostenible
- b) Para Establecer estándares o indicadores de calidad en todos los aspectos de la experiencia recreativa.
- c) Aplicar gestión de calidad y un proceso de monitoreo y control permanente.

**Tabla 2. Guía de Instrumentos de turismo sostenible para las alcaldías o administraciones de la costa Caribe de Colombia**

<b>Tipología</b>	<b>Instrumentos</b>
Regulación directa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permisos y licencias</li> <li>• Normas con obligaciones, límites</li> <li>• Cuotas o moratorias</li> </ul>
Inversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suministros de infraestructuras</li> <li>• Medidas de protección y/o conservación</li> </ul>
Incentivos Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios y tasas</li> <li>• Desgravaciones fiscales</li> <li>• Subvenciones</li> <li>• Ayudas de financiación</li> </ul>
Apoyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización y difusión de información</li> <li>• Educación y formación</li> <li>• Asistencia técnica</li> </ul>

Fuente: adaptado de Bramwell (1998)

Como un gran avance para la calidad turística en nuestro país tenemos la reciente ley 1558 dedicada exclusivamente al turismo en general, ya que nuestro país con cerca de los tres millones extranjero que se espera para el 2013, se ha convertido en una Potencia turística en América, claro un poco lejos de los turistas que llegan a México y Estados Unidos.

## **2.4 Ley 1558 de 2012**

Tenemos a nuestra disposición la Ley 1558 del 10 de julio de 2012, por la cual se modifica la Ley General de Turismo (Ley 300 de 1996) y la Ley 1101 de 2006, se actualizan y armonizan conceptos y disposiciones para la promoción, la competitividad y regulación de la industria turística en el país, que a su vez conserven protejan y aprovechen los recursos y atractivos turísticos; además, dispone la conformación del Consejo Superior de Turismo, la promoción del turismo de interés social, regula el trabajo de los guías turísticos en el país.

### **Conformación general de la Ley 1558 de 2012**

Esta Ley cuenta con total de 39 artículos que toca los ámbitos más importantes del turismo en Colombia:

#### Título I - Disposiciones generales

Cap I – Objeto, importancia y principios de la actividad turística

Cap II – Definiciones

#### Título II – Organización del sector turístico

Cap I - El consejo superior del turismo

Cap II - El consejo consultivo de la industria turística

Cap III - Del consejo superior de la microempresa de la pequeña y mediana Empresa

Cap IV – Del consejo nacional de seguridad turística.

Cap V - Comités locales

Título III - Del turismo social

Título IV - De la contribución al turismo

Cap I - Aportantes

Cap II - Impuesto con destino al turismo

Cap III – Incentivos

Título V - Del fondo nacional de turismo

Cap I - Del comité directivo

Cap II - De los recursos

Cap III - Del banco de proyectos

Título VI - Disposiciones varias

Adicionalmente, esta Ley plantea como competencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la coordinación de actividades turísticas, las regulaciones, los límites de uso por turistas, la fijación de cobro de tarifas de ingreso en las Áreas Protegidas, con sujeción a los Planes de Manejo Ambiental de las mismas. Y establece como obligatoriedad para los prestadores de servicios correspondientes contar con la certificación de calidad en Turismo de Aventura y Sostenibilidad Turística.

**Tabla 3. Llegadas de turistas extranjeros a Colombia**

<b>AÑO</b>	<b>CANTIDAD</b>
2004	790.940
2005	933.244
2006	1.053.344
2007	1.195.440
2008	1.222.966
2009	1.353.760
2010	1.474.884
2011	1.582.110
2012	1.995.660
2013	3.250.000(aproximado)

**Fuente:** Ministerio de Industria y Turismo,2013

## 2.5 Oferta De Colombia En Turismo - 2013

Productos (Proexport Colombia, 2013 )

- **Sol y Playa:** Dirigido a personas que viajan en plan vacacional a destinos turísticos que ofrecen playas en los cuales se encuentran en muchos casos planes “all inclusive” o de descanso. Entre estos están los siguientes destinos: La Guajira,



Santa Marta y Parque Tayrona, Cartagena de Indias, Tolú y Coveñas, san Andrés y Providencia.

- **Turismo Rural o Agroturismo:** Actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Adicionalmente esta relacionado con la búsqueda de una experiencia relacionada con el campo incluyendo la estadía en las posadas rurales o haciendas. En Colombia desde la colonia el desarrollo de hermosas y productivas fincas y haciendas han permitido que este turismo se incremente y explote. Estas actividades se destacan en zonas como Antioquia y Eje Cafetero (Haciendas Cafeteras), Valle del Cauca (Fincas de Caña de Azúcar), Santander (Fincas tabacaleras), El Meta (Fincas Ganaderas) y el Altiplano Cundiboyacence (Hatos Lecheros).

- **Deporte y Aventura:** Reúne regiones que ofrecen deportes y recreación como buceo, montañismo, pesca, deportes de motor, deportes al aire, deportes de vela, canotaje entre otros.

- **Ecoturismo:** Destinos que ofrecen entornos naturales en los cuales se puede disfrutar de parques naturales, reservas biológicas, reservas forestales, refugios de vida silvestre. Las zonas se destacan por preservar el medio.

Entre estas encontramos el Parque Tayrona en el Magdalena, reserva natural que cuenta con una infinita diversidad e flora y fauna, ofrece playas paradisíacas con arrecifes de coral.

El Parque Corales del Rosario y de San Bernardo verdadero paraíso submarino cerca de Cartagena. Parque Old Providence McBean Lagoon en San Andrés, paraíso de Manglares y coral declarado reserva de la biosfera. El Parque Utría en la región del Chocó, es una región húmeda y selvática. El Parque Gorgona en la región del Pacífico que cuenta con una variada fauna silvestre y con la visita de ballenas jorobadas. Parque Amacayacu en el Amazonas localizado en pleno corazón de la selva amazónica cuenta con flora y fauna únicas en el mundo incluyendo al delfín

rosado. El Parque de los Nevados en donde se encuentran cumbres volcánicas, paisajes con nieve, lagunas, frailejones y fuentes termales.

- **Historia y Cultura:** Zonas que cuentan con lugares que han sido declarados Patrimonio Histórico de la Humanidad. Incluyen parques naturales, nichos de las culturas indígenas en donde se encuentran sus legados culturales. Lugares que reviven la historia como los son ciudades y barrios de Colombia que guardan toda la arquitectura de la época de la colonia española, museos entre otros. Entre ellas está el museo del oro, Cartagena de Indias, Villa de Leyva, El Parque Tayrona, Santa fe de Antioquia, San Agustín Tierra Adentro entre otras.
- **Ferias y Fiestas:** Personas que viajan a diferentes destinos para asistir a sus ferias y fiestas en el transcurso del año. Entre las más destacadas se encuentran La Semana Santa en Popayán, Feria de Manizales, Carnaval de Barranquilla, Reinado Nacional del Bambuco, el Festival Iberoamericano de teatro en Bogotá, La Feria de las Flores en Medellín.
- **Corporativo:** Es el turismo generado por personas que practican negocios a través de congresos y eventos, es decir los destinos para las reuniones de ejecutivos e incentivos de las empresas.
- **Religioso:** Personas atraídas por su devoción religiosa. También puede ser por curiosos que desean conocer templos, monumentos o lugares que simbolizan un credo, un personaje religioso, un milagro, entre otros.
- **Salud:** Personas que viajan por fuera de su país a realizarse operaciones de salud o estéticas u otras razones médicas. En la mayoría de los casos la decisión de viajar esta atada a los bajos costos y la calidad de estas operaciones en Colombia. Las operaciones más comunes son las relacionadas con cirugías estéticas.

El turismo de salud es una opción desarrollada en varios países desde hace algunos años se combina la atención del paciente con una amplia gama de servicios en medicina algunas veces no tradicionales.

En Colombia y de acuerdo cifras dadas a conocer por Proexport alrededor de 30 mil personas llegaron anualmente al país en los años 2011-2012 procedentes de todo el mundo para ser atendidos por especialistas en diversas áreas: Urología, Odontología, Cardiología, Cirujanos y otras especialidades del ramo. Un ejemplo de ello es la atención que proporciona Clínica Barraquer en Bogotá, atendiendo mensualmente un promedio de 300 a 400 pacientes extranjeros.

## **2.6 Certificación de Calidad y Sostenibilidad Turística**

Con el apoyo de la Dirección de Turismo (DITUR) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia , se ha desarrollado la Certificación en calidad y sostenibilidad turística, con el ánimo de mejorar la gestión de calidad y hacer sostenibles la prestación de los servicios turísticos en las empresas y destinos (Icontec,2012).

INCONTEC, organismo de certificación colombiano con más de cuarenta años de fundado y treinta años de experiencia en procesos de certificación, ofrece sus servicios de certificación de calidad turística, respaldado por la **acreditación del** Instituto Nacional de Normalización Chileno (INN) en las áreas de Alojamientos turístico, Turismo de aventura, y Guías de turismo. Veamos las diferentes certificaciones alrededor de la calidad turística.

### **2.6.1 Categorización de hoteles por estrellas**

Esta certificación permite demostrar a los clientes, las características de calidad en los servicios y la infraestructura que deben cumplir los hoteles bajo la norma sectorial colombiana NTSH 006 “Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos”, así como garantizar una adecuada relación entre el valor pagado y la calidad recibida.

La NTSH 006 define factores de servicio y de infraestructura, basados en criterios internacionales de procedimientos de operación y administración orientados a promover la mejora continua y la competitividad de los servicios de los hoteles.

