

**Diseño de producto turístico responsable en la Ciénaga de la
Virgen de la ciudad de Cartagena de Indias**

Autores

Juan Manuel Agudelo Franco & Mauricio Orlando Sanchez Sanchez

Universidad Tecnológica de Bolívar

Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas y Hoteleras

Cartagena –Bolívar

2018-2019

**Diseño de un producto turístico responsable en la Ciénaga de
la Virgen de la ciudad de Cartagena de Indias**

Autores

Juan Manuel Agudelo Franco & Mauricio Orlando Sanchez Sanchez

Trabajo de Investigación

Asesor de Tesis:

Martha Elena González Vergara

Universidad Tecnológica de Bolívar

Maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas y Hoteleras

Cartagena –Bolívar

2018

Notas de Aceptación

Director

Jurado

Jurado

Cartagena, Bolívar

Fecha

RESUMEN

Esta investigación se basó en el Diseño de producto turístico responsable en la Ciénaga de la Virgen de la ciudad de Cartagena de Indias; La metodología fue la propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia; documentó la Flora y Fauna, del ecosistema, en uno de los humedales costeros más importantes de Colombia, Ciénaga de la Virgen conocida también como Juan Polo o de Tesca; el recorrido del sitio como propuesta romántica para parejas se hizo según estudio de posible demanda. Aplicó criterios de homogeneidad e incluyó los elementos mínimos de sostenibilidad económica, ambiental y social en el diseño de prácticas turísticas comprometidas. Estas particularidades, se reflejaron en la descripción general del producto, la propuesta de valor, opciones de itinerario, estructura técnica operativa de ingresos, costos proyectados y un protocolo del servicio para el recorrido. Los productos turísticos deben propender por preservar la biodiversidad de las zonas donde se ejercitan las actividades en el corto y largo plazo.

Palabras claves

Ciénaga de la Virgen, sostenibilidad económica, ecoturismo, producto turístico.

Abstrac.

This paper was based on the design of a responsible tourism product in the Ciénaga de la Virgen in the city of Cartagena de Indias; The methodology was proposed by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism of Colombia; document of the Flora and Fauna, of the ecosystem, in one of the most important coastal wetlands of Colombia, Ciénaga de la Virgen, also as Juan Polo or of Tesca; The tour of the site as a romantic proposal for couples was made according to a possible demand study. I apply homogeneity criteria and included elements of economic, environmental and social sustainability in the design of committed practices. These particularities are reflected in the general description of the product, the value proposal, the itinerary options, the operational technical structure of the revenues, the projected costs and the service protocol for the route. Tourism products must be proposed to preserve the biodiversity of the areas where the activities are exercised in the short and long term.

Keywords: Ciénaga de la Virgen, economic sustainability, ecotourism, tourist product.

TABLA DE CONTENIDO

0.1	Identificación del problema.....	13
0.2	Objetivos	15
0.2.1	Objetivo general.....	15
0.2.2	Objetivos específicos.....	15
0.3	Justificación	15
0.4	Antecedentes de la investigación.....	17
0.5	Metodología.....	22
0.5.1	Tipo y método de investigación.....	22
<i>Delimitación Espacial</i>		23
0.5.2	Población y muestra.....	23
0.5.4	Fuentes y técnica de recolección de información.....	24
1.	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	24
1.1.	Marco Legal	24
1.2.	El turismo, producto, diseño y modelos de desarrollo turístico.....	26
1.3.	Inventario de atractivos turísticos y metodología de valoración MinCIT	37
1.4.	El Turismo y la Sostenibilidad	40
1.4.1	Conceptualización del turismo sostenible.....	42
1.4.2	Del turismo urbano al turismo sostenible.....	44
1.4.3.	Turismo sostenible y modelos de desarrollo local territorial	46
1.5.	Las Tecnologías de la Información aplicadas al sector turístico, en el marco de la sostenibilidad	48
2.	CAPITULO II ELEMENTOS AMBIENTALES Y SOCIO DEMOGRÁFICOS (COMUNIDAD LOCAL) DE LA CIÉNAGA DE LA VIRGEN.....	49
2.1.	Localización geográfica de la ciénaga de la virgen.....	49
2.2.	Vías de acceso	50
2.3.	Flora de la ciénaga de la virgen.....	52
2.4.	Fauna de la Ciénaga de la Virgen	58
2.5.	Caños y lagunas interiores de la Ciénaga de la Virgen.....	60
2.6.	Condiciones sociodemográficas de la comunidad aledaña a la Ciénaga de la Virgen en la ciudad de Cartagena	61
2.7.	Ecosistemas y percepción social.....	65

3. CAPITULO III COMPONENTES PARA EL DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO	66
3.1. Inventario de atractivos turísticos de la Ciénaga de la Virgen. Cartagena de Indias.	66
3.2 Atractivos turísticos de la Ciénaga de la Virgen, que podrían ser observados por los turistas (según la estacionalidad).	73
3.3 Actividades turísticas ofertadas actualmente	74
3.4 Transporte y accesibilidad a Cartagena y al sitio objeto de estudio del producto turístico.	75
3.5 Prestadores de servicios turísticos	78
3.6 Hoteles y operadores de servicios turísticos afines por cercanía	78
3.7. Restaurantes	80
3.8 Protocolos ambientales y normativos necesarios para el uso del servicio.	84
4. CAPÍTULO IV. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO Y PRONÓSTICO DE DEMANDA	92
4.1. Evolución histórica de la llegada de turistas a Cartagena.	92
4.2. Turismo en Cartagena de Indias	93
4.3. Origen de los turistas internacionales	94
4.4. Origen de los turistas nacionales.	95
4.5 Motivo de viaje.	95
4.6. Posible mercado objetivo.	95
4.7. Necesidades del mercado	97
4.8. Tendencias del mercado.	97
4.9. Resultados de investigación directa aplicadas a los turistas de los hoteles	98
4.10. Estudio de demanda de producto turístico para la “ciénaga de la virgen”	103
4.10.1. Algunos indicadores de equipamiento en Bolívar	103
4.10.2. Estudio de turistas en hoteles que puedan ofertar el producto turístico	104
4.10.3 Proyecciones de pronósticos demanda internacional y nacional potencial del producto turístico, “Ciénaga de la Virgen”	107
5. CAPÍTULO V. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESPONSABLE, SOSTENIBLE E INTEGRADO	111
5.1. Descripción general del servicio turístico.	111
5.2. Propuesta de valor del producto	116

5.3. Contenido de las opciones para el producto o itinerario, estructura técnico operativa y de costos	116
5.4. Guion temático.....	116
5.5 Contenido del recorrido.....	117
5.6. Costeo de paquetes de los recorridos-Estructura técnico, operativa y de costos	117
5.7. Protocolo de servicio para el recorrido	128
5.8. Condiciones de sostenibilidad ambientales, sociales y económicas	133
Recomendaciones	135
Conclusiones	136
Anexos	139
Encuesta.....	139
Fichas inventario turístico	¡Error! Marcador no definido.
Referencias.....	140

Listado de Figuras

<i>Figura 1. Diagrama de flujo de la Metodología de Inventario Turístico Modelo MinCIT</i>	39
<i>Figura 2. Localización geográfica Ciénaga de la Virgen</i>	50
<i>Figura 3. Vía perimetral. Ciénaga de la Virgen.</i>	51
<i>Figura 4 Viaducto ubicado sobre la Ciénaga de la Virgen.</i>	51
<i>Figura 5. Cobertura Vegetal en la Ciénaga Jurisdicción EPA.</i>	52
<i>Figura 6. Mangle rojo (Rhizophora mangle) Ciénaga de La Virgen.</i>	55
<i>Figura 7. Mangle rojo (Rhizophora mangle).</i>	55
<i>Figura 8 Localidad de la Virgen y Turística</i>	62
<i>Figura 9 Cabildo de la virgen.</i>	63
<i>Figura 10 Pirámide poblacional; localidad de la Virgen y Turística. Cartagena 2017..</i>	64
<i>Figura 11 Recorrido en kilómetros a la entrada de la vía perimetral- Ciénaga de la Virgen</i>	76
<i>Figura 12 Recorrido desde Barranquilla. Anillo vial y la troncal del Caribe hasta la vía perimetral.</i>	77
<i>Figura 13 Recorrido desde Barranquilla. Anillo vial y la troncal del Caribe hasta el Caño Juan Angola</i>	77
<i>Figura 14 Promoción agenda cultural parque espíritu del Manglar</i>	85
<i>Figura 15 Bateria de indicadores de sostenibilidad turística del producto turístico.</i>	87
<i>Figura 16. Motivaciones de turismo en Colombia</i>	97
<i>Figura 17. Ubicación geográfica de los hoteles participantes de la investigación.</i>	99
<i>Figura 18. Edades de los turistas encuestados</i>	99
<i>Figura 19 Frecuencia de viaje en pareja de turistas nacionales e internacionales</i>	100
<i>Figura 20 Gasto promedio esperado de las parejas de turistas nacionales e internacionales</i>	101
<i>Figura 21 La actividad en pareja preferida por los turistas nacionales e internacionales</i>	102

<i>Figura 22. Porcentaje de procedencia de turistas extranjeros, según alojamiento en hoteles objeto de estudio del producto turístico</i>	<i>105</i>
<i>Figura 23 Porcentaje de procedencia de turistas nacionales, Según alojamiento en hoteles objeto de estudio del producto turístico.....</i>	<i>106</i>
<i>Figura 24 Número a de turistas internacionales, en vuelos regulares a Cartagena.....</i>	<i>107</i>
<i>Figura 25 Número a de turistas internacionales, en vuelos regulares a Cartagena.....</i>	<i>108</i>
<i>Figura 26. Mapa de la ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra”</i>	<i>111</i>
<i>Figura 27. Mapa de la ruta “Manglares. Pesca y atarraya. Ciénaga de la Virgen, Cartagena”</i>	<i>114</i>

Listado de Tablas

<i>Tabla 1 Modelos para la elaboración de productos turísticos</i>	34
<i>Tabla 2 Criterios de Valoración de atractivos</i>	37
<i>Tabla 3. Flora encontrada en la Ciénaga de la Virgen</i>	57
<i>Tabla 4. Fauna encontrada en la Ciénaga de la Virgen</i>	59
<i>Tabla 5 Programas desarrollados en la localidad 2, de la Virgen y turística.</i>	64
<i>Tabla 6 Atractivos encontrados según su calificación</i>	66
<i>Tabla 7 Inventario Turístico- Cuadro Resumen</i>	71
<i>Tabla 8 Transporte Particular para entrar a la zona Ciénaga de la Virgen</i>	75
<i>Tabla 9. Hoteles prestadores del servicio de ecoturismo</i>	78
<i>Tabla 10. Hoteles certificados ya activos para alojamiento cerca de la zona de la ruta ecológica.</i>	79
<i>Tabla 11 Operadores certificados en cercanías de la Ciénaga de la Virgen</i>	79
<i>Tabla 12. Restaurantes certificados y activos cerca de la zona de la ruta Ciénaga de la Virgen</i>	80
<i>Tabla 13 Agencias de viajes</i>	82
<i>Tabla 14 Listado de Guías turísticos</i>	84
<i>Tabla 15 Evolución de turistas</i>	92
<i>Tabla 16. Participación Cartagena en nueva demanda turística</i>	93
<i>Tabla 17 Visitantes en la época de receso escolar 2018-2017</i>	94
<i>Tabla 18 Perfil del Target objeto de estudio</i>	96
<i>Tabla 19. Indicadores turismo en Colombia, 2017-2018</i>	97
<i>Tabla 20. Ocupación hotelera y camas disponibles. Bolívar 2013-2017</i>	103
<i>Tabla 21. Porcentaje de procedencia de turistas extranjeros, según alojamiento en hoteles objeto de estudio producto turístico</i>	104
<i>Tabla. 22. Porcentaje de procedencia de turistas nacionales, Según alojamiento en hoteles objeto de estudio del producto turístico</i>	105

<i>Tabla 23 Flujo de turistas para productos turísticos desde el muelle la Bodeguita 2013-2016.....</i>	<i>108</i>
<i>Tabla 24 Comportamiento de turistas para productos turísticos desde el muelle la Bodeguita 2013-2016.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 25 Tendencias de turistas para productos turísticos desde el muelle la Bodeguita 2013-2016.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 26 Tendencias para demanda potencial de turistas para producto turísticos “Ciénaga de la Virgen, según alojamiento en Hoteles investigados 2018-2022.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 27 Ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra”.....</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 28 Ruta “Manglares. Pesca y atarraya. Ciénaga de la Virgen, Cartagena”.....</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 29 Horario de las recorridos.....</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 30 Ingresos esperados año 2019.....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 31 Ingresos proyectados 2019-2022.....</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 32 Descripción de Costos de operación y Gastos de producción año 2019.....</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 33 Costos variables ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra” ...</i>	<i>122</i>
<i>Tabla 34 Costo variables “Manglares, pesca y atarraya”.....</i>	<i>123</i>
<i>Tabla 34 Costos variables totales 2019.....</i>	<i>124</i>
<i>Tabla 35 Costos variables totales proyectados 2019 -2022.....</i>	<i>125</i>
<i>Tabla 36 Flujo de caja proyectado anual.....</i>	<i>126</i>
<i>Tabla 37 Flujo de caja proyectado 2019 -2022.....</i>	<i>127</i>
<i>Tabla 38 Flujo efectivo proyectado y recuperación pendiente de los años 2019- 2022.....</i>	<i>128</i>

0. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

0.1 Identificación del problema

En Colombia, principalmente en la costa caribe el turismo se ha convertido en la actividad económica con mayor dinámica por su alto contenido paisajístico, sus playas y atractivos turísticos, siendo los destinos más seleccionados por los turistas tanto nacionales como internacionales, de hecho según cifras de ProColombia durante el año 2015 hubo un incremento del 14.3%, en el 2016 fue del 12%, en el 2017 del 21.9% en lo relacionado de la visita de extranjeros en el país, sin embargo, actualmente este porcentaje va en aumento en un 35.8%, teniendo en cuenta que esta cifra corresponde a lo compilado por ProColombia durante el primer semestre del año 2018, en correlación al mismo periodo del año anterior (PROCOLOMBIA, 2018).

En el caso de Cartagena de Indias el turismo se ha convertido en una oportunidad que impacta directamente proporcional al PIB de la ciudad, tal como lo demuestran cifras de proyecciones del Sistema de Información Turística de Cartagena de Indias SITCAR puesto que para el año 2014 los visitantes que llegaron a Cartagena gastaron alrededor de 1.023 millones de dólares para un total ingreso de aproximadamente 2.3 billones de peso durante ese mismo año (El Tiempo, 2015), dato que se sigue corroborando y fortaleciendo por esta entidad, puesto que para el 2018, se estima una cifra superior a los 40 mil millones de pesos colombianos, un aproximado de 12.364 millones de dólares, es decir lo equivalente al 15% del total de impuestos que recibe la ciudad y el 4% del PIB departamental (SITCAR, 2018a). Incluso durante la semana de receso a mediados del presente año se superó el ingreso de visitantes tanto nacionales como extranjeros, con un incremento del 36 % en correlación al año 2017 pasando de 47.968 a 65.303 pasajeros (SITCAR, 2018b).