### **2.6.2 Categorización de restaurantes por tenedores**

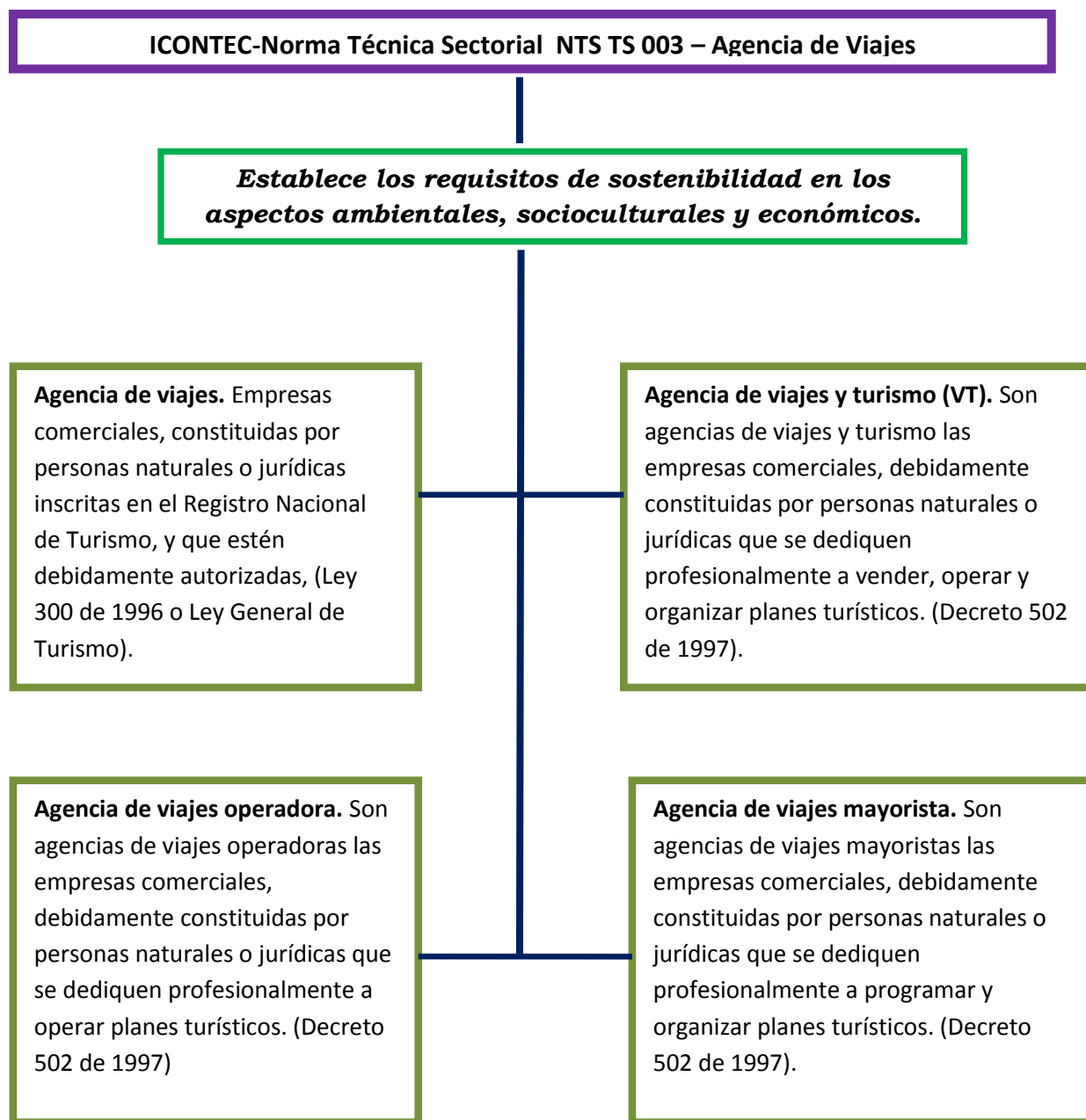
Esta certificación permite demostrar a los clientes de un restaurante, las características de calidad en cuanto a infraestructura, servicios, competencias del personal y buenas prácticas de higiene que debe cumplir este tipo de establecimientos, de acuerdo con la norma sectorial colombiana NTS-USNA 008 Categorización de restaurantes por tenedores. De esta manera se busca garantizar una adecuada relación entre el valor pagado y la calidad recibida.

En efecto, la norma define los parámetros de servicio, infraestructura y buenas prácticas de manufactura, basados en criterios internacionales de procedimientos de operación y administración. Estos criterios están orientados a promover la mejora continua y la competitividad de los servicios y productos que ofrecen los restaurantes.

### **2.6.3 Agencias de viajes**

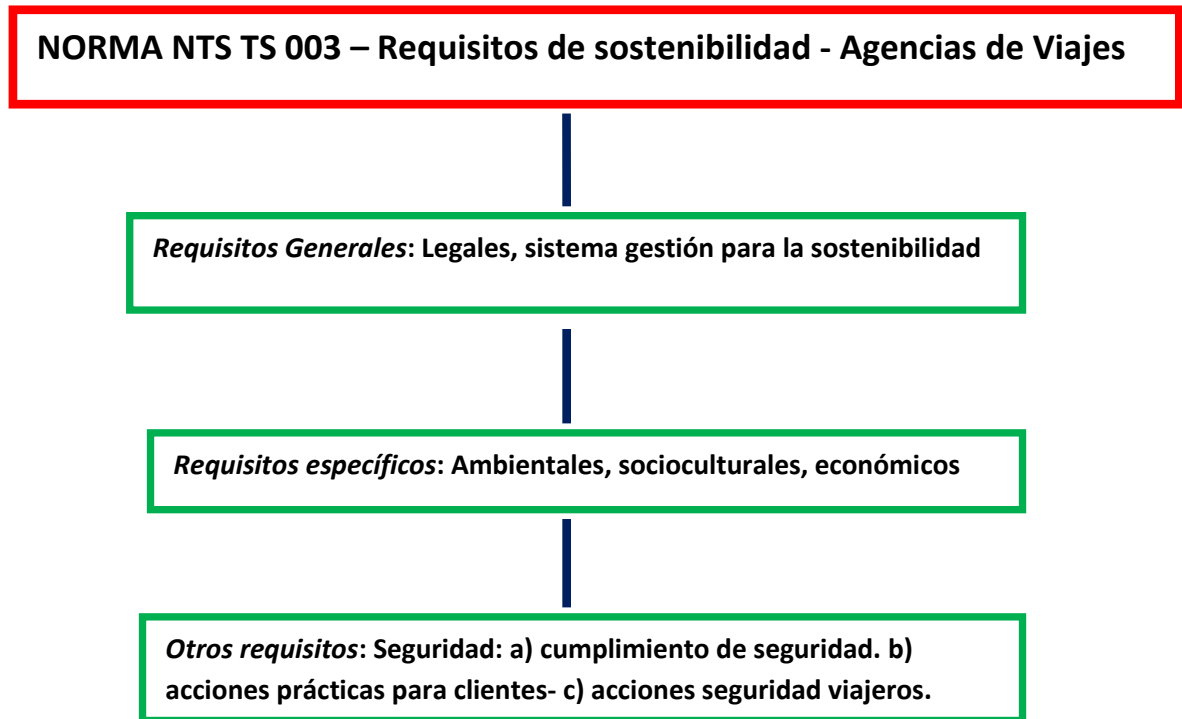
En este subsector del turismo se garantiza a los clientes de las agencias de viajes tener confianza, seguridad, oportunidad y agilidad en la asesoría para la planificación y compra de su viaje, lo anterior lo logran gracias a que las normas establecen estrictos requisitos en la cadena de valor de sus servicios lo cual incluye; las reservas, las ventas del servicio y el servicio postventa, además de un control permanente a sus proveedores (alojamientos, transportes).

A través de la certificación se podrá garantizar a los clientes que los paquetes, productos o servicios turísticos, son diseñados y se suministran cumpliendo los requisitos definidos para cada servicio y cumplen requisitos de infraestructura para garantizar una adecuada atención al cliente.



**Figura 1. Norma Técnica sectorial NTS TS 003- Agencias de viajes**

Fuente: propia (adaptado del decreto 502 de 1997)



**Figura 2. Requisitos de sostenibilidad de Agencias de viajes**

Fuente : propia (adaptado del decreto 502 de 1997)

#### **2.6.4 Alojamiento rurales**

Esta certificación permite demostrar a los clientes las características de calidad y los requisitos de planta y servicios para los establecimientos de alojamiento rural, mediante la norma sectorial colombiana NTSH 008 “Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios”, así como garantizar una adecuada relación entre el valor pagado y la calidad recibida.

En efecto, la norma define los parámetros de planta y servicios. Estos criterios están orientados a promover la mejora continua y la competitividad de los servicios y productos que ofrecen los alojamientos rurales.

La situación problemática del turismo sostenible en nuestro país va de la mano del consumo del suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, inducción de flujos de población

hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc.

El continuo aumento de turistas contribuyen notablemente, por su relación con el transporte aéreo y por carretera, a la lluvia ácida, a la formación del ozono troposférico y al cambio climático global.

Desde un punto de vista Local, en Colombia, el turismo afecta a todo tipo de ecosistemas. Almenar, Bono y García (1998) expresan que desde el litoral hasta las montañas invadidas por estaciones de esquí (en países del Norte y del Sur como Argentina, Chile), pasando por los conocidos campos de golf, que tantas repercusiones tienen debido al enorme consumo de agua.

Vemos así que no es sostenible, el turismo tal como se está desarrollando en la actualidad. Es consecuencia, como en el caso de otros muchos problemas, de una búsqueda de beneficios inmediatos, que impulsa a la masificación y a la destrucción de recursos. Como ha reconocido Francesco Frangiali, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, “es cada vez más evidente que el turismo está siendo víctima, pero también contribuye al cambio climático y a la reducción de la biodiversidad” (Hickman, 2007).

Se han realizado entrevistas personalizadas a gerentes y propietarios de Agencias de Viajes en Cartagena, Barranquilla y Santa Marta lo cual a retroalimentado la información existente; esto ha colaborado para el desarrollo de estudios que han servido como punto de referencia para el mejoramiento de la prestación de servicios turísticos.

### **3. METODOLOGÍA**

Se trabajará la metodología con base en el objetivo y problema de investigación y se seleccionará algunos y métodos y técnicas de investigación, los cuales permitirán llegar a conclusiones reales en relación a la hipótesis planteada sobre el impacto de las asesorías en turismo sostenible en la costa atlántica de Colombia.

#### **3.1 Técnicas de Investigación**

Encuesta.- Se elaboró un formato de encuesta conformado por 10 preguntas cerradas, todas estas estarán enfocadas a medir la percepción de los gerentes o directivos de agencias de viajes, sobre la situación actual del ecoturismo y turismo sostenible en la costa Caribe colombiana.

Universo.- 607 agencias de viajes agremiadas en la Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo-Anato. El 80% de estas agencias tienen representación en la costa atlántica colombiana.

Muestra.- 32 personas mayores de edad hombres y mujeres gerentes o propietarios de agencias de viajes en la costa atlántica.

#### **3.2 Método y Fuentes de Investigación.**

##### **3.2.1 El método deductivo**

Partiendo de lo general a lo particular, es decir de la teoría alrededor del desarrollo del turismo sostenible a la realidad turística de la costa atlántica en los departamentos de Bolívar, Atlántico y Magdalena, en donde se presenta el mayor flujo de visitantes del turismo.



### **3.2.2 El método inductivo**

Es decir que partiendo de los casos particulares sobre la problemática actual alrededor del turismo sostenible expuesto por gerentes y directivos de agencias de viajes, se puede generalizar y concluir en las causas y consecuencias que atraerá el mal uso por visitantes y pobladores alrededor de la conservación del medio ambiente y la biodiversidad en la costa atlántica de Colombia.

### **3.2.3 Fuentes primarias**

Las fuentes primarias se basan en información directa, conseguida con la encuesta a gerentes y directivos de agencias de viajes que funcionan en la costa Caribe de Colombia que tienen contacto directo con el fenómeno que se estudia.

### **3.2.4 Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias permiten conocer hechos o fenómenos a partir de información de datos recopilados por otros.

Para este PFG las fuentes secundarias están constituidas por las fuentes bibliográficas referidas al tema tales como tesis, libros, revistas, documentos, e información bajada de Internet.

## 4. DESARROLLO

### 4.1 Presentación y Análisis de Resultados

#### ENCUESTA

Tabla 4. Conocimiento del turismo sostenible por empresarios del sector

Poco	Medianamente	Bastante	TOTAL
1	12	19	32

Fuente: propia.

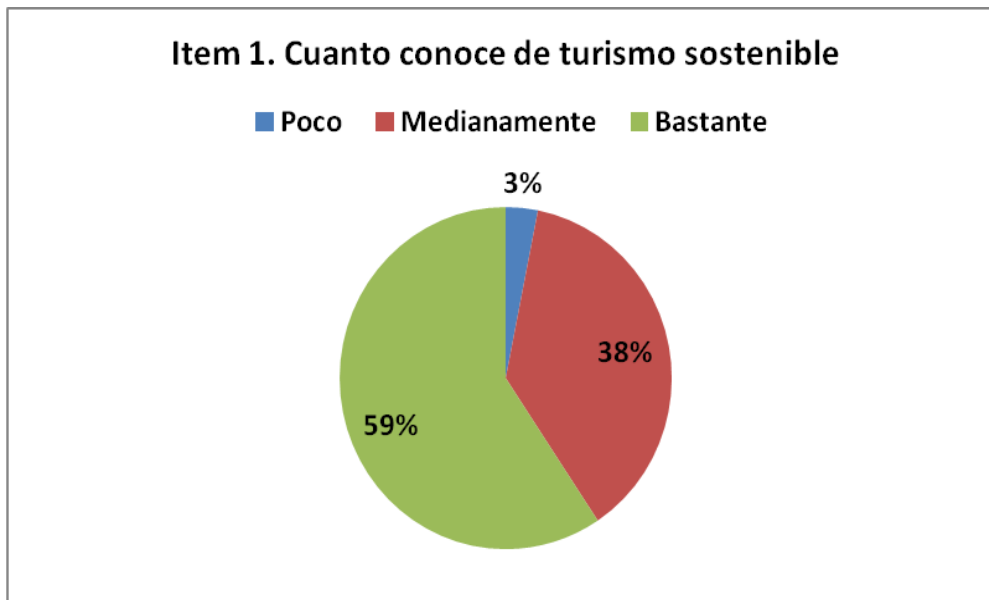


Figura 3. Conocimiento del turismo sostenible

Fuente: propia

### 4.1.1 Análisis

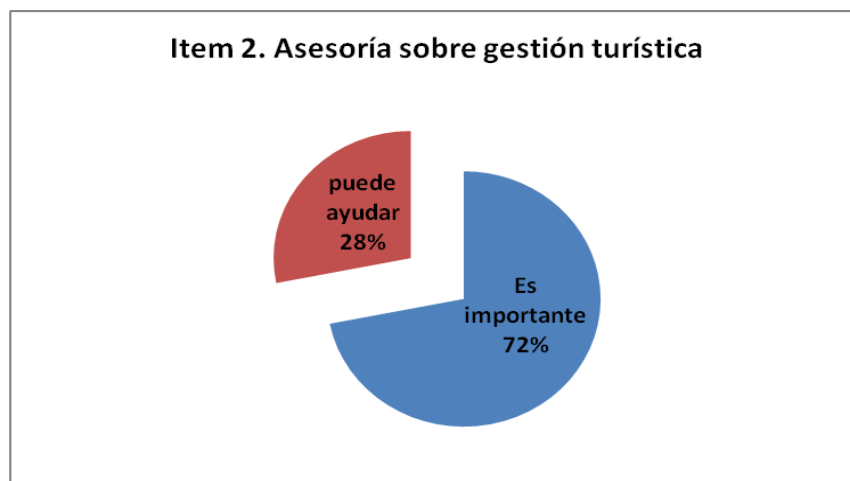
Pregunta: ¿Cuánto conoce usted del turismo sostenible?

En este ítem se muestra que el 59% expresaron que tienen bastante conocimiento de esta clase de turismo; tienen un conocimiento estructurado sobre turismo sostenible, por lo general adquirido a través de seminarios y encuentros de agencias de viajes organizados ANATO.

**Tabla 5. Importancia de las asesorías sobre gestión turística**

a. Si es importante	b. Puede ayudar	c. No es necesario	d. otro	Total
23	9	0	0	32

Fuente: propia



**Figura 4. Importancia de la asesoría sobre gestión turística**

Fuente: propia

### 4.1.2 Análisis

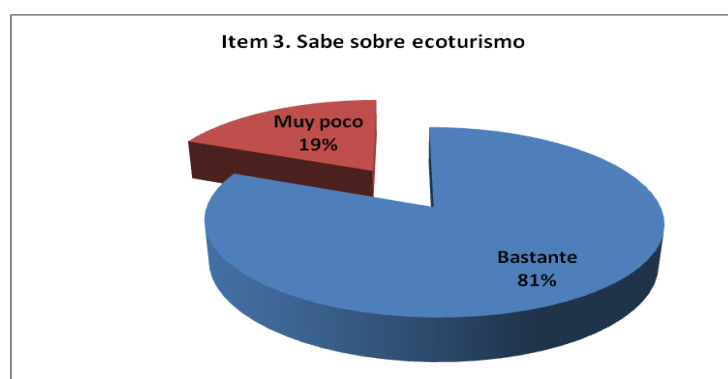
Pregunta 2- ¿ Es importante que las agencias de viajes u operadores turísticos, reciban asesoría sobre mejorar la gestión turística ?

Alrededor del 72% de los gerentes expresaron que es muy importante una asesoría en gestión turística. Esto porque ayudaría a entender y definir las nuevas políticas nacionales e internacionales sobre ecoturismo y protección del medio ambiente en lo concerniente a las agencias de viajes, en especial la Ley 1558 de 2012 que reforma las leyes sobre turismo 333 de 1996 y 1101 de 2006.

Estas asesorías se darían por personal especializado en calidad de atención al cliente o turística y en especial el cuidado para los ecosistemas que representan el conjunto del turismo en la costa atlántica colombiana.

**Tabla 6. Conocimiento sobre ecoturismo**

SI, bastante	Muy poco	NO	TOTAL
26	6	0	32



**Figura 5. Conocimiento sobre ecoturismo**

Fuente: propia

### 4.1.3 Análisis

Pregunta 3: ¿Sabe usted algo del ecoturismo?

Vemos que el 81% de los entrevistados expresaron que tienen bastante conocimiento sobre el ecoturismo, es decir amplio y concreto.

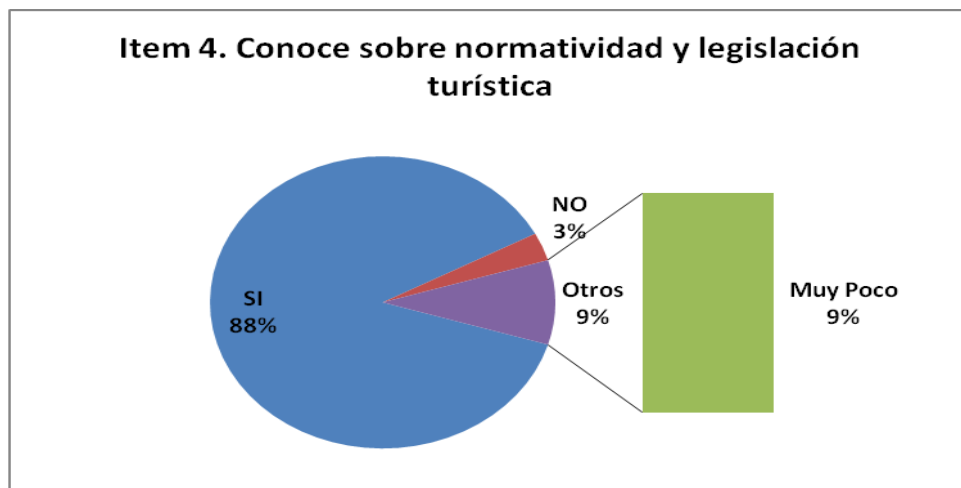
Se ha definido el ecoturismo la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

Los gerentes de agencias de viajes en la costa atlántica deben realizar estrategias efectivas tanto por cada turista como de publicidad en sus empresas para promover y fomentar el ecoturismo.