Según frommer's (2009). Cartagena es considerada como la ciudad del caribe colombiano con más aceptación por parte de los turistas extranjeros, escogida dentro de los 12 destinos para visitar según una publicación de la revista frommers, siendo esta una influyente guía turística tenida en cuenta por los viajeros internacionales a la hora de planificar sus vacaciones, la cual

describe a la ciudad de Cartagena como un destino no solo de diversión sino igualmente romántico, ideal para las parejas, por sus callecitas bohemias llenas de colores, historia y romanticismo (Citado en Presidencia de la República, 2017), actualmente también se encuentra implícita la ciudad de Cartagena dentro de los destinos a visitar en Colombia, en la edición del año 2016 la revista en mención, al citar a Colombia como uno de los 16 mejores lugar para visitar (frommer's, 2016).

Por otro lado el portal estadounidense Kajak con mayores entradas de búsquedas para viajes, catalogó a Cartagena dentro de las 10 ciudades como destino favorito para la próxima temporada de vacaciones 2019, especialmente para despedir el año 2018, esto gracias a que las búsquedas por este medio hacia Cartagena, incluyendo renta de autos y hoteles, se incrementaron en un 45% a diferencia del año 2017 en este mismo periodo (SITCAR, 2018a), de hecho Cartagena se ha posicionado en un merecido 4 puesto junto a ciudades reconocidas de talla mundial como Italia, Venecia entre otras, según la guía digital estadounidense Conde Nast Traveler, reconocido como icono del buen gusto y la sofisticación a nivel mundial (Conde Nast Traveler, 2018).

Teniendo en cuenta que en la ciudad de Cartagena existe uno de los humedales costeros más grande e importante a nivel nacional, que cuenta con una superficie de 502.45km² recubierto de un extenso ecosistema manglar, y faunístico, como lo es la Ciénaga de la Virgen, este sitio es sin duda un lugar potencial para el desarrollo de actividades eco turísticas (EPA Cartagena, 2015a).

Debido a la importancia del sitio mencionado anteriormente, el objetivo de este trabajo reside, en diseñar un producto turístico adecuado que se adapte a las condiciones medioambientales de la Ciénaga de la Virgen de la ciudad de Cartagena, bajo los parámetros de la metodología del MINCIT con el fin de promover el aprovechamiento equilibrado del uso turístico y recreativo de la zona. Dando origen al siguiente interrogante: *¿Cuáles son las características requeridas para un producto turístico a partir de la metodología del MINCIT de Colombia que se adapte a las condiciones medioambientales, económicas y sociales de la ciénaga de la virgen?*

0.2 Objetivos

0.2.1 **Objetivo general.**

Diseñar una propuesta de producto turístico, a partir de la metodología del MINCIT de Colombia, para el turismo responsable de integración ambiental, económica y social, en la Ciénaga de la virgen de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia.

0.2.2 **Objetivos específicos.**

- Describir los elementos ambientales de vegetación, fauna, suelos y sociodemográficos de la comunidad local, en la Ciénaga de la Virgen que permitan la integración sostenible del producto turístico.
- Identificar los componentes de la estructura del producto turístico, la población del mercado objetivo y los pronósticos de posible demanda, para la selección de los servicios a incluir en el producto.
- Diseñar la propuesta del producto de turismo responsable sostenible e integrado, según la metodología de Mincit, en la Ciénaga de la Virgen.

0.3 Justificación

La costa caribe Colombiana es considerada como una de las principales regiones con mayor acogida de turismo a nivel nacional, por sus playas, historia, ecoturismo, cultura y sin fin de actividades que ofrece como atractivo turístico. Según el plan de desarrollo Primero la Gente (2016-2019):

La participación y posicionamiento de Cartagena de indias a nivel nacional es de 6.3% e internacional cerca del 20% por llegadas de negocio Su posicionamiento y participación en el mercado nacional (6.3% de las

llegadas aéreas nacionales) e internacional (cerca del 20% de las llegadas negocios-placer y más 50% de las llegadas vacacionales, según investigación de Proexport con IPSOS N. Franco). (Alcaldía Mayor de Cartagena, 2016, pág. 10)

Igualmente el MINCIT (2012) afirma en su último informe de investigación internacional de mercados para el plan de desarrollo turístico de Bolívar que el principal motivo del desplazamiento de los turistas de la región de Las Américas hacia Colombia, es por ocio y placer, donde las preferencias apuntan hacia vacacionar (43%) y visitar familiares y amigos (38%) (Citado en MINCIT, 2017). Cifra que ha venido en aumento según el plan sectorial de turismo 2014-2018, donde la participación en la incursión de turistas tanto nacionales como internacionales por visita a familiares y amigos creció en promedio en 3.5% anual y que se espera que se mantenga según el pronóstico hasta el 2030 representando para este motivo un 31% del total y en cuanto a vacacionar se visualiza un porcentaje de 54% con un crecimiento notable del 3.3% con respecto a lo estipulado en el 2012 (MINCIT, 2014).

Es por tanto que el reto del turismo se ha convertido en aumentar la competitividad de sus productos, servicios y destinos de tal forma que cada vez más se incremente el segmento de turistas, lo que hace necesario incursionar en la diversidad en las tipologías de productos turísticos y/o en la combinación de varios de ellos.

Según MINCIT (2018), en el plan sectorial del turismo 2018-2022, son los Parques Nacionales Naturales de Colombia uno de los destinos e donde se evidenció un crecimiento durante el año 2017 con 1.653.523 turistas entre nacionales y extranjeros (MINCIT, 2018a), lo que hace pertinente e imperioso posicionar el turismo de naturaleza en el país, enalteciendo su valor patrimonial y sin afectar su conservación, es decir hacer un aprovechamiento adecuado del recurso natural de la zona, de tal forma que se salvaguarden los principios de sostenibilidad (Niño & Posada, 2014). Teniendo en cuenta que el centro histórico de Cartagena recibió el certificado de destino turismo sostenible por parte de ICONTEC (universal, 2015), todas las iniciativas de tipo turístico realizadas en la ciudad deben basarse en ese componente.

En el caso del producto turístico a diseñar, para este trabajo, es el manglar un elemento de singular importancia puesto que existen dentro de la Ciénaga y corresponde a un ecosistema complejo formado principalmente por vegetación arbórea, la fauna y la flora interrelacionadas, los cuales desempeñan una función importante en cuanto a la protección de las costas, puesto que sirven de alojamiento a una gran cantidad de ecosistemas, bien sea acuáticos, anfibios o terrestres; además de ser considerados un potencial atractivo turístico por su alto valor paisajístico (Licero Villanueva, 2013).

En la ciudad de Cartagena de indias existen variedades de mangles, sin embargo los más comunes son: Mangle rojo, Mangle Prieto, Mangle Zaragoza, Mangle Blanco y Mangle Negro, que se encuentran ubicados en la Ciénaga de las Quintas, Caño Juan Angola, Ciénaga de Basurto y Ciénaga de la Virgen. A pesar de la importancia de los mangles por su contribución a la protección de la biodiversidad de la ciudad, a lo largo de la historia ha sido impactado negativamente por las acciones antrópicas, que se ha incrementado paralelamente con el crecimiento de la población (EPA Cartagena, 2015b).

Por otra parte, Cartagena cada día es un destino turístico apetecido por parejas en busca de tranquilidad, contraer nupcias, o simplemente atesorar recuerdos juntos, por lo tanto la demanda de visitantes en parejas se ha incrementado gradualmente (SITCAR, 2017; Mincomercio Industria y Turismo MinCIT, 2017). De tal forma que este sector de demanda, se constituye como importante, en el momento de diseñar un producto turístico como el que se pretende realizar en esta investigación.

0.4 Antecedentes de la investigación

El estado del arte referente al turismo sostenible está constituido por estudios tanto Colombianos como extranjeros más representativos del tema, los cuales se describen a continuación:

La industria del turismo ha evolucionado a través de los años, tanto así que la hotelería no solo se centra en brindar el servicio de hospedaje a los visitantes sino igualmente servicios adicionales como entretenimiento y movilización durante su estadía, sin embargo también se han incorporado conceptos como turismo responsable y ecoturismo es por esto que cada vez se busca

integrar al medio ambiente involucrando a los nativos del destino turístico, sin ocasionar daños en su cultura y que de una u otra forma contribuyan en la conservación de su entorno natural a través del tiempo (Figueroa & Zambrano, 2014).

Las interrelaciones entre el turismo y el paisaje, han sido poco estudiadas bajo el enfoque científico, a pesar que el turismo sostenible no es un tema nuevo, sin embargo solo recientemente se está incluyendo el paisaje en los trabajos de planeación turística. Santos, Fernández & Muñoz (2016) profundizan en las bases teóricas de esta interrelación analizando detalladamente el uso e inclusión del paisaje en los programas de planificación de destinos turísticos de Andalucía, España, en aplicación de la estrategia de turismo sostenible.

Las mencionadas interrelaciones se realizan a través de una revisión bibliográfica y documental sobre las relaciones teóricas y conceptuales entre turismo y paisaje, posteriormente se realizó una categorización de los programas en función de los niveles de consideración y tratamiento del paisaje en los programas de turismo sostenible analizados, clasificándolos en tres categorías: Programas con inexistentes o escasas referencias y contenidos paisajísticos; Programas con enfoque o tratamiento principalmente descriptivo del paisaje; Programas con consideración y tratamiento más profundo del paisaje. Conceptualización y/o caracterización detallada. Desde finales de la década pasada el paisaje ha sido incorporado en sus documentos de planificación; sin embargo lo que en definitiva ha prevalecido es la inexistencia de una asunción generalizada de los postulados de las políticas de paisaje por parte de los agentes promotores de los planes analizados (Santos, Fernández, & Muñoz, 2016, pág. 199).

Otra publicación tomada como referencia a la hora de determinar una metodología eficaz para el presente trabajo de investigación, es la siguiente:

Felix Massa (2017) afirma que “El turismo y la recreación asociados a los espacios naturales protegidos han alcanzado un importante valor económico que además puede contribuir a la protección de los recursos naturales” (p.5). Sin embargo un turismo no responsable puede ocasionar daños irreversibles en los ecosistemas de un entorno natural, puesto que el desarrollo de las actividades turísticas puede convertirse en un riesgo ambiental.

El foco de esta investigación fue de diseñar una propuesta de gestión sostenible del turismo para el humedal protegido Laguna y Arenal de Valdoviño, en España, que permitiera mitigar los

impactos negativos e incentivar el aprovechamiento adecuado del uso turístico, al mismo tiempo que caracteriza la demanda del Espacio Natural Protegido ENP y estima el valor de los beneficios económicos que genera la conservación de este humedal. El método empleado fue el de valoración contingente MVC, el proceso metodológico consistió en cuatro fases la primera teórico-analítica, que permitió identificar las variables estudiadas, la segunda descriptiva analizando la estructura socioeconómica del municipio, la tercera empírica-analítica, pretendiendo indagar la percepción de los visitantes con respecto al ENP, y por último la fase interpretativa. El estudio destacó que el sitio es visitado 15 veces al día, con una duración de medio día siendo el flujo prácticamente en su totalidad turístico recreativo. Si bien la probabilidad de repetición de la visita se asocia con la proximidad geográfica y se reduce intensamente para los visitantes no gallegos. Del mismo modo que son los del área más próxima los que realizan visitas más prolongadas (Felix, 2016, pág. 206).

Esta organización descrita en cuanto al proceso metodológico permite estar asociada a la establecida por el Viceministerio de Industria y Turismo en Colombia, conducirá el hilo en cuanto a la planificación y gestión del diseño de un plan turístico de parejas como alternativa de turismo sostenible en la Ciénaga de la Virgen en Cartagena.

Antecedentes en otros países, como en el caso de Ecuador, cuando su mayor atractivo turístico es la biodiversidad, se considera que esos atractivos deben potencializarse y ser conducidos a través de una adecuada promoción turística, tal como lo describen Figueroa & Zambrano (2014) en su estudio de factibilidad para la implementación de un ECO-Resort en la playa Canoa, orientado a convertirse en un atractivo del turismo de parejas en Ecuador, los autores elaboraron un estudio de mercado y diseñaron una propuesta de marketing, a través de una metodología de análisis cuantitativo-deductivo para identificar la factibilidad y los factores que este Eco-Resort representaba, concluyendo que la aceptación de la propuesta fue del 79% por parte de los visitantes de la playa de canoa, Manabí. Este antecedente destaca la importancia de la revisión de viabilidad comercial cuando se trata de diseñar un producto turístico, como en este caso para la Ciénaga de la Virgen de Cartagena de Indias.

Villanueva (2016). En el estudio *“turismo sostenible y conflicto por el uso de los recursos estudio de caso: Patagonia chilena, Región de Aysén”* enfocó al turismo sostenible en un espacio natural desde la perspectiva de la relevancia ambiental, en particular se investiga el caso de la región de Aysén de la Patagonia chilena, teniendo en cuenta los tres sub-componentes: la

sostenibilidad económica, sostenibilidad social y la sostenibilidad ambiental. La metodología empleada se basó en una estrategia integradora que combina aspectos tanto de las geografías críticas como de la geografía humanística, que permitió identificar las variables de Modelo de turismo sostenible (variable dependiente) y la dinámica turística local (variable independiente), para el análisis cualitativo basado en la teoría fundamentada se empleó el programa *ATLAS- Ti*. Dentro de las conclusiones se estableció como “respuesta a la hipótesis planteada que a mayor dinámica turística local mayor es el indicio de un modelo de turismo sostenible fuerte o integrado en un espacio turístico natural” (Inostroza, 2016, pág. 215).

Esta investigación contribuiría en afianzar la importancia de establecer una dinámica turística local, para efectos del diseño de producto.

Por otro lado en Colombia por su alto contenido de biodiversidad se ve en la necesidad de cuidar y hacer buen uso de los recursos naturales, por lo cual a lo largo de estos últimos once años se han impulsado iniciativas como el turismo sostenible, invitando cada día a pequeños, medianos y grandes empresarios que le apuesten a este tipo de industria turística, Pinzón (2013). En su artículo de revisión literaria acerca del turismo sostenible durante estos últimos once años, a través de una metodología descriptiva y exploratoria, teniendo en cuenta el análisis de fuentes tanto primarias como secundarias; concluye que:

La Red de Turismo Sostenible de Colombia en estos 11 años ha trabajado por incentivar no solo a estudiantes, empresarios, comunidades e instituciones que hacen parte de la actividad turística, sino que ha sembrado un sentimiento de reflexión en todos los actores que participan en la industria, para que de este modo se aporte al desarrollo del turismo en el país y se adopten conductas de responsabilidad social, ambiental y económica (Pinzón, 2013, pág. 273) .

Desde la perspectiva del “ser humano”, éste se encuentra genéticamente inclinado a responder positivamente ante la belleza de su ambiente natural, lo que hace que hoy en día que la presencia de experiencias como eco resort, como en el caso del municipio El Tambo, Nariño (Colombia) en donde Delgado & Pantoja (2016) diseñaron una propuesta que buscó integrar los atractivos existentes en el entorno natural del municipio, con el objetivo de resaltar la valoración de la calidad visual del paisaje, buscando integrar la riqueza en biodiversidad, la geología y minería del municipio a través de la “Ruta del Oro”, para ello se empleó un método analítico, el cual determinó los sitios de mayor potencial para implementar la propuesta, concluyendo que

aquellos sitios de mayor altitud que poseen geoformas, con una mayor cobertura vegetal, y que simbolizan un valor de identidad para la población local., destacando los de mejor valoración de calidad visual paisajística. La metodología podría ser efectiva para otros casos de diseño de propuestas turísticas o de ordenamiento del territorio, por su fácil aplicación, al momento de incorporar los diferentes actores que intervinieron en la calificación, permitiendo al cumplimiento del objetivo propuesto en su totalidad (Delgado & Pantoja, 2016).