**Tabla 7. Conocimiento de legislación y normatividad sobre turismo**

<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Muy Poco</b>	<b>TOTAL</b>
28	1	3	<b>32</b>

Fuente: propia



**Figura 6. Conocimiento sobre legislación y normatividad sobre turismo**

Fuente : propia

#### 4.1.4 Análisis

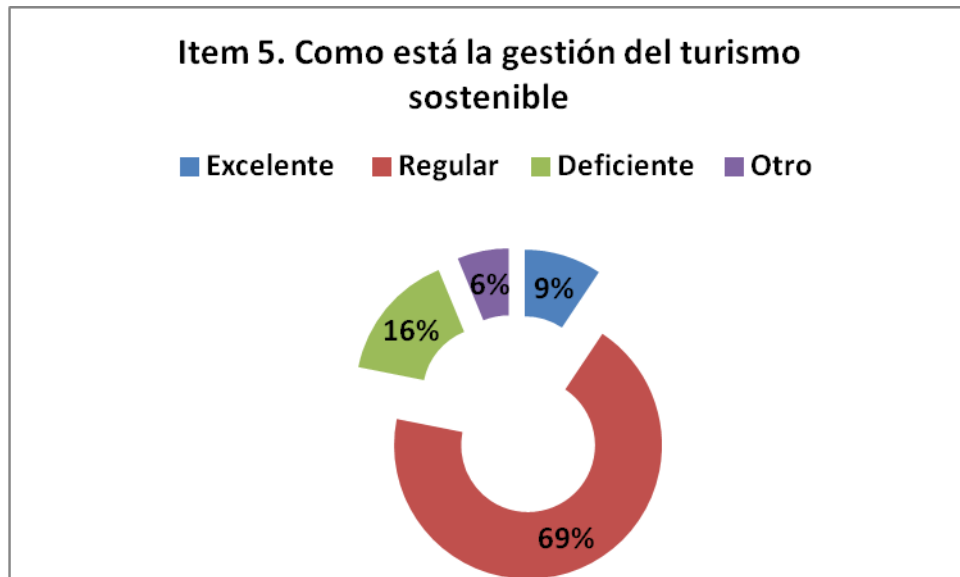
Pregunta 4. ¿Conoce usted la legislación y normatividad sobre el turismo en Colombia ?

El 88% expresaron que conocen la normatividad y legislación sobre el turismo en Colombia. Esto es importante porque es el gran marco donde se desenvuelven estas agencias de viajes. La legislación que se expide sobre esta parte de nuestra economía debe tenerse a la mano por las agencias de viajes.

**Tabla 8. Estado actual de la gestión del turismo sostenible**

Excelente	Regular	Deficiente	Otro	Total
3	22	5	2	32

Fuente: propia



**Figura 7. Estado actual de la gestión del turismo sostenible**

Fuente: propia

#### 4.1.5 Análisis

Pregunta 5: ¿Cómo está Hoy según usted, la gestión del turismo sostenible en la costa atlántica?

El 69% de entrevistados respondió que está regular y el 16% que es deficiente, lo cual representa un aspecto crítico a resolver por las empresas dedicadas a la gestión del turismo sostenible, que es un campo novedoso en 2013.

En los eventos, seminarios nacionales se debe insistir en este aspecto. Es decir la satisfacción del visitante o turista tiene que tener como plataforma básica las repercusiones medio ambientales de las zonas turísticas. En Colombia esto debe tenerse presente para los planes locales de la costa atlántica.

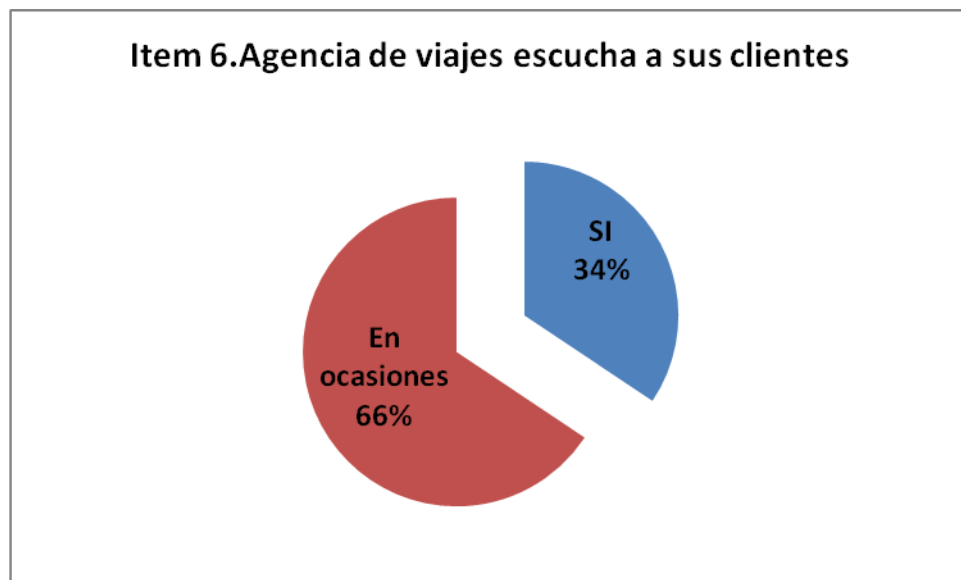
En alguna forma nuestro parque Tayrona cerca a Santa marta y el parque natural de los flamencos en la guajira, han tenido una política de conservación y cuidado y

con estrategias educativas efectivas para la población local de esas zonas y claro para los operadores turísticos o agencias de viajes.

**Tabla 9. Las agencias de viajes y las sugerencias de sus clientes**

SI	NO	En Ocasiones	Total
11		21	32

Fuente: propia



**Figura 8. Las agencias de viajes y las sugerencias de sus clientes**

Fuente: propia



#### 4.1.6 Análisis

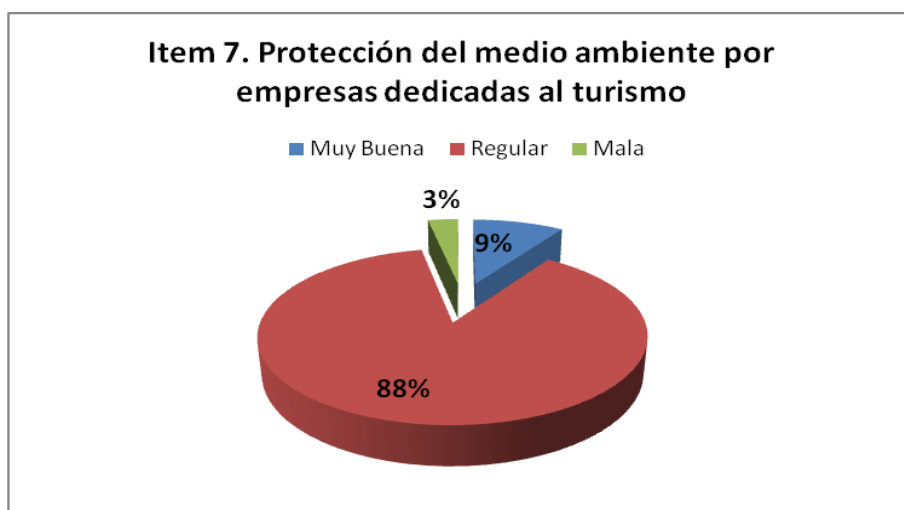
Pregunta 6: ¿Usted cree que su agencia de viajes, escucha las sugerencias de los Turistas (clientes): sea reuniéndose con él, o por medio telefónico, Internet u otro y los toma en cuenta?

El 66% expresa que en ocasiones las agencias de viajes escuchan y tiene en cuenta a sus clientes o turistas. Parece que hay una aceptación general de que el turista sabe poco de gestión del turismo sostenible y por lo tanto es descuidado para llevar a cabo el ecoturismo.

**Tabla 10. Protección del medio ambiente por las empresas turísticas**

Muy buena	Regular	Mala	Otro	Total
3	28	1		<b>32</b>

Fuente: propia



**Figura 9. Protección del medio ambiente por empresas turísticas**

Fuente: propia

#### 4.1.7 Análisis

El 88% de los encuestados expresan que es regular los planes de protección del medio ambiente por las empresas dedicadas al turismo en la costa atlántica de Colombia. Solo el 9% expresa que es muy buena.

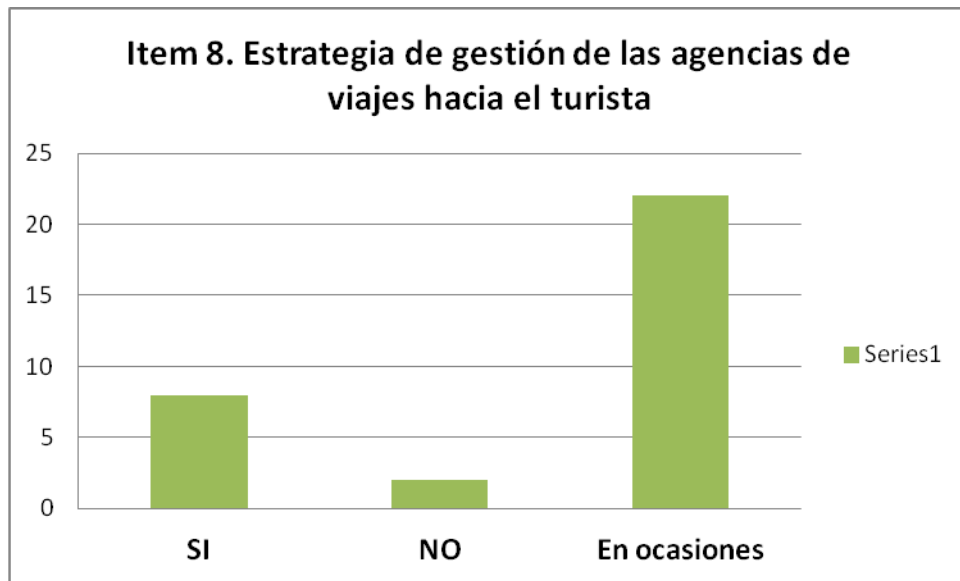
El viceministerio de turismo y la Anato debe tomar nota de este aspecto y tenerlo en cuenta y desarrollarlo en los eventos y seminarios sobre promoción turística.

Es un elemento primordial en el 2013 que se tenga como columna fundamental para el turismo la protección del medio ambiente, en las zonas turísticas. En Colombia tenemos por ejemplo la ciudad de Cartagena y sus alrededores (Islas del Rosario y Barú y otras zonas) En Santa marta tenemos el Rodadero y sitios de interés turístico cerca a esta ciudad y claro continuar con las políticas de protección del Parque Tayrona en donde hoy todavía se conservan zonas de playas vírgenes sin acceso al turista. En la Guajira se puede incentivar la protección tanto en el parque de los flamencos y zonas aledañas, como también en la alta guajira.

**Tabla 11. Estrategia de gestión de las agencias de viajes**

SI	NO	En ocasiones	<b>Total</b>
8	2	22	<b>32</b>

Fuente: propia



**Figura 10. Estrategia de gestión de las agencias de viajes**

Fuente: propia

#### 4.1.8 Análisis

Pregunta 8: ¿Cree usted que los operadores turístico o agencias de viajes tienen una estrategia de gestión para que la estancia del turista sea gratificante y tranquila?

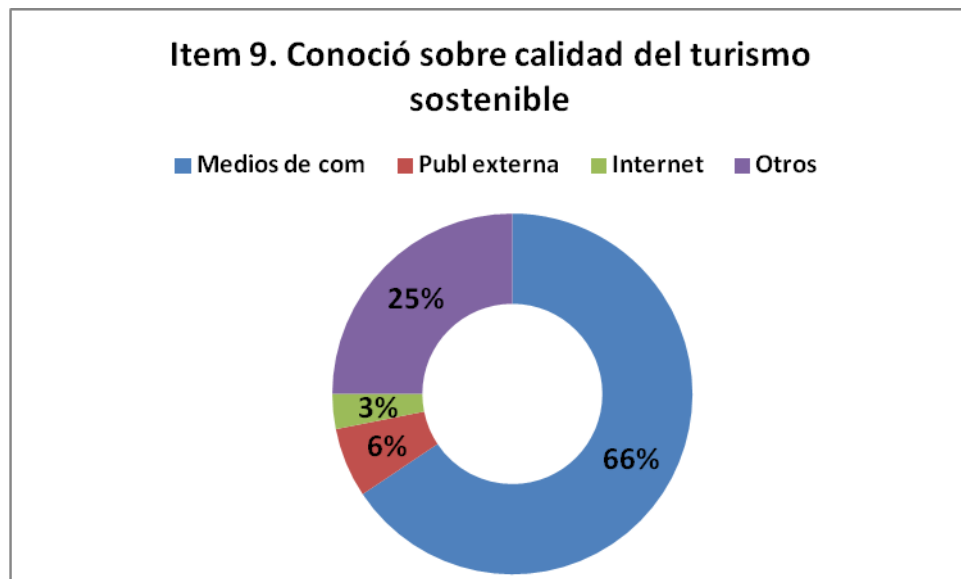
El 68,75% expresaron que en ocasiones aplican la gestión turística enfocada a la satisfacción del turista. Solo el 25% expresaron que si aplican en su agencia una gestión turística para sus clientes.

Hoy todo se enfoca a que el turistas fuera de que proteja y conserve los sitios que visita, debe sentirse tranquilo, feliz y empleando bien su tiempo para divertirse, conocer del medio ambiente que visita.

**Tabla 12. Forma de conocer sobre calidad de turismo sostenible**

Medios de publicidad	Publicidad externa	Internet	Libros	Otro: seminarios-congresos	Total
21	2	1	0	8	32

Fuente: propia



**Figura 11. Forma de conocer sobre calidad de turismo sostenible.**

Fuente: propia

#### 4.1.9 Análisis

Pregunta 9: ¿Cómo ha conocido usted sobre Calidad del turismo sostenible ?

El 66% expresó que conoció o se informó sobre turismo sostenible por medios de comunicación (radio, prensa, televisión, revistas) y el 25 por otros como seminarios y eventos nacionales e internacionales.

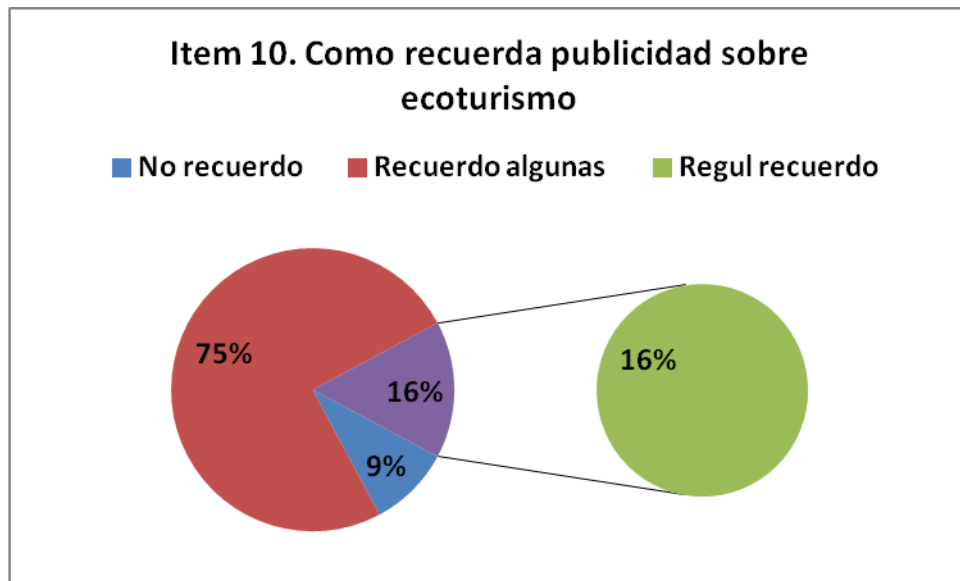
Por lo que hay que seguir con la publicidad por estos medios, en especial por la televisión que hoy sigue siendo un canal directo tanto para visitantes como los propietarios y gerentes de agencias de viajes.

Los seminarios y eventos son circunstancias propicias para un intercambio persona a persona con expertos, conferencistas tanto nacionales como internacionales sobre turismo sostenible y ecoturismo; por lo que la experiencia es muy rica en conocimientos y experiencias de los que saben.

**Tabla 13. Sobre recuerdo de publicidad de ecoturismo y protección ambiental**

No recuerdo	Recuerdo algunas	Regularmente recuerdo	<b>Total</b>
3	24	5	<b>32</b>

Fuente: propia



**Figura 12. Sobre recuerdo de publicidad y protección ambiental**

Fuente: propia

#### 4.1.10 Análisis

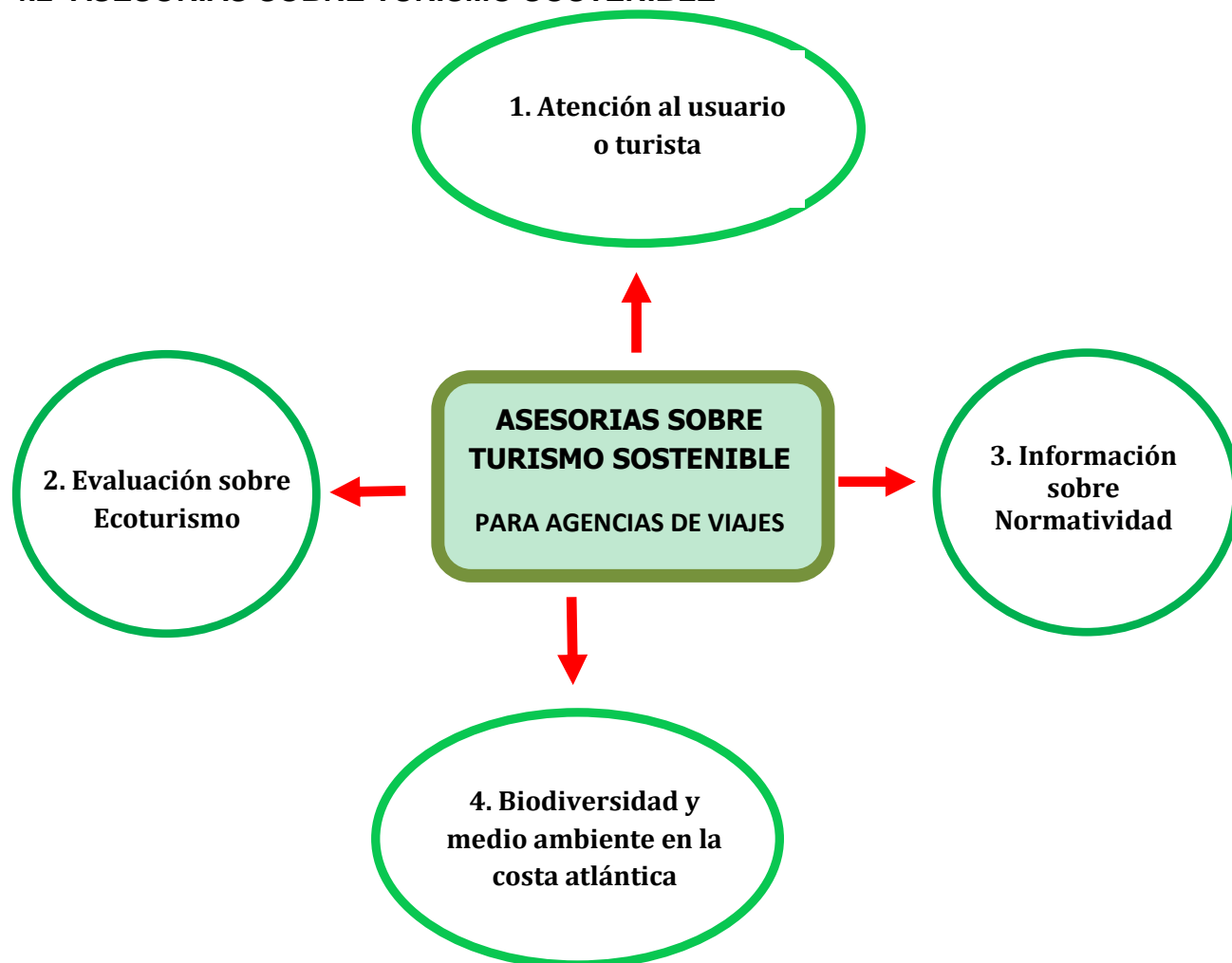
Pregunta: Recuerda usted hoy de alguna publicidad (pautas) sea por Televisión, Radio, Prensa, Internet y Valla, de alguna empresa turística (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc) sobre ecoturismo y protección del medio ambiente?