Es importante mencionar que entre los lineamientos para la planeación del turismo sostenible se debe tener en cuenta los componentes: político, social, económico y ambiental, Roldán (2012), donde se identifiquen los principales actores participantes involucrados tales como: las instituciones del gobierno, organizaciones comunitarias, organizaciones no gubernamentales, turistas y comerciantes privados, otros actores dedicados a actividades legales o ilegales que afectan la sostenibilidad del turismo, de tal forma que en conjunto se pueda trabajar en una conservación ambiental integral, con el fin de evitar la proliferación de un turismo segregado.

Esta investigación descrita y que fue realizada en el corregimiento de San Francisco de Asís, ubicado en la zona costera sur del municipio de Acandí, del departamento de Chocó, Colombia, utilizó una metodología participativa, con técnicas de etnografía y talleres con la comunidad, dieron como resultados que la consolidación de los cuatro componentes: el socio-político, socio-cultural, socio-ecológico y socio-económico, representan un papel cada uno; el primer componente se proyecta un proceso participativo con todos los actores involucrados; el segundo, identifica las tradiciones culturales y las fusiona con las actividades turísticas; el tercero, convoca a todos los actores para crear conciencia del turismo responsable y sus obligaciones en él; por último el cuarto componente esboza las recomendaciones y oportunidades de bienestar económico tanto para empresarios de la zona como para la población local (Roldán, 2012).

En relación con lo anterior y como experiencia interesante y exitosa de señalar, en acopio de información de fuentes bibliográficas como propuesta de indicadores para delimitar la sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental es la experiencia denominada “Tren Crucero como producto turístico sostenible, en el Ecuador, que promueve la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales, contribuyendo significativamente para su desarrollo. La batería de esta investigación revisa, entre otros, los siguientes aspectos (Monge & Yagüe Perales, 2016):

- Indicadores de sostenibilidad económica como: empleo local directo, indirecto, inversiones del exterior, mejora en infraestructura, creación de instalaciones de ocio para aprovechamiento de la población local.
- Sostenibilidad ambiental: conservación de sitios, conciencia medioambiental, mejora de gestión del medio ambiente, contaminación, sensibilización al turista, planificación de calidad ambiental, impactos estéticos y paisajísticos, tratamientos de basura.
- Sostenibilidad cultural: recuperación de memoria histórica, influencia en la estructura social de la región, mejores servicios complementarios, reducción de la discriminación sexual, vínculo de intercambio cultural, aumento de dotación cultural y educativa, capacitaciones, grado de conflicto turista residente, puestos de trabajo, molestias en la población local.

Sin duda entonces, las investigaciones enunciadas, se constituyen en un referente bibliográfico para efectos del diseño propuesto en la investigación, teniendo presente a las comunidades.

0.5 Metodología

0.5.1 Tipo y método de investigación.

Este estudio es de corte transversal, de tipo descriptivo con componentes analíticos, teniendo presente que para el diseño propuesto, se tomarán en cuenta el funcionamiento actual de la oferta en su estado actual y que se realizará una propuesta de diseño.

El método empleado es el analítico deductivo. Analítico porque revisa las condiciones diagnosticas de los actores turísticos en el territorio e identificación del mercado con el fin de elaborar el diseño del producto turístico con las características adecuadas al sitio.

La metodología de diseño de productos a grandes rasgos incluye:

Identificar y categorizar los recursos disponibles sean estos humanos, atractivos turísticos, servicios y equipamiento, infraestructuras, accesibilidad, perfil del cliente y según lo establecido por el Mincit en Colombia debe tener “su propio proceso de investigación, evaluando la calidad de las ofertas contrastándolas con lo que la demanda le exige, articuladas a su manera con paquetes

u ofertas específicas con costos determinados”, para posteriormente colocar en el mercado(MINCIT, 2018b).

Procedimientos: En primera instancia, se realizará una revisión bibliográfica, sobre artículos de revisión, donde varios autores exponen su punto de vista, interpretando investigaciones anteriores principalmente sobre producto turístico y turismo responsable. En segunda instancia, se hará una revisión de elementos ambientales de la Ciénaga de la Virgen, que indiquen las condiciones de Flora, Fauna, Caños y la Ciénaga en si misma; así como los aspectos sociodemográficos de la comunidad y la accesibilidad al sitio; esta descripción a través de la observación en campo y de estudios realizados principalmente por el EPA (Establecimiento Público Ambiental) y otras fuentes, para efectos de la valoración turística dada las condiciones de singularidad de la Ciénaga.

Seguidamente se estructurara el producto mediante el inventario de atractivos de la Ciénaga, infraestructura turística de la zona (proveedores turísticos locales), e identificación de la oferta que existe, tomando como referente el modelo del MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) que indica el equipamiento de servicios básicos, actividades actuales y relacionadas con el recurso. Luego se describen las características del posible mercado turístico, con pronósticos de demanda. Finalmente, después de la lectura y análisis del diagnóstico del sitio donde se desarrollará el proyecto Ciénaga de la Virgen, se procederá al diseño del producto, con la estructuración de la ruta turística, tiempos y valores de los posibles recorridos.

Delimitación Espacial

Este trabajo investigativo, para el diseño, tendrá lugar en la Ciénaga de la Virgen, son reconocidas por su extensa área manglarica que subsisten en ellos, hacen parte del sistema de caños y lagos internos de la ciudad de Cartagena de Indias, se extiende desde la vía perimetral hasta la Bocana.

0.5.2 Población y muestra.

Para efectos del estudio de Mercado: utilizar la identificación histórica de los turistas, tanto nacionales como internacionales; datos suministrados por los hoteles que participarán en el diseño del producto y estudio particular de turistas alojados en los hoteles aledaños a la zona de la ciénaga de la Virgen catalogados de 4 estrellas. Para efectos del diseño de producto incluir la descripción

de organizaciones y establecimientos públicos y privados, que se encuentre alrededor de la zona de estudio.

0.5.4 Fuentes y técnica de recolección de información.

Las técnicas de recolección de datos a emplear para realizar serán:

Los cuestionarios, para recolectar información acerca de las características y preferencias del mercado objetivo, así como los actores turísticos: hoteles, agencias, operadores, transportes, entidades gubernamentales.

Formatos para el registro del inventario de atractivos, para armar el catálogo de categorización que sean de interés para el producto, con los formularios de inventarios 2009, MINCIT, Colombia:

En cuanto a las técnicas de investigación, se utilizará la técnica documental y la técnica de campo:

Técnica documental: permitirá la recopilación de la información por medio de las fuentes primarias y secundarias para sentar las bases de las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos.

Técnica de Campo: permitirá la observación del estado de la Ciénaga de la Virgen, valoración técnica, la elaboración del inventario de recursos que hacen parte del producto y la caracterización de la población aledaña.

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Marco Legal

La Ley 99 de 1993 Crea la Política Ambiental Colombia a través de la creación del Ministerio de Medio Ambiente, como entidad pública encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables. A la vez, se ordena la conformación del Sistema Nacional Ambiental - SINA y se dicta otras disposiciones en relación al manejo y gestión del componente ambiental en el país. En su artículo 1- inciso 10 dispone la acción para la protección y recuperación ambiental como una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad y las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. Siendo función del Estado apoyar e incentivar la conformación de organismos no gubernamentales para la protección

ambiental y delegar en ellos funciones específicas de competencia. En el inciso 12 del artículo mencionado anteriormente, se señala el manejo ambiental, conforme a la Constitución Nacional, siendo este de carácter descentralizado, democrático y participativo (EPA Cartagena, 2015a).

Por otra parte, anteriormente y mediante el decreto 1200 de 20 de abril de 2004. El Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo, reglamentan los instrumentos de Planificación Ambiental, además define los PGAR - Planes de Gestión Ambiental Regional a cargo de las Corporaciones Regionales con vigencia mínima de 10 años.

Seguidamente en el año 2012 se promulgo el Decreto 1640 del 2 de Agosto de 2012 por parte del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible que reglamenta los instrumentos, para la planificación, ordenación y manejo de las cuencas hidrográficas y acuíferos; por otra parte también se estableció la Política para la Gestión de la Biodiversidad y sus servicios Ecosistémicos (PNGIBHSE) que busca promover la gestión integral de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos, a partir de la resiliencia de los sistemas socioecológicos, considerando escenarios de cambio y a través de la acción conjunta, coordinada y concertada del Estado, el sector productivo y la sociedad civil, enmarcando y orientando la formulación e implementación de instrumentos ambientales de gestión (políticas, normas, planes, programas y proyectos) para la conservación en sus diferentes niveles de organización, además de ser base de la articulación interinstitucional y parte fundamental en el desarrollo del país(EPA Cartagena, 2015a).

La Ciénaga de la Virgen es considerada de vital importancia marcada como un humedal de orden prioritario para su planificación y manejo sostenible, tal como es designado por la resolución No. 0947 de diciembre 09 de 2003 expedida por la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique CARIDQUE, “Por la cual se declara en ordenación la cuenca de la Ciénaga de La Virgen y se dictan otras disposiciones” declarando a la Ciénaga de la Virgen como una de las cuencas hidrográficas de mayor trascendencia e incidencias en el desarrollo y salubridad de las poblaciones locales de las comunidades aledañas a esta (EPA Cartagena, 2015b).

Sin embargo a pesar de ser considerada uno de los más grandes cuerpos de agua que posee la ciudad de Cartagena es desaprovechada en cuanto a la productividad que por su gran biodiversidad y su conexión a la bahía de Cartagena, los caños y las lagunas que recorren todo el corralito de piedra, permitiendo convertirse en una ruta ecológica que contribuya a la generación de empleo local, además de su mantenimiento sostenible y sustentable(EPA Cartagena, 2015a).

1.2. El turismo, producto, diseño y modelos de desarrollo turístico.

Para efectos de contextualizar el diseño del producto es importante documentar, desde las investigaciones realizadas, el turismo, el producto turístico y sus tipologías.

(Balsev Clausen & Velásquez, 2013) Indican que el turismo, no es un elemento general de la época actual y que algunos rasgos centrales del turismo (Huyssen 2010) son:

“El movimiento, inscrito como como premisa de todas las actividades humanas contemporáneas la segunda es la apertura los fenómenos dentro de la modernidad están abiertos a la incorporación constante de nuevos elementos, el tercero es la libre elección los turistas o usuarios escogen opciones razonablemente libres, la cuarta las elecciones de los usuarios del turismo no están guiadas por consideraciones racionales o utilitarias, aunque éstas sin duda están presentes. La elección descansa en consideraciones de sentido, de símbolos, de visiones compartidas sobre lo bello, lo “mágico” y lo novedoso entre otras motivaciones. Se viaja, para encontrar “algo”, fuera de lo cotidiano. Una quinta característica es la capacidad para absorber y utilizar elementos externos que son integrados a las lógicas particulares de dichos fenómenos, abierto a nuevos intereses y nuevas prácticas.

Para la construcción del conocimiento y la teoría del turismo, se podría revisar la enunciación de un campo de análisis y la articulación de los ejes que lo componen desde el pensamiento complejo y la transdisciplina, con la posibilidad de realizar abordajes partiendo de los cuatro ejes bien definidos que lo conforman: Tiempo, Espacio, Motivaciones y Actividades, ejes que también tienen dimensiones (Campodonico & Chalar, 2011). Sin duda esos mismos ejes, se encuentran previstos en un producto turístico.

En cuanto a la conceptualización de un producto turístico según lo define el autor Santos (2011) es:

“Todo aquello tangible o intangible, que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Por lo tanto, pueden considerarse productos tanto objetos materiales y

bienes como servicios, personas, lugares, organizaciones o hasta incluso ideas” (Citado en Saravia & Muro, 2016, pág. 57)

Por consiguiente y partiendo del anterior concepto, un producto turístico está integrado por los siguientes componentes: Atractivo, elemento natural o cultural; Planta turística, equipamiento de servicios e instalaciones; Infraestructura, red de servicios sociales de toda comunidad, tanto en red interna como externa.

Ahora bien para el *Diseño de productos*, un nuevo producto debe tener en cuenta satisfacer una necesidad, lo que implica crear una conexión con el consumidor final, para lo cual se hace importante estudiar las nuevas tendencias de exigencias. De ahí que autores como Machado y Hernández, plantean la necesidad de realizar un procedimiento interactivo con el fin de diseñar productos turísticos integrados que abarque la demanda insatisfecha en el mercado, este proceso desarrollado en varias fases que involucra tanto el marketing mix, como análisis de la situación y demanda del mercado, a través de matriz como el DOFA, que permite identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, con el fin de perfilar estrategias para optimizar el posicionamiento del producto en el mercado, igualmente de la mano a los respectivos análisis de la demanda y oferta, se elabora un inventario de recursos, definiendo los atributos y concepto del nuevo producto según los requerimientos de segmentos de mercado. Por último se crea un sistema de evaluación y control tanto preventivo como correctivo (Arroyo, 2017)

Si bien es cierto que al hablar de turismo sostenible se debe buscar el equilibrio entre dimensiones económicas, ambiental y socio-cultural, es por tanto que hoy por hoy los empresarios y administradores del turismo le apuntan a mercados más responsables con su entorno social, ambiental y cultural, es aquí donde entra en juego la cadena de valor la cual se pretende incluir a las comunidades de bajos ingresos que rodean la propuesta turística a proyectar, creando vínculos entre el empresario, los turistas y las regiones locales, para genera una experiencia agradable y segura para los turistas que serán los principales voceros. Ese turismo, si es catalogado como un factor de desarrollo local, requiere la planeación y ejecución de modelos que reflejen la interacción entre los turistas y el entorno al que piensan incursionar incluyendo los nativos de la región (Linares, 2013).

A continuación y dadas las condiciones de Cartagena, como destino turístico posicionado, se estima importante conceptualizar en términos teóricos los principales modelos de turismo sostenibles, desglosando sus objetivos y fundamentos tanto teóricos como prácticos.

Modelos de Desarrollo Turístico e Impactos ambientales. Las Nuevas coordenadas De acuerdo con Bosch Campubrí (1998), los modelos de desarrollo turísticos se podrían resumir en dos tipos básicos: intensivo continuo y extensivo puntual. Por un lado el intensivo continuo sigue las directrices de un modelo de desarrollo turístico tradicional, donde las características principales corresponden a la densificación urbanística y por ende deterioro del paisaje natural y del ambiente, ocasionando como efectos colaterales y adversos fuertes impactos negativos sobre el medioambiente; por otro lado el extensivo puntual corresponde a los modelos alternativos de desarrollo turístico, basados en un desarrollo horizontal y equilibrado que incentiva a la recuperación y el adecuado aprovechamiento de los recursos y del paisaje (Solano, 2016).