El 75% expresó que recuerda alguna clase de publicidad sobre ecoturismo y el 16% que recuerdan con regularidad estas pautas publicitarias por diferentes medios.

Es un aspecto a desarrollar sea por el viceministerio de turismo, la Anato y agencias internacionales con asiento en Colombia para promocionar el ecoturismo como una forma de disfrutar en mayor medida la estancia del visitante en nuestro país.

Sigue siendo la televisión el medio por el cual podemos promocionar el ecoturismo al igual que los eventos y seminarios periódicos tanto para atraer más turistas, como hacer su vivencia agradable, confortable y llena de experiencias reconfortantes tanto para la salud como para el equilibrio emocional en especial de las personas de la tercera edad.

## 4.2 ASESORIAS SOBRE TURISMO SOSTENIBLE



**Figura 13. Líneas de asesoría sobre turismo sostenible**

Fuente: propia

### 4.2.1 Atención al usuario o turista

Este punto se considera muy importante porque la razón del turismo sostenible es el mismo usuario o turista que visita nuestra costa atlántica. Para esto es importante disponer de información actualizada sobre los seminarios y conferencias que se hayan dictado tanto por el Viceministerio de Turismo como por la entidad que agrupa a las agencias de viajes y turismo- Anato.

**Esta asesoría estaría enmarcada en los puntos:**

- a. Que tan satisfecho está el turista con los servicios brindados por las agencia de viajes ?
- b. La Agencia entrega información ágil y suficiente sobre los destinos turisticos de la costa atlántica de Colombia ?
- c. Como serían los seminarios y talleres para los empleados de la agencia y en que época se darían y que intensidad ?
- d. Se evaluarían las propuestas de nuevas asesorías que proponga los gerentes y directivos de la agencia.

**4.2.2 Evaluación sobre el ecoturismo**

Es un aspecto o variable muy importante para estas asesorias en turismo sostenible proyectado a las agencias de viajes en la costa atlántica colombiana.

Se puede expresar que es la relación entre turismo y ecología; Hacer de la actividad del ocio y el recreo un momento para disfrutar y gozar, guardar y respetar la naturaleza; dar a conocer sin dañar el medio ambiente (Sandoval, 2006).

El ecoturismo propone también nuevas alternativas a los turistas basadas en el desarrollo sostenible, buscando la recreación, la educación a través de la observación, el estudio de valores naturales, produciendo un impacto mínimo sobre los ecosistemas naturales. Una porción importante de los ingresos generados por estas actividades ecoturísticas, son destinadas al fomento y conservación de las áreas naturales en las que se realiza.

Se trabajarían en estas asesorías:



- a. Las ventajas y desventajas competitivas del ecoturismo en la costa atlántica.
- b. La situación actual del ecoturismo y los nuevos planes hacia las agencias de viajes. Esto se realizaría a través de una encuesta o cuestionario.
- c. Propuesta de trabajos sobre ecoturismo para llevar por la agencia de viajes a las reuniones de la Anato.

#### **4.2.3 Información sobre normatividad**

En esta asesoría se tomaría como base la nueva ley de turismo 1558 de 2012. Se resaltaría en estas asesorías en forma de conferencias y talleres:

- a. Título I - Disposiciones generales
- b. Título II - Organización del sector turístico
- c. Título III – Del turismo social
- d. Título IV – De la contribución al turismo

También se explicarían los decretos y resoluciones recientes del viceministerio del turismo en relación a las agencias de viajes.

#### **4.2.4 Biodiversidad y medio ambiente en la costa atlántica colombiana**

Estas asesorías deben explicar desde el punto de vista técnico, de que la correcta evaluación de la biodiversidad, provee información esencial para muchas ciencias biológicas, tales como la sistemática, biología de poblaciones y ecología, así como muchas ciencias aplicadas, tales como la biotecnología, ciencias del suelo, agricultura, silvicultura, pesca, biología de la conservación y ciencias ambientales.

En este aspecto se trabajarían:

- a. Como se puede aprovechar de la biotecnología para los planes que puede ofrecer la agencia de viajes.
- b. insospechadas potencialidades futuras de esta colosal fuente de información de la fauna y flora que ofrece nuestra costa caribe.
- c. Informes periódicos que puede ofrecer cada agencia de viajes sobre Biodiversidad y cuidado del medio ambiente de los sitios turisticos costeños. Que puede hacerse a través de plegables o manuales sencillos en donde sobresalga el colorido y buenas fotos.

## CONCLUSIONES

El turismo sostenible no debe ser visto como un concepto lleno de lineamientos y sugerencias, sino como un modelo de desarrollo en armonía (dimensión económica, social y ambiental), que para ser aplicado y obtener los beneficios del mismo requiere de la elaboración de políticas públicas que deriven en programas y estos, a su vez, en proyectos específicos que crucen transversalmente las instituciones de orden federal, estatal y municipal, con una adecuada evaluación que retroalimente sus resultados y permita las correcciones pertinentes para lograr los beneficios que la localidad y el turista que en primera instancia esperan.

Las prácticas del turismo alternativo tienen en común la naturaleza como destino. Dentro de éste se destaca el ecoturismo por requerir una nueva actitud del turista frente a la naturaleza, con una valoración ética de la misma y una preocupación por su conservación.

Esto implica una utilización distinta del tiempo libre, y la demanda de un servicio que mejore la calidad de vida y se traduzca en beneficios para la comunidad anfitriona. El turismo sostenible puede desarrollarse tanto en el tradicional como en el alternativo; la condición es que exista un cambio de actitud del turista en el que se respete el medio ambiente y el entorno social.

Con base en la encuesta realizada a directivos de agencias de viajes de la costa atlántica se concluye:

- a) Los gerentes de agencias de viajes en la costa atlántica deben realizar estrategias efectivas tanto para cada turista como pueden ser : el producto, el precio, los puntos de venta, la publicidad, el transporte en sus empresas para promover y fomentar el ecoturismo.

- b) Tiene que estructurarse una plataforma básica sobre las repercusiones medio ambientales de las zonas turísticas. En Colombia esto debe tenerse presente para los planes locales de la costa atlántica.
- c) El año de 2014 es un año propicio para plantear programas y planes para la protección del medio ambiente en las zonas turísticas. En Colombia tenemos por ejemplo la ciudad de Cartagena y sus alrededores (Islas del Rosario y Barú y otras zonas) En Santa Marta tenemos el Rodadero y sitios de interés turístico cerca a esta ciudad y claro continuar con las políticas de protección del Parque Tayrona en donde hoy todavía se conservan zonas de playas vírgenes sin acceso al turista. En la Guajira se puede incentivar la protección tanto en el parque de los flamengos y zonas aledañas, como también en la alta guajira.
- d) Los seminarios y eventos son circunstancias propicias para un intercambio persona a persona con expertos, conferencistas tantos nacionales como internacionales sobre turismo sostenible y ecoturismo; por lo que la experiencia es muy rica en conocimientos y experiencias de los que saben.

## RECOMENDACIONES

- Proponer para las alcaldías locales : Cartagena, Barranquilla, Santa Marta y Riohacha) una integración de la política turística en una estrategia más amplia de desarrollo sostenible, hasta el momento el marco de actuación se ha limitado generalmente a instrumentos de política ambiental que afectan a este sector.
- Generar una política o estrategia sobre gestión del turismo sostenible tanto para las agencias de viajes, como para hoteles, restaurantes, transportes turísticos y sitios turísticos.
- Programar y organizar seminarios y conferencias sobre las asesorías de la gestión del turismo sostenible como un elemento primordial para incentivar el sector turístico en la costa caribe colombiana.
- Generar publicaciones sobre turismo sostenible tanto por las agencias de viajes como por los hoteles y las alcaldías locales.
- Se recomiendan tomar como guía sobre tours operadores que manejan entidades nacionales de otros países y las guías de la Organización mundial del Turismo –OMT

## BIBLIOGRAFÍA

- Bosch, R. (1998) Turismo y medio ambiente. Centro de Estudios Ramón Arces, Madrid.
- Butler, R. (1980). The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. In Butler, R. (ed.) (2006). The Tourism Life Cycle. Vol. 1. Applications and Modifications. Clevedon: Channel View.
- Congreso de la República, Ley 1558 de 2012. Reforma sobre la Ley general de Turismo.
- Congreso de la República. Ley 300 de 1996 (Ley del Turismo).
- Dachary, A. C. (2004) "Desarrollo regional y turismo: el caso de Bahía de Banderas". NCeHu, 1035.
- Gutiérrez Roa, J. et al. (1993) Recursos Naturales y Turismo. Limusa, México D. F.
- INE (2000). Turismo y ambiente. INE. México.
- Leiper, Neil. (1995). Tourism Management. Victoria. TAFE Publications. 368p.
- Magaz M. C. (1996) Patrimonio y Turismo. Signos Universitarios, 15, 29, pag, 119-131, USAL.
- Molina, Sergio (1991). Conceptualización del Turismo. México. LIMUSA.
- Ochoa, M. E. (2004) Capacidad de carga turística, Primer Seminario Argentino de Geografía Cuantitativa, Buenos Aires.

- Organización Mundial del Turismo, OMT. [en Línea]: Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de <http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>.
- Pérez, A. (1999). Impactos turísticos: su percepción por parte de la población anfitriona. Caso Villa La Angostura. Estudios y Perspectivas en Turismo. CIET.
- Reyes, Avila Araceli Iniesta et al (2002). *Turismo sostenible*. IEPALA. España.
- Rozo, Edna. (2002). *El turismo sostenible como promotor del desarrollo de las comunidades locales*. Pp 128.129 En: Krumholz Meyer Daniel. Turismo y desarrollo sostenible, Bogotá: Universidad externado de Colombia.
- Sandoval R. E. (2006). Ecoturismo, Operación Técnica y gestión ambiental. Ed. Trillas, México.
- Vars, B. J. (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores. Instituto Universitario de Geografía de la Universidad de Alicante. España.
- Vera Rebollo, J. F.; Dávila Linares, M. (1995) Turismo y patrimonio histórico-cultural. Estudios Turísticos, 126, pag. 161-178. Madrid.
- Viceministerio de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Dirección de calidad y desarrollo sostenible. Departamento Nacional de Planeación (2011). *Plan sectorial de Turismo 2011-2014*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013 de <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/descargar.php?id=53526>.
- Wearing, Sthepen (1999). Ecoturismo: Impacto, tendencias y posibilidades. Síntesis. Barcelona, España.

**ANEXOS**



## Anexo. 1 Acta (chárter) aprobada

### ACTA (CHARTER) DEL PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

**Nombre y apellidos:** ASTRID ROMERO ARIZA  
**Lugar de residencia:** Barranquilla - Colombia  
**Institución:** Universidad del Atlántico  
**Cargo / puesto:** Docente

Información principal y autorización del PFG	
<b>Fecha:</b> Octubre 23 / 2013	<b>Nombre del proyecto:</b> <b>CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN ASESORIA DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA COSTA ATLÁNTICA DE COLOMBIA.</b>
<b>Fecha de inicio del proyecto:</b> 11 de Noviembre / 2013	<b>Fecha tentativa de finalización:</b> 11 de Diciembre / 2013
<b>Tipo de PFG: (tesina / artículo)</b> <p style="text-align: center;"><b>TESINA</b></p>	
<b>Objetivos del proyecto:</b> <i>Proponer líneas de trabajo de asesorías sobre turismo sostenible para operadores turísticos en relación a las agencias de viajes, buscando el beneficio grupal a bajo costo y favorecer la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la costa atlántica colombiana.</i>	
<b>Descripción del producto:</b> <b>ARA CARIBE</b> , asesorías en turismo sostenible, es una empresa con sede en Barranquilla (departamento del atlántico), que brindará asesoría a todas aquellas empresas operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, alrededor del turismo sostenible para obtener beneficios grupal a bajos costos. Todo esto enfocado a que se favorezca la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad de la costa atlántica en Colombia.	
<b>Necesidad del proyecto:</b> Traer los avances que están en desarrollo en el mundo, sobre la aplicación del turismo sostenible a planes y proyectos de operadores turísticos de la costa atlántica de Colombia.	
<b>Justificación de impacto del proyecto:</b> Con este servicio de asesoría en turismo sostenible, se pretende que en un lapso de dos (2) años se pueda influenciar en los planes y estrategias de los gobiernos locales (alcaldía, gobernaciones) en colaboración con los operadores turísticos de la costa atlántica de Colombia.	
<b>Restricciones:</b> Esta empresa de asesoría sobre turismo sostenible para operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, tendrá su radio de acción solo para la costa atlántica en Colombia.	

**Entregables:** a) para el 11 de Noviembre b) para el 25 de Noviembre c) para el 5 de Diciembre d) entrega final para el 11 de Diciembre.

**Identificación de grupos de interés:**

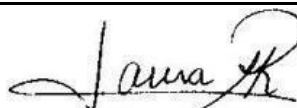
Ciente(s) directo(s): *operadores turísticos en relación con las agencias de viajes de La costa atlántica de Colombia.*

Ciente(s) indirecto(s): *Turistas nacionales y extranjeros.*

**Aprobado por (Tutor):**

Laura Arguedas Ruiz

**Firma:**



**Estudiante:**

ASTRID M ROMERO ARIZA

**Firma:**

ASTRID M ROMERO ARIZA

**1. TÍTULO DE LA PROPUESTA**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN ASESORIA DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA COSTA ATLÁNTICA DE COLOMBIA**

**2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Los motivos para realizar este trabajo de grado podrían ser los siguientes:

1. Creo importante brindar una asesoría efectiva a operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, dedicadas al turismo en la costa atlántica de Colombia alrededor de la atención al cliente o turista y la conservación del medio ambiente.
2. También se deben mostrar y explicar los avances que se han dado sobre el turismo sostenible en el mundo y los beneficios que pueden traer para el desarrollo turístico en Colombia.
3. A través de estas asesorías poder recomendar acciones y actividades para Mejorar las estrategias que actualmente utilizan las agencias de viajes y operadores turísticos en el sector turístico de la costa atlántica.

Objetivo general del proyecto: *Proponer líneas de trabajo de asesorías para operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, buscando el beneficio grupal a bajo costo y favorecer la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la costa atlántica colombiana.*

### **3. DIAGNÓSTICO E IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

La problemática del turismo sostenible va de la mano del consumo del suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, inducción de flujos de población hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc.

Los flujos de turistas contribuyen notablemente, por su relación con el transporte aéreo y por carretera, a la lluvia ácida, a la formación del ozono troposférico y al cambio climático global. Desde un punto de vista Local, en Colombia, el turismo afecta a todo tipo de ecosistemas. Almenar, Bono y García (1998) expresan que desde el litoral hasta las montañas invadidas por estaciones de esquí (en países del Norte y del Sur como Argentina, Chile), pasando por los conocidos campos de golf, que tantas repercusiones tienen debido al enorme consumo de agua.

No es sostenible, el turismo tal como se está desarrollando en la actualidad. Es consecuencia, como en el caso de otros muchos problemas, de una búsqueda de beneficios inmediatos, que impulsa a la masificación y a la destrucción de recursos. Como ha reconocido Francesco Frangiali, secretario general de la Organización Mundial del Turismo, “es cada vez más evidente que el turismo está siendo víctima, pero también contribuye al cambio climático y a la reducción de la biodiversidad” (Hickman, 2007).

El problema de investigación se podría formular así : *¿ Cómo se pueden utilizar las asesorías en turismo sostenible de ARA CARIBE para resolver las dificultades y proponer alternativas en las acciones, planes y estrategias que actualmente utilizan los operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, dedicadas al turismo en la costa atlántica de Colombia ?*

## **5. METODOLOGÍA**

Se trabajará la metodología con base en el objetivo y problema de investigación y se seleccionará algunos y métodos y técnicas de investigación, los cuales permitirán llegar a conclusiones reales en relación a la hipótesis planteada sobre el impacto de las asesorías en turismo sostenible en la costa atlántica de Colombia.

### **Técnicas de investigación**

*Entrevista.-* Se realizarán por lo menos dos entrevistas a altos ejecutivos(as) de entidad pública o privada en relación al turismo en la costa atlántica de Colombia

*Encuesta.-* Se elaborará un formato de encuesta conformado por 12 preguntas cerradas, todas estas estarán enfocadas a medir la percepción de los operadores turísticos en relación con las agencias de viajes sobre la problemática del turismo sostenible en la costa Caribe.

Esta encuesta se podría aplicar a unas 40 personas mayores de edad hombres y mujeres que trabajan en las agencias de viajes en esta zona norte de Colombia.

### **Método de Investigación.**

Se utilizarán dos métodos:

*El método deductivo:* Partiendo de lo general a lo particular, es decir de la teoría alrededor del desarrollo del turismo sostenible a la realidad turística de la costa atlántica en los departamentos de Bolívar, Atlántico y Magdalena, en donde se presenta el mayor flujo de visitantes del turismo.

*El método inductivo:* Es decir que partiendo de los casos particulares sobre la problemática actual alrededor del turismo sostenible expuesto por gerentes y directivos de operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, se puede generalizar y concluir en las causas y consecuencias que atraerá el mal uso por visitantes y pobladores alrededor de la conservación del medio ambiente y la biodiversidad en la costa atlántica de Colombia.

### **Fuentes primarias**

Las fuentes primarias se basan en información directa, originaria de un estudio en particular o proveniente de personas o comunidades que tienen contacto directo con el fenómeno que se estudia. Aquí las fuentes primarias son las entrevistas y encuestas aplicadas directamente a gerentes y directivos de operadores turísticos en relación con las agencias de viajes.

### **Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias permiten conocer hechos o fenómenos a partir de información de datos recopilados por otros.

Para este PFG las fuentes secundarias están constituidas por las fuentes bibliográficas referidas al tema tales como tesis, libros, revistas, documentos, e información bajada de Internet.

## **6. ALTERNATIVAS, IDEAS O SOLUCIONES**

- Empresa que se dedique exclusivamente a dar asesorías sobre conservación del medio ambiente y biodiversidad en los sitios de interés turístico en la costa atlántica.
- Llevar a cabo un plan de negocios según la guía SENA-FONADE (entidad gubernamental) para ofrecer el servicio de asesoría en turismo sostenible.
- Empresa que ofrece el servicio de asesoría sostenible a operadores turísticos en relación con las agencias de viajes en la costa atlántica de Colombia.
- Empresa que busca una unión grupal con hoteles y operadores para que conjuntamente se ofrezca un servicio de asesoría que beneficie a todos las empresas y ciudadanos dedicados al turismo en la costa Caribe de Colombia.