Según Mazaró&Varzín (2008), los extensivos puntuales, *“son caracterizados por una importante prevención de la contaminación y por una preocupación por la protección de los espacios naturales, mientras se incorporan los recursos culturales”* (Citado por Solano, 2016, p29).

Las referencias bibliográficas encontradas estos dos modelos turísticos son un claro ejemplo de dos contrastes de desarrollo turístico, siendo el modelo intensivo continuo catalogado como tradicional y el extensivo puntual como moderno en respuesta a las características de un nuevo modelo alternativo que mantenga los factores y las cuatro grandes fuerzas como consumidores, tecnología, producción y gestión siempre apuntando a las nuevas coordenadas de la gestión del espacio turístico.

Dichas fuerzas se encuentran determinadas por un conjunto global y competitivo en donde interactúan factores como la flexibilidad, segmentación y conciencia del entorno medioambiental son condicionantes para el progreso turístico.

Siguiendo los lineamientos de Bosch Campubrí (1998), los autores Mazaró&Varzín (2008) afirman que es necesario realizar modelos puntuales:

“El foco de análisis de los autores es el medioambiente y bajo este prisma apuntan como las nuevas coordenadas de la gestión del espacio turístico”... “creciente sensibilidad ante la degradación paisajística y los costos medioambientales del crecimiento turístico”... “protección de espacios

naturales, como franjas litorales, islas, ríos, montañas, flora, etc.”... “potenciación de los recursos naturales como oferta alternativa y que permita recuperar el territorio como atractivo esencial: los senderos, caminos de ronda, antiguos trazados ferroviarios, etc.” (Citado en Solano, 2016, pág. 30).

Modelo del Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos [SIIC]. A partir de Porter (1990), que define los cuatro atributos que promueven - o impiden - la creación de la ventaja competitiva nacional, Toledo, Valdez y Polero (1998) proponen un modelo teórico referencial que orienta metodológicamente los análisis y estudios sobre la integración de los elementos del sistema turístico y sus interrelaciones en un clúster. Un enfoque holístico y a partir de la teoría general de los sistemas, se considera que el sector de turismo, específicamente un clúster turístico, es un sistema abierto con equifinalidad, configurado para alcanzar la competitividad sustentable (Citado en Solano, 2016)

Según diversos autores, son fundamentales, las características de un clúster puesto que son intrínsecas a la globalización, puesto que integra a distintas instituciones intersectoriales mixtas con un objetivo en común, bien sean gubernamentales, no gubernamentales, universidades, de capacitación de la fuerza de trabajo, incubadoras de proyectos, asociaciones comerciales de clase, agencias de información, órganos de investigación y de soporte técnico (Solano, 2016).

Un clúster está formado por empresas independientes unidas informalmente para poder ofrecer al cliente ventajas diferenciales. Según Musa (2001), “*constituye una forma alternativa de organizar la cadena de valor a través de redes de alianzas y sociedades entre las empresas de forma tal de aumentar y facilitar la flexibilidad para superar la rígida competencia tradicional*” (Citado por Solano, 2016, pág. 32).

Por otra parte, *El modelo del Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos [SIIC]* está constituido por cinco factores y sus interrelaciones en el sistema turístico: siendo los dos primeros, la masa crítica y la naturaleza de la demanda acreedores de las mismas características de crear condiciones básicas para el desarrollo del clúster, permitiendo un punto de partida para su planificación estratégica (Mazaro & Varzin, 2008).

Según el autor Porter (1993) “la estrategia competitiva se basa en una rivalidad interna vigorosa, sin restricciones y en igualdad de condiciones para competir, resulta en un ambiente fértil en el

cual las empresas del clúster pueden crecer competitivamente”(Citado por Mazaro & Varzin, 2008, pág. 799).

Este tipo de competición exige estrategias actualizadas y un constante refuerzo en cuanto a innovaciones para satisfacer mejor las necesidades del cliente.

Otra perspectiva es la Clasificación de Destinos Turísticas - The Premier-ranked Tourist Destinations. Los autores Genest & Legg (2003), la describen como una metodología, cuya funcionalidad se basa en mensurar el status competitivo o situación de mercado de una destinación turística, es decir, que es una herramienta que sirve de instrumento al servicio de la gestión y su intento es involucrar todos los elementos y variables críticas del contexto competitivo para destinos turísticos (Genest & Legg, 2010).

Según las recopilaciones bibliográficas esta metodología está estructurada de la siguiente forma:

Capturar los atributos/factores/condiciones considerados necesarios para que una destinación turística sea percibida como en posición competitiva privilegiada;

Identificar debilidades y amenazas que puedan ser administradas o contornadas.

Identificar fuerzas y oportunidades que puedan ser utilizadas para crear ventajas competitivas sustentables;

Promover la acción coordinada entre los diferentes sectores, favoreciendo el consenso sobre las prioridades para acción futura.

La evaluación consiste en un proceso analítico sistemático de las condiciones de competitividad del destino por medio de tres dimensiones de análisis: de producto, de desempeño y de futuro, incluyendo medidas de sustentabilidad y de interrelaciones de los factores (Mazaro & Varzin, 2008):

La dimensión producto evalúa las condiciones de la oferta turística del destino y su capacidad de proporcionar experiencias impactantes al visitante, a través de los siguientes atributos: recursos y atractivos esenciales; calidad y masa crítica; satisfacción y valor; accesibilidad; y equipos y servicios.

- La dimensión desempeño evalúa los resultados del sector y si el destino tiene éxito en proporcionar experiencias de calidad a los visitantes, por medio de atributos e indicadores del flujo turístico, ocupación y rentabilidad, y reconocimiento crítico e imagen.

- La dimensión futuro evalúa la capacidad del destino de mantenerse competitivo a lo largo del tiempo, analizando los factores y atributos de las estrategias de marketing, innovación y renovación y sustentabilidad local.

Ahora bien el Modelo Conceptual de Competitividad y Sostenibilidad para Destinos Turísticos. Es el modelo presentado por Ritchie y Crouch (2003) es fruto de sus estudios e investigaciones en turismo a lo largo del último decenio motivado por el incremento de la competitividad en el mundo del turismo (Mazaro & Varzin, 2008). En la evaluación de los autores, el cambio más significativo entre los inicios de la presentaciones del modelo originalmente y sus cambios posteriores está en que los factores política turística y administración del destino antes tratados en separado y de manera independiente, pero en el contexto de la competitividad actual se los consideran de mutua y estrecha interdependencia y se los interpretan como elementos responsables por la necesaria conexión entre el deseado – planos - y las acciones de que se ocupa a diario una destinación - programas. Para ellos esta es una categoría indispensable para que se engendren las condiciones bajo las cuales el turismo pueda desarrollarse de manera apropiada y sostenible (Ritchie & Crouch, 2003).

Según los autores Mazaro & Varzin (2008) *“La misión de la administración es realzar el atractivo originado en el rango de recursos primario y de soporte, fortalecer la calidad y la efectividad y por fin adaptar los recursos de la destinación a los determinantes competitivos”* (Mazaro & Varzin, 2008, pág. 803).

En cuanto al significado de política de turismo, como parte fundamental para el producto turístico, ésta requiere un análisis a través de tres dimensiones: la estructura de la política, que establece un esquema de interrelación dentro del cual los contenidos específicos pueden ser formulados; un proceso sistemático de formulación política que involucra los diferentes y complementarios grupos de interés en turismo, a su vez este proceso es influenciado por la dinámica e interacción de los actores y factores del sistema, una vez que presupone una base mínima de consenso entre los agentes para que definan la estructura y contenido de esta misma política para el turismo de una determinada destinación (Solano, 2016).

Como un último elemento de categoría de factores que integran un modelo conceptual están orientados a los calificadores y potenciadores determinantes. Algunos de estos factores están relacionados a la localización geográfica y capacidad de carga de la destinación que se caracterizan por ser involuntarios y respecto a los cuales, a la gestión solamente cabe potenciar; a la vez, otros

factores como la seguridad, la imagen, costo/valor y niveles de interdependencia de los destinos que están condicionadas por estrategias definidas y manejadas por los gestores del turismo local en conjunto con los demás agentes y apostadores (Mazaro & Varzin, 2008).

En cuanto a describir el *Modelo de desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local*, el propósito de éste modelo es establecer la relación de las dimensiones sociales, económicas, y ambientales del desarrollo sostenible vistas desde las diversas áreas y disciplinas que las integran con la identificación de indicadores a tal efecto con iguales dimensiones del desarrollo local, de forma interrelacionada.

Este modelo pretende brindar con exactitud la relación turismo- localidad, permitiendo a los gobiernos locales contar con una herramienta de evaluación y de esta forma poder tomar decisiones más precisas en dicha relación.

Las debilidades de este modelo según Linares (2013) son:

No se fundamentan sobre la base de la teoría compleja.

- Sus relaciones se basan sobre lo lineal, lo estático, utilizando modelos matemáticos y estadísticos.
- No se realiza una interrelación entre las dimensiones del desarrollo sostenible, en los casos en los que es abordado.
- Existencias de indicadores para destinos turísticos en el 40% de los modelos analizados.
- Constituyen la base teórica – metodológica para la actual investigación (Linares, 2013).

Las ventajas que trae consigo la elaboración del modelo son las siguientes (Linares, 2013):

- El análisis a través de indicadores del desarrollo turístico sostenible y del desarrollo local.
- Contempla al destino turístico como un sistema complejo.
- Analiza el comportamiento del desarrollo turístico sostenible sobre las localidades donde se desenvuelve.
- Utiliza técnicas de inteligencia artificial, para evaluar la sostenibilidad y la interrelación a través de indicadores del desarrollo turístico sostenible y del desarrollo local.
- Aplicable a cualquier tipo de destino turístico.

Un modelo a juicio del autor referenciado, constituye una representación de la realidad, contemplando técnicas científicas, que posibilitan la consideración de aspectos de esa realidad que no pueden ser obviados, por lo que resulta necesario en su confección, concebir un cuerpo de justificaciones que sustenten su elaboración, y la fundamenten, tanto teórica como metodológicamente, en el caso del modelo de desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local, entre sus fortalezas se puede apreciar la utilización de un conjunto de indicadores normativos comunes para todos los destinos y acordados en el convenio para el establecimiento de la Zona de Turismo Sustentable del Caribe (ZTSC), así como el establecimiento de un conjunto de indicadores locales propuesto a tal efecto (Linares, 2013).

El modelo está desarrollado en cuatro etapas

- Primera etapa: corresponde a la determinación del propósito de la evaluación de la sostenibilidad, donde será necesario definir y seleccionar un grupo o individuo interesado en la evaluación, acordar una secuencia de tareas y métodos, así como establecer un proceso de comunicación constante.
- Segunda etapa: en esta fase se definirá el destino turístico y con este la localidad, para establecer la relación deseada, entre el desarrollo turístico sostenible y el desarrollo local. Se realizará un diagnóstico que parte de la exploración inicial facilitando conocer en detalle las características propias de la selección.
- Tercera etapa: esta etapa corresponde a la propuesta de indicadores para el análisis tanto del desarrollo turístico sostenible como para el desarrollo local, teniendo en cuenta las características propias del destino turístico objeto de estudio y las particularidades existentes. En esta fase es donde se recolectarán los datos apropiados para cada indicador propuesto.
- Cuarta etapa: se interrelacionan los indicadores propuestos para el desarrollo (Linares, 2013).

Teniendo en cuenta las referencias biográficas se realizó un recopilado de los distintos modelos turísticos para la elaboración productos turísticos, comprando sus elementos, factores, funcionalidad y dimensiones de sostenibilidad descritas anteriormente (Tabla 1).

Tabla 1 Modelos para la elaboración de productos turísticos

Modelo turístico	Dimensiones de sostenibilidad	Elementos, factores y fuerzas que se involucran	Funcionalidad	Autores
Modelos de Desarrollo Turístico e Impactos ambientales. Las Nuevas coordenadas.	Medio Ambiental	Intensivo continuo. Tradicional, agresivo con el entorno ambiental que lo rodea. Extensivo Puntual. Consumidores, tecnología, producción y gestión	Donde las características principales corresponden a la densificación urbanística y por ende deterioro del paisaje natural y del ambiente. Los modelos alternativos de desarrollo turístico por el contrario, son basados en un desarrollo equilibrado que incentiva a la recuperación y el adecuado aprovechamiento de los recursos y del paisaje	Bosch Campubrí (1998) Bosch Campubrí (1998)
Modelo del Sistema Interfuncional Integrado de la Competitividad en Destinos Turísticos [SIIC].	Económica	Cinco factores y sus interrelaciones en el sistema turístico: los dos primeros, la masa crítica y la naturaleza de la demanda tienen las características de crear condiciones básicas para el desarrollo del cluster,	Orienta metodológicamente los análisis y estudios sobre la integración de los elementos del sistema turístico y sus interrelaciones en un cluster	Porter (1990) toledo, valdez y polero (1998)

Premier – ranking	Económica con rasgos culturales y medioambientales	Recursos y atractivos esenciales, calidad y masa crítica, satisfacción valor, accesibilidad, ocupación y rentabilidad, reconocimiento crítico e imagen; marketing; innovación y renovación y sustentabilidad local.	Desarrollar metodología para auto-evaluación y clasificación competitiva de destinos.	Genest y Legg (2003)
Competitividad de destinos	Medioambiental, cultural, económica y gubernamental.	Recursos innatos y atractivos esenciales; recursos de soporte; administración de destino; política; planteamiento y desarrollo; clasificadores y potenciadores determinantes.	Establecer modelo conceptual de competitividad para destinos turísticos.	Ritchie y Crouch (1999, 2003)
Modelo de desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local	Medioambiental, cultural, económica y gubernamental.	Determinación del propósito de la evaluación de la sostenibilidad; Identificación del destino turístico y con este la localidad; Indicadores para el análisis tanto del desarrollo turístico sostenible como para el desarrollo local;	El propósito del modelo desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local es establecer la relación de las dimensiones sociales, económicas, y ambientales del desarrollo sostenible vistas desde las diversas áreas y disciplinas, pretendiendo brindar con exactitud la relación turismo-localidad, permitiendo a los gobiernos	Fuentes, H. (2002).

		Interrelación de los indicadores propuestos.	locales contar con una herramienta de evaluación y de esta forma poder tomar decisiones más precisas en dicha relación.	
--	--	--	---	--

Fuente: Elaboración propia basada en la revisión bibliográfica.

1.3. Inventario de atractivos turísticos y metodología de valoración MinCIT

El inventario de atractivos turísticos es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos que sirven como base para elaborar productos en una región y según lo registrado en el Plan de desarrollo turístico de Bolívar.

Es necesario establecer una diferencia entre:

Recurso: factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

Atractivo: Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos.

Los criterios de valoración se establecieron para clasificar los distintos componentes dentro de los atractivos, tales como grado de madurez del destino, grado de conectividad, accesibilidad. Presencia de estructura empresarial. Vocación por tipologías de turismo. Grado de atractivo, las cuales tienen una ponderación máxima (Tabla 2).