## **7. SELECCIÓN DE MEJOR ALTERNATIVA**

- Empresa que ofrece el servicio de asesoría sostenible a operadores turísticos, en la costa atlántica de Colombia.

- Se justifica esta elección por las siguientes razones:

- a) No existe esta clase de empresas sobre servicios de asesoría a operadores y agencias de viajes dedicadas al turismo en la costa atlántica colombiana.
- b) Se enfocaría este servicio de asesoría a recalcar en los gerentes y directivos de estas empresas en que nos beneficiamos todos si vemos la importancia y planteamos estrategias hacia la conservación del medio ambiente y el respeto por biodiversidad en la costa Caribe.
- c) Se aplicaría por primera vez una encuesta para gerentes, directivos de las agencias de viajes y entrevistas a personas prestantes en el desarrollo turístico de la costa atlántica de Colombia.

## **8. RESULTADOS, PRODUCTOS E IMPACTOS ESPERADOS**

Con este servicio de asesoría en turismo sostenible, se pretende que en un lapso de dos (2 ) años se pueda influenciar en los planes y estrategias tanto de los gobiernos locales (alcaldía, gobernaciones) y empresa privada. Este impacto y transformación estaría enfocado en que los operadores turísticos en relación con agencias de viajes fomentaran la :

- Conservación, gestión de la energía y de los recursos del agua.
- Control de las sustancias peligrosas.
- La minimización de los residuos de hoteles, restaurantes y en los sitios de interés turísticos.
- El planteamiento urbanístico y gestión del suelo.
- El compromiso ambiental de los políticos y de los ciudadanos.
- La optimización del transporte turístico.
- Diseño de programas para la sostenibilidad.
- Colaboración para el desarrollo turístico sostenible
-

## **11. BENEFICIADOS CON EL PROYECTO (INVOLUCRADOS)**

### **DIRECTOS:**

- Serían los operadores turísticos que recibe estas asesorías en turismo sostenible.
- Los visitantes o turistas nacionales y extranjeros que recibirán la atención más apropiada para una estancia feliz en nuestro país respetando el medio ambiente y la biodiversidad.

### **INDIRECTOS:**

- Gobiernos locales (alcaldía, gobernación) y universidades de la costa atlántica colombiana por las investigaciones y proyectos que se puedan realizar en el proceso de las asesorías que se brinden.

## **12. RECURSOS NECESARIOS**

1. Financieros: Propios y los que se puedan conseguir con Bancos y entidades financieras para poner en marcha este Proyecto.
2. Asesorías: De entidades nacionales e internacionales que tengan experiencia en ofrecer esta clase de asesorías para operadores turísticos en turismo sostenible.
3. Tecnológicos: Teniendo los recursos financieros se hace indispensable disponer de las Tecnologías de la Información y comunicación TIC, en especial el uso intensivo de la Internet.

## **13. ALCANCES Y LIMITACIONES**

1. Esta investigación se ubica en empresas operadoras turísticas en relación con las agencias de viajes de la costa atlántica de Colombia, en donde se tiene un buen desarrollado del turismo en sus diferentes modalidades.
2. No se tienen investigaciones y estudios sea gobierno nacional o entidades privadas alrededor del turismo sostenible en la costa atlántica colombiana.
3. Las estrategias y planes de las asesorías sobre turismo sostenible para operadores turísticos es un campo novedoso y es comenzar casi en cero para estructurar y comenzar a desarrollar en forma efectiva esta forma de turismo en nuestro país.
4. Inicialmente se debe trabajar con los operadores turísticos en zonas turísticas de la costa atlántica: Cartagena y sus alrededores (Islas), Santa Marta (la ciudad y el parque Tayrona) y parques naturales (los Flamencos), para después estructurar estrategias y acciones con agencias de viajes hacia otras zonas de la costa atlántica menos conocidas por el turista nacional o extranjero.

#### 14. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

Este proyecto en el servicio de asesoría surgió para hacer frente a la problemática del turismo sostenible, el cual va de la mano del consumo del suelo, agua, energía, destrucción de paisajes, aumento de residuos y aguas residuales, alteración de los ecosistemas, inducción de flujos de población hacia poblaciones turísticas, aumento de incendios forestales, tráfico de personas y drogas, etc.

Se plantea el problema : ¿ Cómo se pueden utilizar las asesorías en turismo sostenible de ARA CARIBE para resolver las dificultades y proponer alternativas en las acciones, planes y estrategias que actualmente utilizan los operadores turísticos en relación con las agencias de viajes, dedicadas al turismo en la costa atlántica de Colombia ?

Para hacer frente a este problema se formula el objetivo de : Proponer líneas de trabajo de asesorías para operadores turísticos en relación con as agencias de viajes, buscando el beneficio grupal a bajo costo y favorecer la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad en la costa atlántica colombiana.

Este proyecto beneficiará de primera mano a las operadores turísticos de la costa atlántica de Colombia. Los recursos para llevar y desarrollar este proyecto son propios y los que se consiga con bancos y entidades financieras.

Se analizará los diferentes enfoques de expertos sobre el turismo sostenible empezando por los que plantea la ONU en sus documentos sobre el medio ambiente y la biodiversidad.

La propuesta original de este proyecto está en dar una asesoría efectiva al interior de estas empresas de agencias de viajes que funcionan en la costa atlántica.

Como conclusiones y recomendaciones para tener en cuenta en forma amplia y general se diría que : la proyección del turismo sostenible hoy en 2013 combina un conjunto de condiciones físicas, biológicas, sociales, y económicas que garanticen el mantenimiento de la productividad y la renta de la industria turística tanto para los visitantes nacionales y extranjeros de hoy como de las futuras generaciones, manteniendo a su vez el nivel de satisfacción en su estancia en nuestro país bajo la premisa del respeto por el medio ambiente y la biodiversidad.

--

Aprobado por profesor de Seminario
Firma del Estudiante ASTRID MERCEDES ROMERO ARIZA



## Anexo. 2 Formato de la Encuesta

### ENCUESTA

**TRABAJO DE GRADO:  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA EN ASESORIA DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA COSTA  
ATLÁNTICA DE COLOMBIA**

(Dirigida a propietarios y gerentes de operadores turísticos en relación con Agencia de Viajes de la costa atlántica)

Buen día Dr(a). Deseo que me colabore con este cuestionario para este trabajo de grado.

Por favor conteste las siguientes preguntas (marque con una X en la respuesta que considere correcta o de su opinión concreta y clara) :

Cargo en la empresa \_\_\_\_\_

Fecha\_\_\_\_\_

**1. ¿Cuánto conoce usted sobre el turismo sostenible?**

Poco\_\_\_\_\_

Medianamente\_\_\_\_\_

Bastante\_\_\_\_\_

**2. ¿Es importante que las agencias de viajes u operadores turísticos, reciban asesoría sobre mejorar la gestión turística?**

a. Si es importante

b. Puede ayudar en algo

c. No es necesario, no se necesita

d. Otro \_\_\_\_\_

**3. ¿Sabe usted algo del ecoturismo?**

a. Si, bastante

b. Muy poco

c. No tengo información

4. **¿Conoce usted la legislación y normatividad sobre el turismo en Colombia?**

- a. SI
- b. NO
- c. Muy Poco

5. **¿Cómo está Hoy según usted, la gestión del turismo sostenible en la costa atlántica?**

- b. Excelente
- c. Regular
- d. Deficiente
- e. Otro, cual \_\_\_\_\_

6. **Usted cree que su agencia de viajes, escucha las sugerencias de los Turistas (clientes): sea reuniéndose con él, o por medio telefónico, Internet u otro y los toma en cuenta:**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ En Ocasiones \_\_\_\_\_

7. **¿En relación a la protección del medio ambiente por las empresas dedicadas al turismo (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte turístico, etc.) es según usted**

- a. Muy Buena
- b. Regular
- c. Mala, deficitaria
- d. Otra, cual \_\_\_\_\_

8. **¿Cree usted que los operadores turísticos o agencias de viajes tienen una estrategia de gestión para que la estancia del turista sea gratificante y tranquila?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ En ocasiones \_\_\_\_\_

**9. ¿Cómo ha conocido usted sobre Calidad del turismo sostenible?**

- a. Medios de comunicación (tv, radio, prensa)
- b. Publicidad externa (vallas, carteles)
- c. Internet
- d. Libros
- e. Otro, Cual \_\_\_\_\_

**10. ¿Recuerda usted hoy de alguna publicidad (pautas) sea por Televisión, Radio, Prensa, Internet y Valla, de alguna empresa turística (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) sobre ecoturismo y protección del medio ambiente?**

No recuerdo \_\_\_\_\_

Si recuerdo algunas \_\_\_\_\_

Regularmente recuerdo la mayoría \_\_\_\_\_

Señor(a) (ita) muy amable por su colaboración para el desarrollo y terminación de esta investigación o proyecto final de grado.

**ASTRID ROMERO ARIZA**

**CC 56075100**

Maestría en Turismo Sostenible. Universidad Para la Cooperación Internacional, San José, Costa Rica.

### Anexo. 3 Evidencias Fotográficas de Agencias de Viajes en la Costa Atlántica-Colombia

(Algunas de las Agencias donde se aplicó la encuesta para gerentes o propietarios)



## Anexo 4. Fotos Sitios Turísticos Costa Atlántica - Colombia



Torre del Reloj-centro de Cartagena de Indias



Playas de Cartagena de Indias



Parque Tayrona Santa Marta



Parque Tayrona Santa Marta



Vistas de Puerto Colombia- Atlántico (cerca de Barranquilla)





Parque Natural los Flamengos – Guajira

Parque los Flamengos- Guajira



Comunidad Wayúú- Guajira de Colombia