Tabla 2 Criterios de Valoración de atractivos

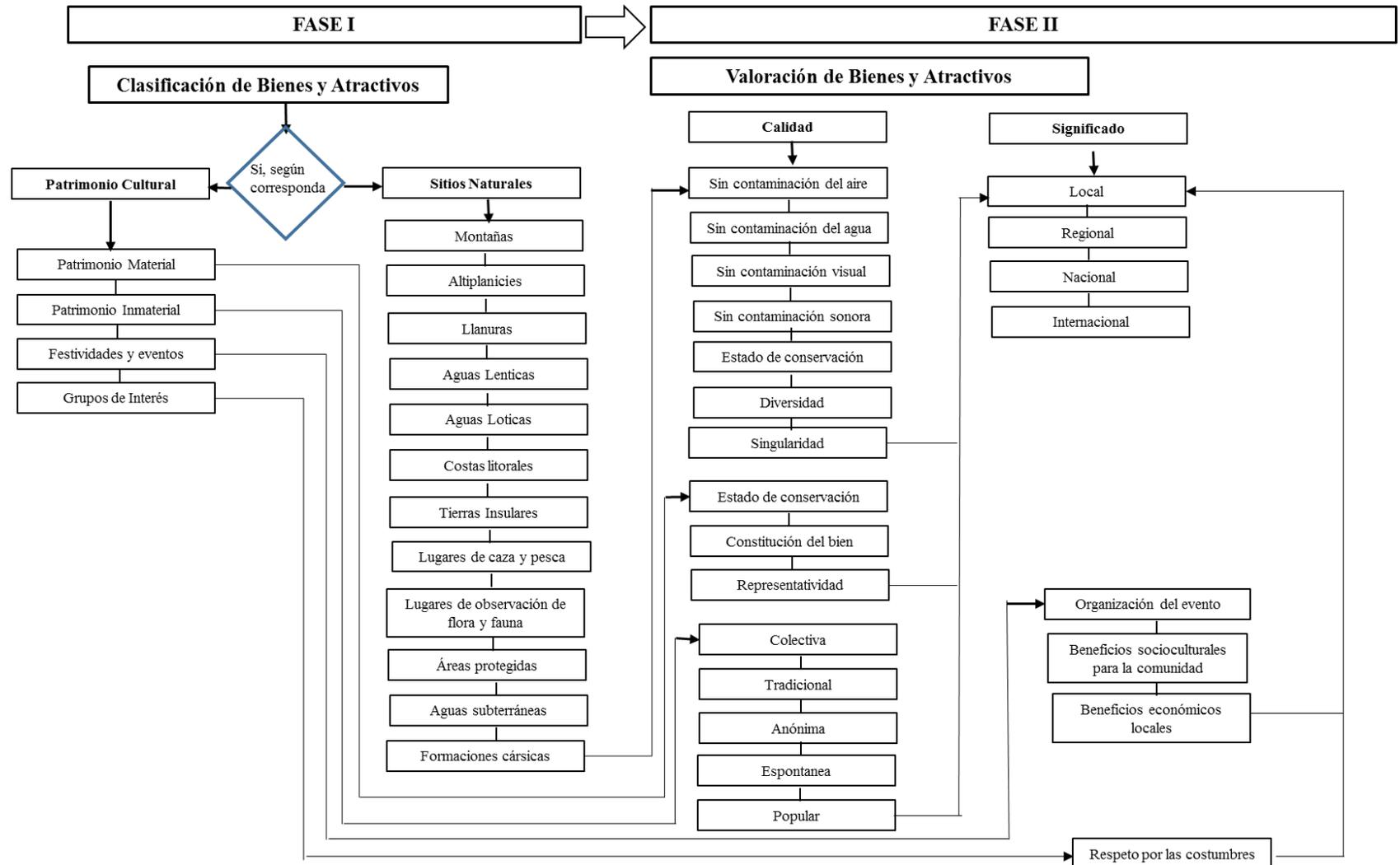
ASPECTOS	Ponderación
CRITERIOS DE VALORACION DE ATRACTIVOS	
Grado de Conservación	17%
Servicios de apoyo (facilidades en el lugar. Restaurantes, guía in situ, folletos, interpretación en el lugar, etc.)	13%
Estado de las vías de llegada	4%
Significado del atractivo:	
Internacional	13%
Nacional	8%
Regional	4%
Local	2%
Condiciones actuales de gestión del atractivo: capacidad organizativa para la gestión permanente del atractivo, grado de responsabilidad de actores públicos o privados en su administración.	12%

Valoración de los horarios de apertura en el atractivo	8%
Nivel de promoción del atractivo: aparición en material promocional del destino, estrategia permanente de publicidad, página web, etc	13%
Declaratorias especiales: BIC, reserva, área protegida, etc	14%
Condiciones de seguridad en el entorno o para la visita al atractivo	6%
TOTAL	100%

Fuente. Plan de desarrollo turístico de Bolívar.

En la metodología que se emplea en el modelo MinCIT para la creación del inventario de los recursos existen cinco componentes que permiten un manejo organizado de la información bajo una codificación, sin embargo para valoración de los atractivos turísticos se tiene en cuenta principalmente la calidad y el significado, los criterios de calidad varían de acuerdo con el atractivo que se esté evaluando. Hacen referencia al grado de conservación en el que se encuentre el atractivo (MINCIT, 2018b). La calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje asignable y se deben valorar todos los criterios para cada atractivo (Figura 1).

Figura 1. Diagrama de flujo de la Metodología de Inventario Turístico Modelo MinCIT



Fuente. Elaboración propia en base la metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos

1.4. El Turismo y la Sostenibilidad

Teniendo en cuenta que las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y sus prácticas de gestión son aplicables a todos los segmentos turísticos en los diferentes destinos turísticos y sin alejarse de los principios de sostenibilidad, tales como los factores económicos, socioculturales y entorno ambientales del sitio, se hace necesario diseñar un producto turístico que permita establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones garantizando su sostenibilidad a largo plazo, sin perder la identidad y objetivos organizacionales de los hoteleros y todos los agentes del sector turístico.

En términos de sostenibilidad ambiental, en cuanto al cambio climático, sus efectos en la naturaleza y por ende en el turismo deben ser objetos de investigación; en ese sentido, el litoral mediterráneo español es una de las áreas de Europa donde pueden ser más evidentes los cambios en las condiciones climáticas durante las próximas décadas y con ello la actividad turística, como sector vulnerable y sus riesgos asociados, analizan y adelantan políticas de adaptación desarrolladas en España, en las regiones del litoral. (Olcina & Vera-Revollo, 2016)

Ahora bien, el turismo de naturaleza y con él la aplicación en áreas protegidas es un tema que resulta cada vez más relevante, los estudios tratan de fortalecer unidad en la conservación y aprovechamiento del territorio, de la mano con el desarrollo local y como instrumento de desarrollo socioeconómico comunitario, que sin duda revisten para Latinoamérica un tratamiento especial y cuidadoso para cada una de las partes del sistema turístico, sobre todo por la necesidad de asumir principios de conservación y aprovechamiento sostenible, con el interés para la conservación de la biodiversidad. (Sánchez Jasso, 2015)

En las comunidades del Sur y Centro América, dadas las condiciones socioeconómicas, el contexto de naturaleza, suele asociarse al Ecoturismo y al desarrollo comunitario, sin embargo desde la perspectiva de los pobladores locales, el ecoturismo no ha sido fuente de empleos ni de ingresos para la población, su participación ha sido limitada y sectores importantes han sido excluidos del proceso de toma de decisiones. Esto indica que resulta importante la formulación de políticas públicas coherentes de largo plazo que fortalezcan las capacidades locales y faciliten los recursos necesarios para consolidar

proyectos eco turísticos de las comunidades rurales en un marco de sustentabilidad. (Isaac, Burgos, Sandoval, & etal., 2016).

Desde Mincit, en cuanto a batería de indicadores en Colombia concebida desde la perspectiva sistémica, se han establecido variables e indicadores, en medición de competitividad turística, que integran *sustentabilidad económica* con las variables inversión, recursos para turismo, salario, empleo, generación de riqueza, productividad y rentabilidad con indicadores particulares para cada uno de ellos. *Plataforma de gestión turística* que conjuga manejo eficiente y beneficio con la comunidad, mediante las variables (con sus indicadores): uso de suelo, planificación, empresarismo, promoción, servicio, capacitación, calidad, oferta organizada y alianzas. *Plataforma de soporte turístico* con la variables: prestadores, conectividad, investigación, información, seguridad al turista y los atractivos. En cuanto a la *Plataforma de sustentabilidad socio cultural*, las variables más importantes mencionadas son: seguridad de residentes, interculturalidad, uso del patrimonio e impacto del turismo, con los indicadores respectivos, denotando mayormente para el impacto del turismo, la influencia del mismo en la comunidad residente. (Ministerio de Comercio industria y Turismo, 2008)

Referente a la plataforma de sustentabilidad ambiental, las variables (cada una con su indicador) son espacios singulares, capacidad de carga, tratamiento de residuos, endemismo, extinción, consumo de agua y protección. Todas las variables e indicadores poseen sus respectivos índices. (Ministerio de Comercio industria y Turismo, 2008). Para efectos de ésta investigación se tendrán presentes aquellos de mayor relevancia, según el criterio de análisis de los autores, para el diseño del producto turístico.

Adicionalmente, en el diseño del producto turístico de investigación en la “Ciénaga de la Virgen”, requiere revisar la guía de buenas prácticas del turismo de naturaleza (guías de turismo) definiendo a éste como aquella actividad económica “cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural y que se rige por principios de sostenibilidad”, contempla de manera precisa los criterios globales de turismo sostenible, en los cuatro ámbitos. *Gestión*: un guía que se forma, educa, se ajusta y cumple con las leyes y reglamentación de su oficio; *Cultural* para respetar promover códigos de comportamiento durante la visitas a los sitios de importancia cultural o histórica; *Social, Económico*,

Ambiental: los beneficios sociales y económicos para la comunidad minimizando los impactos negativos. El guía promueve y ayuda en la protección de los recursos naturales, reducción de la contaminación un guía ayuda a conservar la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes, protegiendo también las especies silvestres.(Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2014)

De igual manera, es necesario tener presente las *buenas prácticas ambientales*, en la implementación de la política nacional de ecoturismo en Colombia, en el uso del agua, en el uso eficiente de la energía, en la adquisición manejo y uso adecuado de productos, en la gestión de la contaminación y manejo de residuos sólidos, manejo de la biodiversidad, diseño, construcción y operación de instalaciones. Buenas prácticas para actividades en transporte y en el caso de éste estudio de manera particular el *transporte marino y costero*.

Todo ello interrelacionado con las Normas Técnicas de Sostenibilidad, para el sector turístico.(Ministerio de Medio Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, 2011)

Las empresas del sector turístico, como es el caso de las Pymes, también revisan el valor de la sostenibilidad como factor de diferenciación en los procesos de intermediación turística, un análisis para el caso de las pymes catalanas, estudio demuestra la importancia de las motivaciones económicas pero también de los factores personales y la legitimización como motivos para configurar diferentes perfiles de agencias, con diferenciaciones en el comportamiento sostenible.(Garay, Gomis, & González, 2018).

(Sánchez Valdés & Vargas Marinez, 2015) Mencionan el sentido particular de sustentabilidad y como bien lo apuntan Vargas *et al.* (2010), que “el turismo sustentable no es una característica de cualquier forma actual de ejercer la actividad, sino un objetivo que se pretende lograr o una situación que se intenta alcanzar”.

1.4.1 Conceptualización del turismo sostenible

Este concepto de desarrollo sostenible, es definido por Brundtland (1987) en la comisión mundial sobre el medio ambiente y desarrollado conceptualizándolo como el “*desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias*” (citado por universidad autonoma de nuevo leon [UANL], 2013).

Más adelante la OMT incorpora este concepto al turismo definiéndolo como *“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”* (OMT, 2017). Apuntalándolo hacia un turismo responsable, de bajo impacto sobre el ambiente y la cultura local, sin perder el enfoque económico, puesto que el desarrollo de estas actividades turísticas en el medio natural pueden representar un riesgo ambiental (Felix, 2016).

Entre los lineamientos para la planeación del turismo sostenible se debe tener en cuenta los componentes: político, social, económico y ambiental, Roldán. (2012) plantea que en la planeación del turismo sostenible se deben identificar los principales actores participantes involucrados tales como: las instituciones del gobierno, organizaciones comunitarias, organizaciones no gubernamentales, turistas y comerciantes privados, otros actores dedicados a actividades legales o ilegales que afectan la sostenibilidad del turismo, de tal forma que en conjunto se pueda trabajar en una conservación ambiental integral, con el fin de evitar la proliferación de un turismo segregado.

El concepto de Turismo sostenible nace en 1993 en la conferencia Euromediterránea de Turismo y Desarrollo Sostenible, donde la Organización Mundial de Turismo (OMT) es definido de la siguiente forma:

“El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

Cuando se infiere de Turismo Sostenible se deben tener en cuenta tres variables fundamentales: Sostenibilidad ecológica, lo que significa, que el desarrollo del turismo no ocasione cambios irreversibles en los ecosistemas de los diferentes destinos, social: haciendo énfasis en la capacidad de una comunidad para absorber el turismo, cultural: una comunidad ha de ser capaz de retener o adoptar sus propias características culturales distintivas ante la

cultura del turista, económica: que asegure el nivel de ganancia económica que requiere el sector, para que sea viable.

Según Wood (2002). Al hablar de turismo de naturaleza, dentro del turismo sostenible, aquel da nacimiento al ecoturismo, que no solo tiene como función perseverar los recursos naturales que ya están, sino en contribuir a su conservación del entorno y su población, el cual enfatiza en cuatro puntos fundamentales:

Viajar a entornos naturales vírgenes, interiorizar la experiencia obtenida en entornos naturales puros y en contacto con gentes locales, impulsar la conservación de los recursos naturales y educar en valores medioambientales y culturales de los lugares visitados (Citado en Martínez, 2017, pág. 3).

1.4.2 Del turismo urbano al turismo sostenible

Por cuanto Cartagena, en su entorno Urbano, también está enmarcada dentro del desarrollo sostenible, si en la ciudad existen los ambientes acuáticos, no solo debe buscar el resguardo y mantenimiento de las condiciones de vida de las poblaciones locales y de su entorno paisajístico, sino que debe estar encaminado hacia la conservación y revaloración de las culturas y las herencias locales para permitir la elevación de la autoestima de las personas en interrelación con su ambiente natural y cultural. Lamentablemente, los reportes sobre la actividad turística en los ambientes acuáticos en el mundo coinciden en hacer notar los deterioros paisajísticos producidos por la proliferación de plásticos y, también, los cambios en los modos de vida de las comunidades locales y las deformaciones de sus patrimonios culturales para adecuarlos a los gustos de los turistas (Anton & Pascual, 2017).

En términos de ciudades, donde existe la expansión territorial, política y económica de las mismas, hoy existe lo que se conoce como ciudad global:

En esa clasificación general de las ciudades que se presentan como más relevantes para atraer talentos, finanzas y turistas, se encuentran grandes urbes en Europa: París y Londres, en América del Norte: New York y metrópolis asiáticas, como Bangkok, Singapur, Shanghái, Hong Kong, sus rankings han demostrado que los destinos turísticos destacados y la globalización de las ciudades están en íntima relación. El turismo ya no está solo (si es que alguna vez lo estuvo) sino que debe integrarse a los flujos de la globalización y las ciudades globales, que dependen de la calidad en los territorios urbanos. (Gastal & Osmañski, 2017).

Si bien Cartagena, de acuerdo con lo anterior no es una “Ciudad Global”, si es un destino posicionado en el exterior. La ciudad considerada como objeto de consumo turístico, es acreedora de distintos componentes. Estos incluyen, el mismo medio urbano, que abarca desde su localización, y sus rasgos particulares, a los elementos materiales que constituyen físicamente la ciudad, en especial los que tienen un valor patrimonial por su importancia histórica, artística o recreativa, como los edificios singulares y monumentos, los museos, los parques y jardines (Anton & Pascual, 2017).

A lo anterior adicionan los aspectos culturales y sociales tales como los festivales, eventos culturales, gastronomía, modos de vida tradicionales, y las infraestructuras de transporte y comunicaciones como sus aeropuertos, carreteras, estaciones y demás estructuras viales que son fundamentales para garantizar la accesibilidad del núcleo a visitar. La unificación de esta variedad de potenciales recursos hace que algunos consideren que todas las ciudades son destinos turísticos porque tienen atractivos para distintos tipos de demanda, bien sea por su oferta patrimonial y de actividades (tanto de recreación como de negocios), o por sus equipamientos que canalizan diversas modalidades de turismo (García, 2011). Tal es el caso para el Distrito Turístico Cartagena de Indias.

Finalmente y según (García Cruz, 2015) sin duda en la actualidad y en general para las ciudades y en los territorios la aplicación de Sistemas de Información Geográfica (S. I. G.), resulta importantes en el turismo y con ella las Tecnologías de la Información Geográfica (TIG) como una herramienta con un gran potencial en el análisis espacial, permiten obtener resultados más completos del dinamismo territorial del fenómeno turístico, así como sus impactos territoriales es decir para revisar la sostenibilidad. Los Sistemas de Información Geográfico para los desarrollos cartográficos y el manejo de la matriz de datos, son fundamentales para efectos de la regionalización ecológica de la cuenca, en este caso para la Ciénaga de la Virgen, definiendo los factores de control y los criterios de homogeneidad que permiten la clasificación de los ecosistemas a escala de ecodistrito y ecosección. (Torregroza, 2015).

1.4.3. Turismo sostenible y modelos de desarrollo local territorial

El modelo de desarrollo local territorial se origina para darle explicación a los desequilibrios fundados por una política liberal, es así como a mediados de la década de los años setenta y ochenta se enfatiza en el concepto de desarrollo local, comprendido como una serie de dinámicas políticas, institucionales, económicas y sociales que pretendían de manera sincronizada el logro de objetivos con finalidad de común bienestar, convivencia y calidad de vida para la comunidad .que se ubica en un territorio o localidad determinada. Este enfoque germinó como una alternativa con la cual las regiones o localidades pudieran iniciar y continuar un proceso de desarrollo socioeconómico, con el objeto de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, a través del buen uso y aprovechamiento de sus propios recursos (Orozco & Nuñez, 2013).

El desarrollo local debe concebirse no sólo como un modelo económico, que a diferencia de los demás modelos económico responde a las características y singularidades de cada territorio y colectividad local, puesto que cada comunidad debe deducir y asumir programas, acciones y estratégicas específicas según sus propias necesidades(FONTUR Colombia, 2013).

Bajo esa posición, la actividad turística diseñada desde una propuesta de desarrollo local territorial debe resguardar no sólo los objetivos y necesidades de la comunidad local, sino igualmente las expectativas de los turistas o consumidores de los espacios turísticos, siendo esta actividad sustentable que se manifiesta como una mejora en la calidad de vida de dicha población local, al mismo tiempo en que se promocionan los recursos propios de esta, generando un beneficio económico y el uso adecuado de los recursos naturales y culturales de manera responsable y sostenible (Perez, 2017).

La propuesta de Albuquerque (2002) acerca del desarrollo local o endógeno bajo una perspectiva territorial, se basa:

“El desarrollo local con un enfoque territorial se centra en la necesidad de fomentar un cambio en la gestión pública que incorpore una concepción 0integral de la innovación tecnológica como un proceso de cambio social, institucional y cultural, en el que la concertación entre los diferentes actores sociales territoriales sustituya a los diseños fragmentarios y parciales de la anterior práctica planificadora centralista, junto a una actuación selectiva que identifique los correspondientes sistema productivos locales e incluya

las políticas de desarrollo económico territorial como parte fundamental de las estrategias nacionales de desarrollo” (Citado por Orozco & Nuñez, 2013, pág. 152).

La diferencia entre el enfoque territorial y el enfoque tradicional reside en que, mientras el modelo tradicional le apuesta a un desarrollo polarizado, con una postura funcional y sectorial, el enfoque territorial inclina la balanza hacia el desarrollo de las comunidades locales, promovidas por la expansión del crecimiento tanto económico como laboral del sector en cuestión (Orozco & Nuñez, 2013).

Cartagena de Indias, requiere enfoques territorial y locales puesto que es considerada a nivel internacional como uno de los destinos turísticos más relevantes en Colombia, no solo por sus atractivas playas sino también por ser considerada como un punto turístico sostenible según ICONTEC(Cartagena como vamos, 2017), es por eso que medios reconocidos de todas partes del mundo como lo es la BBC de Londres la posiciona dentro de una de las cinco metrópolis amuralladas más bonitas de la tierra; por otro lado CNT Traveler la sitúa como la número 30 entre los 50 destinos más espectaculares para visitar; y prestigiosas guías de turismo como Condé Nast Traveller la han reconocido como uno de los sitios imprescindibles para visitar(Conde Nast Traveler, 2018).

Los productos turísticos realizados para ciudades románticas y con ella el destino, pueden tener una ventaja cualitativa para efectos de posicionarse en la función de internacionalización, tal es el caso de la ciudad histórica de Teruel, donde utilizaron el mito de los “Amantes como capital/imagen” para ocupar un sitio en la nueva jerarquía urbana, mediante un proceso concreto de estrategias mancomunadas en términos de un proyecto denominado: “Europa Enamorada”.(Andrés Sarasa, 2015).

En el turismo alternativo, se estudia el turismo de luna de miel para la elección del destino turístico, que resulta específico con 5 características distintivas: larga duración y planificación, temporada propia, público objetivo joven, necesidades particulares y toma de decisión compartida. En el caso de los turistas internacionales, particularmente los chinos este tipo de turismo presenta sus propias peculiaridades.(Aragonés Jericó & Wu, 2017).

1.5. Las Tecnologías de la Información aplicadas al sector turístico, en el marco de la sostenibilidad

La tecnología de la información cumple un papel fundamental ya que gracias a las redes sociales la promoción de los ecoturs es más llamativa y se pueden difundir con mayor rapidez, gracias al marketing digital, incluyendo campañas SEM y SEO. Por todo ello, la fuerza de la investigación para el turismo, de aportes científico y sistemático toman fuerza para el análisis cuantitativo y estudios comparados, sobre un número importante de casos, para que de una forma más concluyente se puedan aportar explicaciones de cómo las propiedades reticulares de cohesión inciden sobre los resultados turísticos de un determinado territorio (Merineriro Rodríguez, 2015).

(Florido-Benitez, 2016), mencionan la democratización del medio digital en las polis turísticas y su convergencia en las personas (Humano-Smartphone), como cambio en el paradigma en la toma de decisiones de las actividades turísticas aunado al nivel de satisfacción global de su entorno más inmediato. La adopción de la toma de decisiones de actividades va desde búsqueda de información, nuevas experiencias o la compra de productos y servicios a través de los teléfonos inteligentes. En cuanto a términos de oferta y demanda, las últimas décadas se han caracterizado por el auge de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) y por el desarrollo de los negocios electrónicos originando un nuevo mapa de distribución de servicios turísticos, donde prevalecen búsquedas para comparar precios y leer comentarios. (Sarmiento Guede, 2016)

2. CAPITULO II ELEMENTOS AMBIENTALES Y SOCIO DEMOGRÁFICOS (COMUNIDAD LOCAL) DE LA CIÉNAGA DE LA VIRGEN

2.1. Localización geográfica de la ciénaga de la virgen

La Ciénaga de La Virgen, se encuentra ubicada al costado norte del distrito de Cartagena en el departamento de Bolívar y separada del mar por el cordón de arenas (barra de arena de 400 - 800m de ancho) de La Boquilla, según CARDIQUE (2004) esta laguna costera posee una superficie total de 502,45 km², tiene una forma triangular, estrecha en el norte y amplia en el sur, longitud de 7 km y una anchura máxima de 4.5 km, , un espejo de agua de unos 22,5 km² y alcanza profundidades hasta 1,2 m (EPA Cartagena, 2015b).

Se identifican los sectores de las Unidades Comuneras de Gobierno (UCG) número 3, 4, 5 y 6 de la Localidad de La Virgen y Turística. Estos sectores están comprendidos desde el barrio San Francisco, hasta el barrio Nuevo Paraíso, los cuales son el objeto de estudio de este proyecto en cuanto a las actividades productivas que desde allí se generan y los potenciales impactos y presiones antrópicas que se ejercen hacia el ecosistema Ciénaga de La Virgen (Figura 2).

Figura 2. Localización geográfica Ciénaga de la Virgen

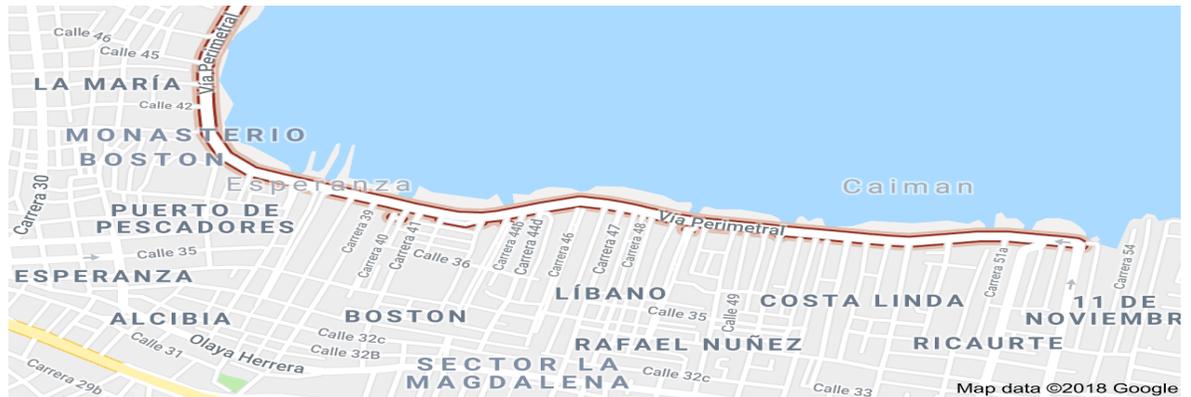
Fuente. Página web EPA, <http://observatorio.epacartagena.gov.co>



2.2. Vías de acceso

La Vía principal de acceso para llegar a la Ciénaga de la Virgen es la llamada vía Perimetral Ciénaga de la Virgen, se encuentra en buen estado de conservación, tiene una longitud total de 15,2 kilómetros, que une la Carretera de La Cordialidad a la altura del barrio El Pozón, con la Carretera Vía al Mar a la altura de La Bocana, posee dos entradas una que conecta la Unidad Deportiva hacia el borde de la Ciénaga, bordeándola y la otra conecta la Carrera 17 (límites entre el barrio San Francisco y el barrio 7 de Agosto) nuevamente hacia la ciudad, por donde se llega hasta el puente Romero Aguirre que sale a la Avenida Santander, tiene un espacio especial para la cicloruta y la peatonal que continuará hasta el sitio donde voltea el Caño Juan Angola en la Avenida San Juan (Figura 3).

Figura 3. Vía perimetral. Ciénaga de la Virgen.



Fuente. Google Maps, 2018

La segunda vía de acceso es por el viaducto de la virgen que se encuentra ubicado sobre la Ciénaga de la Virgen, consideradas como una de las obras de ingeniería más ambiciosas a nivel nacional, el puente hace parte de la concesión costera que une a Cartagena y Barranquilla, con un costo de 1,7 billones de pesos y una longitud de 140 kilómetros hasta el municipio de Malambo, en Atlántico6, el cual se inauguró en Julio del 2018 (Figura 4).

Figura 4 Viaducto ubicado sobre la Ciénaga de la Virgen

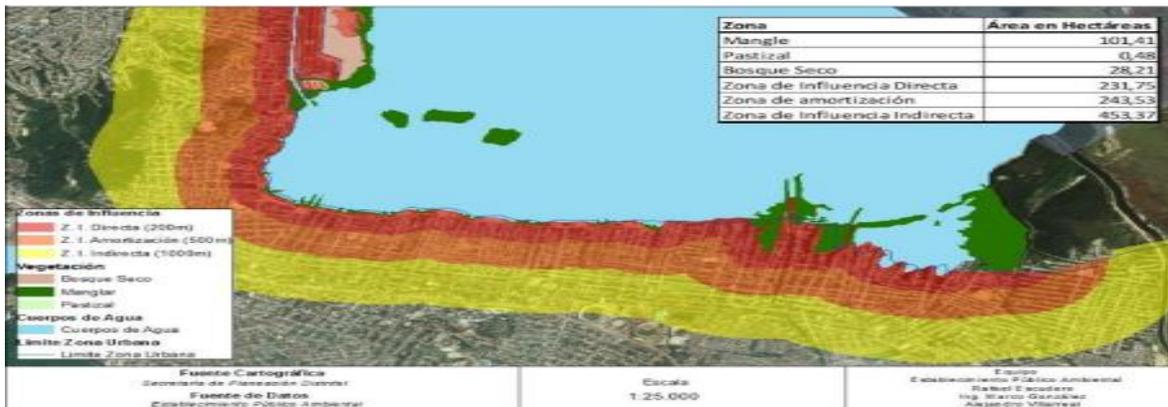


Fuente. Foto el Universal, 2018.

2.3. Flora de la ciénaga de la virgen

Según estudios del EPA, en la zona de Ciénaga de la Virgen existe un total de Mangle 101,41 hectáreas; bosque seco 28,21 hectáreas y pastizal 0,48 hectáreas (Figura 5). Así mismo se determinó que las zonas de mayor impacto son las siguientes: una primera zona de influencia directa a 200 metros; una segunda zona de influencia considerada de amortización a 500 metros y la tercera zona de influencia indirecta a 1000 metros de distancia del cuerpo de agua. (EPA Cartagena, 2015a).

Figura 5. Cobertura Vegetal en la Ciénaga Jurisdicción EPA.



Fuente. SIG- EPA, 2015b.

Teniendo en cuenta el estudio del Plan de Ordenamiento y Manejo de la Cuenca Hidrográfica de la Ciénaga de la Virgen descrito por los autores Beltrán & Suarez afirmando que:

“los ecosistemas encontrados en el área de estudio corresponde a la zonobioma denominado bosque seco tropical o zonobioma tropical alterno hídrico, el cual se ubica biogeográficamente en la unidad denominada Cinturón Árido Peri-caribeño, caracterizado por tener suelos con muy poca altura y estar próximo a la influencia actual del mar Caribe, cuya vegetación es de tipo xerofítico, sub-xerofítico y de bosques de manglar”(Beltrán & Suárez, 2010, pág. 64).

En cuanto al *Bosque de manglar*, El Caribe Colombiano es distinguido por poseer variedades en las especies de mangle, dentro de la cuales Cartagena se hallan la gran totalidad entre los cuales las especies predominantes como mangle rojo (*Rizophora mangle*), mangle prieto (*Avicenniagerminans*), mangle bobo (*Lagunculariaracemosa*) y mangle Zaragoza (*Conocarpus erecta*) (Beltrán & Suárez, 2010).

Inicialmente fue la Dirección general y de vida silvestre la institución encargada de la protección de los mangles en Colombia, sin embargo a través de la reforma de 1997, esta función fue asumida por la Dirección general de ecosistemas, avalado por el Ministerio del Medioambiente, establecido por la ley 99 de 1993, no obstante los encargados de velar regional y localmente por la protección y prevalencia de las zonas manglaricas son las autoridades ambientales como el establecimiento público ambiental EPA en el área urbana de Cartagena y en las zonas rurales aledañas la cooperación autónoma regional del canal del Dique CARDIQUE (Beltrán & Suárez, 2010; EPA Cartagena, 2015b).

La zona mangla rica identificada en el sector Ciénaga de la Virgen, posee el Manglar como bosques pantanosos, los cuales son árboles llamados mangles ubicados en costas abiertas, tropicales y subtropicales de suelo plano, fangoso y aguas relativamente tranquilas, implicando a la cobertura vegetal costera que posee algunas características morfológicas y fisiológicas en común, incluso si dichos árboles corresponden a distintos grupos taxonómicos. (Díaz, Castro, & Manjarrez, 2010).

Entre estas características en común sobresalen las diferentes adaptaciones para ocupar sustratos inestables, marcada resistencia al agua salada y salobre, adaptaciones para conmutar gases en sustratos anaerobios y conservar la reproducción por embriones. Hacia el sur de la ciénaga de la Virgen se encuentran tres islas compuestas principalmente por mangle rojo (*Rhizophora mangle*), aunque también se presentan individuos de mangle zaragoza (*Conocarpus erecta*) y mangle blanco (*Lagunculariaracemosa*) (EPA Cartagena, 2015b).

Entre las innumerables funciones que cumple el bosque de manglar, encontramos la productividad de sus formaciones boscosas, su condición como hábitat, zona de alimentación y zona de refugio, además de desempeñar un papel sobresaliente como importador y exportador tanto de materia orgánica como de energía, por ser un ecosistema abierto, sin dejar de lado la contribución a la protección de las costas estabilizando y fijando el suelo (EPA, 2015).

Como se menciona con anterioridad la ciudad de Cartagena es muy rica en cuanto a biodiversidad, es por ello que podemos observar diversas variedades de mangle tales como: el mangle rojo, Mangle Prieto, Mangle Zaragoza, Mangle Blanco y Mangle Negro, todos gracias a las ciénagas que circulan por todo el corralito de piedra tales como la Ciénaga de

las Quintas, Caño Juan Angola, Ciénaga de Basurto y Ciénaga de la Virgen, sin embargo desafortunadamente a través de la historia y según diversos estudios el deterioro ha sido inminente por causa de las acciones antrópicas que se han incrementado junto al crecimiento paulatino de las poblaciones aledañas, las cuales en vez de velar por su conservación contribuyen a su destrucción(EPA, 2015).

En cuanto al *Mangle colorado (HervarioRizophora Mangle)*, comúnmente llamado mangle rojo, posee raíces aéreas altas, parecidas a zancos que le permiten sostenerse y aumentar las zonas o superficies para el intercambio de gases a través de una serie de poros denominados lenticelas. La altura máxima de estos árboles es de aproximadamente 35 metros, su corteza externa es de color gris claro, con manchas oscuras e internamente es de color rosado y no presenta anillos de crecimiento (Beltrán & Suárez, 2010).

Seguidamente el *Mangle Prieto Negro (Avicenniagerminans)*, conocido como mangle negro, se caracteriza por tener una corteza externa oscura y la interna amarillenta, tienen largas raíces subterráneas radiales de poca profundidad, ocasionalmente se le desarrollan raíces adventicias de apoyo desde la parte baja del tronco, su altura máxima puede ser de 20 metros. Poseen la capacidad de emitir pneumatóforos que se extienden alrededor del tronco del árbol (Beltrán & Suárez, 2010).

El *Mangle Bobo (Lagunculariaracemosa)*, identificado como mangle blanco, son árboles generalmente de 6 metros, sin embargo pueden alcanzar hasta 20 metros de altura, su sistema de raíces radiales con poca profundas, muy parecidas a las del mangle negro con pneumatóforos que se subdividen muy cerca de la superficie del suelo (Beltrán & Suárez, 2010).

Por su parte, el *Mangle Zaragoza (Conocarpus erecta)*, comúnmente denominado mangle botón o zaragoza, tiene una corteza que posee un color entre cenizo y café, sus ramas son de color verde amarillento, sin embargo en su etapa juvenil se toman un color castaño, no posee pneumatóforos, adicionalmente sus raíces forman aletones para sostenerse en terrenos no tan firmes, su altura máxima no sobrepasa los 10 metros (Beltrán & Suárez, 2010)

Mangle colorado (HervarioRizophora Mangle), es distinguido con el nombre de mangle rojo cuyas raíces aéreas son muy altas, las cuales tienen la funcionalidad de sostenerse y aumentar las zonas o superficies para el intercambio de gases a través de una serie de poros llamados lenticelas (Figura 6)(EPA Cartagena, 2015b).

Según Díaz, Castro, & Manjarrez. 2010) Esta se caracteriza por que crecen en la parte exterior de las franjas de manglar y en los bordes de los canales. Estos árboles pueden alcanzar hasta 35 metros de altura, sus hojas tienen de 8 a 10 cm de longitud y 4 a 5 cm de ancho. El tamaño de las hojas refleja el vigor de la vegetación, tiene flores pequeñas de 2,5 cm de diámetro y cada una tiene 4 pétalos y es de color blanco amarillento; hay entre 2 a 4 flores por tallo. La corteza externa es de color gris claro, con manchas oscuras y en su cara interna es de color rosado. La madera es rojiza y no presenta anillos de crecimiento (EPA Cartagena, 2015a, pág. 42).

Figura 6. Mangle rojo (Rhizophora mangle) Ciénaga de La Virgen.



Fuente. Proyecto Ciénaga de la Virgen, Angela Moncaleno, 2015.

Individuos de Mangle rojo (*Rhizophora mangle*) de gran porte en la tercera isla, Ciénaga de la Virgen (Figura 7).

Figura 7. Mangle rojo (Rhizophora mangle)



Fuente. Proyecto Ciénaga de la Virgen, Angela Moncaleno, 2015.

Otro aspecto importante de explicar, es el Bosque seco Tropical, en la zona del aeropuerto Rafael Núñez ya la cobertura de manglar no domina, sino que se puede evidenciar relictos de bosque seco tropical altamente intervenido, intercalados con vegetación de manglar. Para el caso de la cobertura correspondiente al manglar, esta se encuentra principalmente hacia el borde de la Ciénaga de la Virgen y representada por las especies de mangle rojo (*Rhizophora mangle*), mangle Zaragoza (*Conocarpus erecta*), Mangle blanco (*Lagunculariaracemosa*) y mangle negro (*Avicenniagerminans*)(EPA, 2015). Dentro de las especies correspondientes al Bosque seco tropical, se puede ver el trupillo (*Prosopisjuliflora*), también se evidencia la presencia de especies introducidas como la acacia roja (*Delonix regia*), palma de coco (*Cocusnucifera*) y algunas palmas decorativas (Palma areca).

Las Ciénagas como humedales, constituyen numerosos beneficios relacionados con sus funciones ecológicas y ambientales, debido a que son consideradas como soporte de diversas actividades productivas y socio-culturales, además de mantener la biodiversidad. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Territorial, 2007)

Los autores Tirado y Manjarrez en su investigación de la caracterización de la Ciénaga de la Virgen afirman:

“Colombia cuenta con alrededor de 20 millones de hectáreas de humedales, entre los que se encuentran las ciénagas. En la costa Caribe colombiana, se registra la mayor variación en cuanto a humedales costeros del país se refiere: ribereños, lacustres, palustres, marinos y estuarinos; de playas arenosas y fondos lodosos y forman parte de estos ecosistemas, la ciénaga Grande del Magdalena, la desembocadura de los ríos Sinú y Atrato, la bahía de Cartagena y la Ciénaga de las Quintas, entre muchos otros” (Citado por EPA, 2015b, pág 53).

El problema ambiental del sistema de caños, de lagos y de ciénagas del Distrito de Cartagena se ha identificado desde hace varias décadas e incluso ha tenido renombre a nivel nacional, sin embargo esta problemática ha venido en constante aumento, conjunto a la insuficiencia de la capacidad de autorregulación de estos cuerpos de agua en descomponer la materia orgánica procedente de las descargas tanto de las aguas residuales negras como de los residuos sólidos que son arrojados por la comunidad y/o turistas locales(EPA Cartagena, 2015b).

Uno de los humedales costeros más importantes de Colombia, se encuentra en la capital del departamento de Bolívar, ubicado al norte de Cartagena de Indias identificado como la Ciénaga de la Virgen –Juan Polo o de Tesca, el cual posee un área superficial aproximada de 20 Km² y una profundidad característica de 0.9m.(Diaz, Castro, & Manjarrez, 2010; EPA Cartagena, 2015b)

A la Ciénega arriban las aguas procedentes de varios arroyos que se suscitan en la cuenca hidrográfica de la Ciénaga de La Virgen, los cuales cubren una superficie de aproximadamente 500 Km², e igualmente llegan aguas originarias de drenajes pluviales del área urbana, aguas residuales de las conexiones ilegales del alcantarillado, vertimientos de estaciones de servicio y residuos sólidos que arrojan los habitantes de la comunidades adyacentes a estos canales (EPA Cartagena, 2015a; EPA Cartagena, 2015b).

En la Ciénega y los canales internos que la interconectan con el mar, se albergan manglares que forman bosque y un ecosistema valioso y vulnerado debido a las continuas acciones antrópicas que ejercen las comunidades aledañas a ellos. La especie más dominante es el mangle prieto (*Aviceniagerminans*), seguido del mangle rojo (*Rhizophora mangle*); los cuales poseen una formación arbustiva desarrollada convirtiéndose en un hábitat confortable para las aves de corto vuelo y reptiles (EPA Cartagena, 2015b).

La Ciénaga de la Virgen es reconocida por la variedad de especies vegetales que rodean y conviven con la zona manglarica del lugar (Tabla 3), dentro de las cuales paisajísticamente son las más predominantes son:

Tabla 3. Flora encontrada en la Ciénaga de la Virgen

Nombre común	Nombre Científico	Nombre común	Nombre Científico
Campano	Samanea saman	Ceiba	Ceiba Pentandra
Hobo	Spondias mombin	Guayacán	Guaicum officinales
Roble	Tabebuia rosea	Cañaguat	Roseadrendon chanyseum
Ollita de mono	Lecythis minor	Mamón	Melicocca bijuga
Quebramacho	Astrorium flaxinifolium	Guacharaco	Tecomastatus sp
Totumo	Crescenta kujete	Camajón	Esterculia apetala
Manzanillo	Hippomane ancinella	Paja Mona	Leptochloa filiformis

Aromo	Acacia farnesiana	Pasto Angleton	Andropogon nodosus
Dividivi	Libidibia coriaria	Batatilla	Ipomoea congesta
Guásimo	Guazuma ulmifolia	Balsamina	Momordica charantia
Zarza	Mimosa pigra	Indio desnudo	Bursera simaruna
Frijolillo	Phaseolus lathyroides	Verdolaga	Portulaca oleracea
Bicho	Cassia tora	Trupillo	Prosopis juliflora
Aromo	Ponax tortuosa	Platanillo	Heliconia biahhi
Laurel	Ficus benjamina	Níspero	Achras sopota
Tamarindo	Tamaridus indica	Mango	Mangifera indica
Cauchos	Ficus spp	Mangle Rojo	Rhizophora mangle
Mangle prieto	Avicenia geminas	Mangle Zaragosa	Conocarpus erecta
Mangle Bobo	Languncularia Racemosa		

Fuente: Proyecto Parque distrital Ciénaga de Virgen, 2015.

2.4. Fauna de la Ciénaga de la Virgen

La Ciénaga de la Virgen en cuanto a su fauna es acreedora de grandes variedades de especies de mamíferos, aves, anfibios y reptiles, los cuales se refugian y subsisten en las zonas manglaricas.

Parte de la fauna ha venido desapareciendo por la acción de los cazadores y la deforestación. Otro factor de deterioro fue la inserción de parásitos y patógenos ajenos a la zona de los barrios aledaños a la Ciénaga de la Virgen, los cuales han arribado por medio de los animales domésticos y los emigrantes a la zona. Actualmente la mayoría de la fauna está compuesta por aves, insectos y los recursos hidrobiológicos (Beltrán & Suárez, 2010; EPA, 2015), Se relacionan la fauna encontrada en la Ciénaga de la Virgen detallando tanto su nombre científico como el nombre que comúnmente se conocen, estos últimos son Mulata, Garza Blanca, Garza Azul, Garza Gris o Parda, Garza Real, Gallinazo, Gaviota, Pato Buzo, Pato Cuchara, Pato Aguja, Pato Real, Coquito, Perico, Águila Pescadora, Halcón Peregrino, Colibrí Cienaguero, Colibrí Zafirino, Canario Manglero, Canario y Carpintero, en cuanto a reptiles la Iguana, Boa, Boa ramera o Manglera, Lobo, Lobo Pollero y en cuanto a los mamíferos, el Mono aullador, Ardilla y Rata de agua. Tabla 4

Tabla 4. Fauna encontrada en la Ciénaga de la Virgen

Nombre Científico	Nombre común	Nombre Científico	Nombre común
AVES			
Quiscalus mexicanus Maria	Mulata	Annas discors	Barraquete
Egretta thula o Egretta alba	Garza blanca	Ardea sp.	Garza morena
Egretta caerulea	Garza azul	Rostrhamus sociabilis	Gavilán caracolero
Ardea coccol	Garza gris o parda	Pelecanus occidentalis	Pelicano
Casmerodius albus	Garza real	Ceryle torquata	Martín pescador
Coragyps atratus	Gallinazo	Pionus sp.	Cotorra
Larus atricilla	Gaviota	Aratinga pertinata	Cotorra
Phalacrocoras olivaceus	Pato buzo	Amazona ochrocephala	Loro
Platalea ajaja	Pato cuchara	Sarcoramphus	papa Rey gallinazo
Anhinga aninga	Pato aguja	Caoragyps atratus	Golero
Calrina moschata	Pato real	Cathartes aura	Auras o laur as
Phimosus infuscatus	Coquito	Troglodytes aedon	Cucarachero
Bothogeris jugularis	Perico	Tito alba	Lechuza
Pandion haliaetus	Águila pescadora	Seneida sp	Tierrelita
Falco peregrinus	Halcón peregrino	Columba cayanensis	Torcaza
Lepidopyga lilliae	Colibrí cienaguero	Crotophaga	pirinea Garrapatero
Lepidopyga coeruleogularis	Colibrí zafirino	Campephilus sp	Carpintero

Dendroica petechiae	Canario manglero	Thraupis episcopus	Azulejo
Sicalis flaveola	Canario	Saltador courulescens	Papayero
Hrysoptilus punctigua	Carpintero	Buteo nitidus	Gavilán
REPTILES			
Iguana iguana	Iguana	Tupinanbis teguixin	Lobo
Boa constrictor	Boa	Basiliscus basiliscos	Cruzarroyos
Corallus Portulacastum	Boa ramera o Manglera	Bufo marinus	Sapos
Ameiva ameiva	Lobito	Hyla crepitans	Rana
Tupinanbis Nigropunctatus	Lobo pollero	Hyla pugnax	Rana
MAMIFEROS			
Alouatta seniculus	Mono aullador	Molossuss molossuss	Murciélago
Sciurus spp	Ardilla	Procyon lotor	Zorra manglera
Chironectes minimus,	Rata de agua	Noctilio arbiventris	Murciélago

Fuente: Proyecto Parque distrital Ciénaga de Virgen, saneamiento del cuerpo de agua, 2015.

2.5. Caños y lagunas interiores de la Ciénaga de la Virgen

La Ciénaga de La Virgen se encuentra interconectada con la bahía de Cartagena por medio de caños y lagos interiores, los cuales poseen una extensión aproximada de 100 hectáreas, formados por La Ciénaga Las Quintas, El Caño Bazurto, la Laguna de San Lázaro, la Laguna de Chambacú, la Laguna del Cabrero y el Caño Juan Angola (EPA Cartagena, 2015b).

El Caño de Juan Angola, Con una longitud promedio de 4.12 km, y un espejo de agua de 10 hectáreas, donde las especies de mangle que más predominan son el mangle prieto (*Aviceniagerminans*), y el mangle rojo (*Rhizophora mangle*), se constituye como uno de los

caños más prominentes que preceden a la Ciénaga de la Virgen, además de poseer una profundidad aproximada de 2.76 metros.

Laguna El Cabrero, identificada con una longitud de 1,38 km, una profundidad de 2.3 metros y un espejo de agua de 26 hectáreas (Orozco & Nuñez, 2013). *Laguna de Chambacú*: en esta área se ubica el parque Espíritu del Manglar donde abunda el Mangle Zaragoza (*Conocarpus erecta*) debido a la resiembra y remodelación llevada a cabo con éxito en este sitio, igualmente se aprecia el mangle rojo (*Rhizophora mangle*) trasplantado gracias a los programas de recuperación y protección de talud en años anteriores, tiene una longitud aproximada de 0.49 Km., un espejo de agua de unas 7 hectáreas y con una profundidad promedio de 2.2 m (Orozco & Nuñez, 2013).

Caño Bazurto, este caño se encuentra ubicado en la parte posterior del reconocido sector mercado de Bazurto de la ciudad de Cartagena, es considerado uno de los caños más afectados en cuanto a contaminación ambiental por las actividades de los vendedores locales, destruyendo a las especies subsistentes como el Mangle prieto (*Avicenniagerminans*) y del mangle bobo (*Lagunculariaracemosa*), posee una longitud aproximada de 1.2 km, profundidad de 1.73 metros y 12 hectáreas de espejo de agua (Orozco & Nuñez, 2013).

Ciénaga de Las Quintas: en esta Ciénaga se observa dentro de su vegetación las especies manglaricas de mangle rojo (*Rhizophora mangle*) y mangle prieto (*Avicenniagerminans*). Posee un espejo de agua de 30 hectáreas, aproximadamente con 1.29 km de longitud y 2.25 metros de profundidad (Orozco & Nuñez, 2013).

Laguna de San Lázaro: en esta lagunas de islotes separados las especies predominantes son el mangle rojo (*Rhizophora mangle*) y el mangle prieto (*Avicenniagerminans*). Tiene una longitud aproximada de 0.67 Km., una profundidad promedio de 2.1 metros y un espejo de agua de 15 hectáreas (Orozco & Nuñez, 2013).

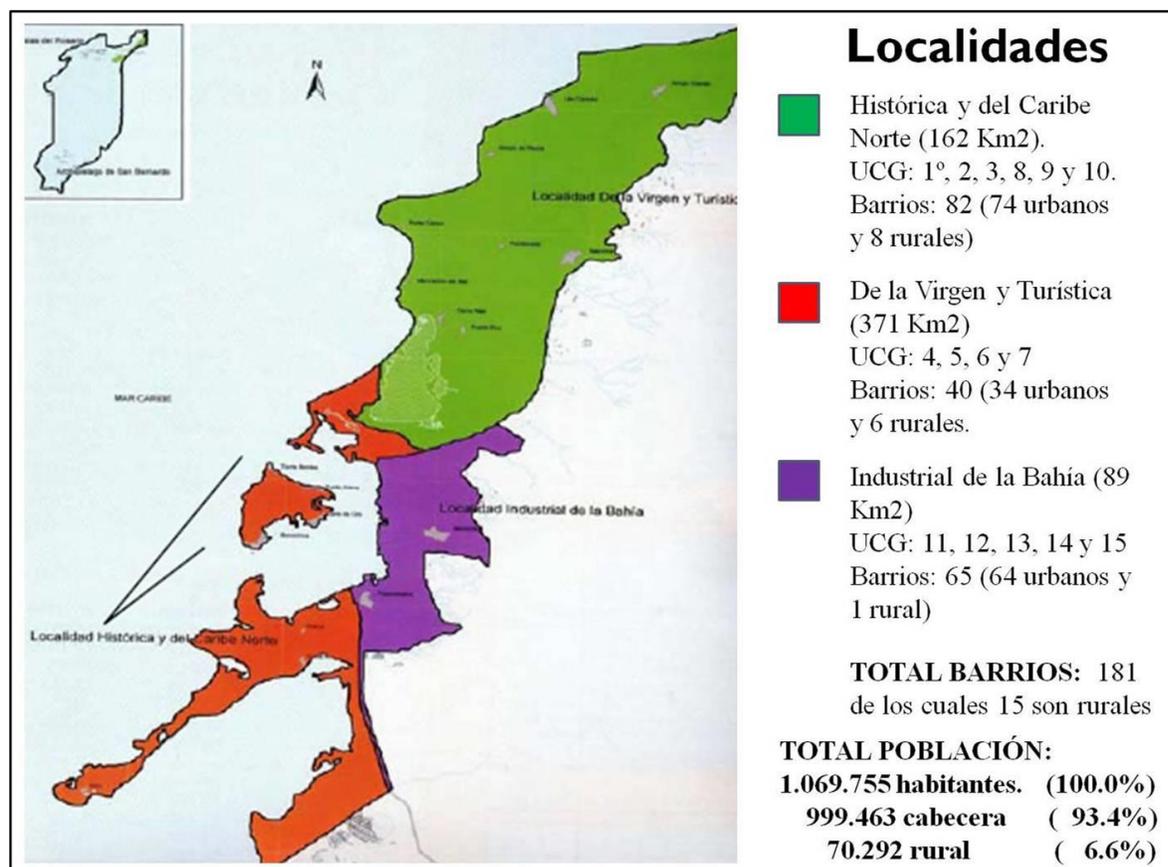
2.6. Condiciones sociodemográficas de la comunidad aledaña a la Ciénaga de la Virgen en la ciudad de Cartagena

En años atrás la Ciénaga de la Virgen representaba para las comunidades a su alrededor una fuente de recursos naturales (leña, pesca, caza, mangle) para supervivencia. Sin embargo, en la actualidad la ciudad ha atravesado una serie de cambios como el crecimiento de la población, la explotación inadecuada de los recursos naturales así como de los bienes y servicios ambientales, particularmente, los asociados a los cuerpos de agua, la invasión por

personas desplazadas por la violencia de otras zonas de Bolívar, y la alta migración de venezolanos hacia territorio colombiano, contribuyendo negativamente al deterioro del ecosistema ciénaga de La Virgen(EPA Cartagena, 2015b).

En la ciudad de Cartagena, la población están organizadas en localidades, La población aledaña a la ciénaga de la Virgen pertenece a la localidad de la Virgen y turística, con 31 Km de extensión aproximada, 40 barrios, 34 de ellos urbanos y 6 rurales (Figura 8).

Figura 8 Localidad de la Virgen y Turística



La población aledaña que corresponde a nuestro objeto de estudio son las siguientes:

- UCG # 4: La María - La Quinta - La Esperanza - La Candelaria - Alcibia – Boston
- UCG # 5: Tesca - República del Líbano - Chiquinquirá - Olaya Herrera (Com 5)

- UCG # 6: Olaya Herrera - Fredonia - Nuevo Paraíso - El Pozón - Villa Estrella
- UCG # 7: Trece de Junio - San José Obrero - San Antonio - República de Venezuela - La Floesta - La Castellana - Los Alpes - Viejo Porvenir - Nuevo Porvenir - Chipre - El Gallo - San Antonio - Las Palmeras

En cuanto a los aspectos de Cultura, el programa Cabildo de la Virgen, es un programa que se viene desarrollando desde el plan de desarrollo de la Alcaldía distrital de la localidad 2 de la Virgen y turística, el cual cuenta con la participación de 1500 actores culturales, y es realizado en épocas novembrinas, junto con las festividades de la ciudad de Cartagena de Indias, incentivando la sana convivencia entre los pobladores que pertenecen a esta localidad (Figura 9).

Figura 9 Cabildo de la virgen



Fuente: Plan de desarrollo alcaldía localidad 2 de la virgen y turística.

Igualmente en la localidad se desarrollan programas impulsados por la estrategia denominada “Pedro romero en la localidad” cuyas directrices son menos pobreza más inclusión social, dentro de los cuales se destacan el adulto y mujer emprende, con una población total de beneficiarios de más de 106 personas (Tabla 5).

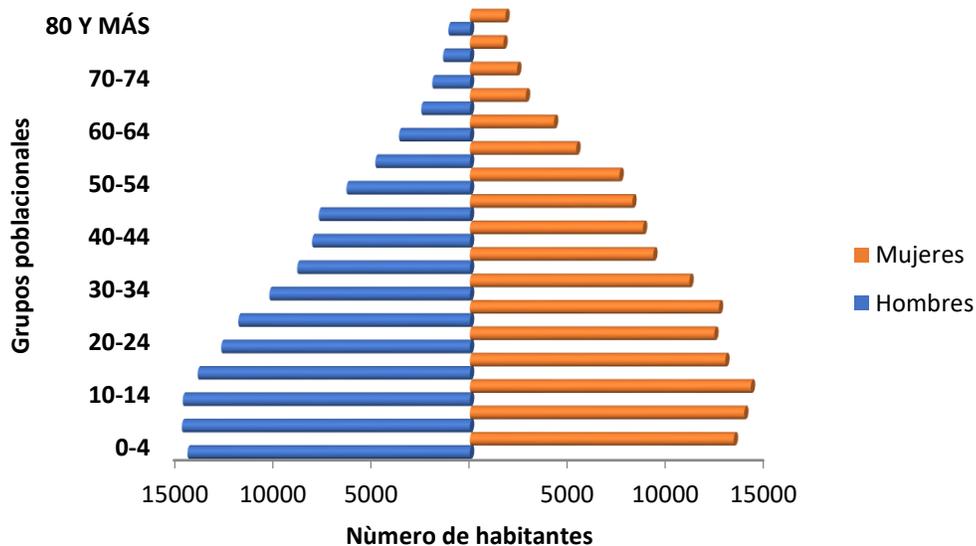
Tabla 5 Programas desarrollados en la localidad 2, de la Virgen y turística.

Programa	No. de personas beneficiadas	Articulación interinstitucional	
Adulto emprende	555 Adultos capacitados	Proyecto formación para la generación de ingresos fondo de desarrollo local	100%
Mujer emprende	376 Mujeres capacitadas		
Juventud Emprende	175 Jóvenes capacitados		40%
Etnoturismo	80 Jóvenes cualificados	Gestión	100%

Fuente: Plan de desarrollo alcaldía localidad 2 de la virgen y turística.

Otro factor importante es el crecimiento poblacional y en ese sentido, la localidad de la Virgen y Turística, siempre se ha caracterizado por ser la más grande en cuanto a habitantes y extensión en correlación a las demás localidades con 425.360 habitantes y 371m², es por tanto que varios autores aconsejan una nueva propuesta de zonifican en donde se incluyan nuevas localidades. Según la pirámide poblacional de la localidad de la virgen y turística indican que la población entre el rango de edades de 4 a 24 años va en crecimiento tanto para el género femenino como el masculino (Figura 10).

Figura 10 Pirámide poblacional; localidad de la Virgen y Turística. Cartagena 2017



Fuente: Estadísticas DANE.

2.7. Ecosistemas y percepción social

De acuerdo con Torregroza, en su tesis doctoral cuando registra dentro de un capítulo las fuentes específicas para la valoración de tendencias de los servicios de provisión, regulación y culturales de los ecosistemas de la Ciénaga de la Virgen, el indicador para el Servicio Ecosistémico "Servicios culturales", midió el Turismo de naturaleza con el número de visitantes /año (las fuentes informes de Ecoturs Boquilla y visitantes que realizaban el recorrido por los Bosques de Manglar), el resultado para "Turismo y Recreación" fue que existían más áreas disponibles pero muy degradadas y que cada vez existen más diversos Centros Recreacionales (Ej.: Los lagos, Matute, Selva Negra y caminos de ciclismo recreativo), sin embargo rescata en el informe que aún el cerro de la Popa es un mirador natural y que el recorrido turístico: "túneles del amor (manglares) al norte de la Ciénaga, va en aumento. (Torregroza, 2015).

El autor también indica que el éxito de sostenibilidad, para el Ecosistema, pudiera estar en un Modelo Integral de Gestión Ambiental con la búsqueda de iniciativas del tipo "Asociación de Municipios" o "Área Metropolitana", que faciliten la articulación eficaz de una gestión alineada con la sostenibilidad ambiental y el bienestar de los habitantes, la invitación es a la cooperación entre los actores sociales, significaría una nueva vía para enfrentar la complejidad de las problemáticas ambientales de la cuenca, esta es la identificación realizada para el diseño de éste producto.

3. CAPITULO III COMPONENTES PARA EL DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Esta fase consistió en inventariar los atractivos turísticos de la zona Ciénaga de la Virgen, para ello se realizó una visita en campo para analizarlos y posteriormente proseguir a consolidarlo.

3.1. Inventario de atractivos turísticos de la Ciénaga de la Virgen. Cartagena de Indias.

Debido a la riqueza natural, se pretende realizar un recorrido por toda la Ciénaga de la Virgen, para esto se consolido el inventario de los atractivos turísticos que podrían ser de interés para los visitantes, teniendo en cuenta la metodología e Inventario de Atractivos turísticos del MinCIT, dando como resultado la información tanto de los factores físicos, ambientales y culturales del sitio, que serán parte de la oferta turística, obteniendo el más alto puntaje en la categorización el Humedal como tal, La Bocana, así como los Mangles Zaragoza, Colorado, Prieto y Bobo. Tabla 7.

Tabla 6 Atractivos encontrados según su calificación

Patrimonio Cultural

La Bocana

El diseño de La Bocana incluye un canal que conecta la ciénaga con una dársena construida en el mar para conducir el agua hacia las compuertas. Cuando el canal llega a la ciénaga, un sistema de diez compuertas continúa el trabajo. Simulando una danza entre el Mar Caribe y la Ciénaga de la Virgen, puesto que cuando se abren las seis compuertas es como si el mar diera seis pasos

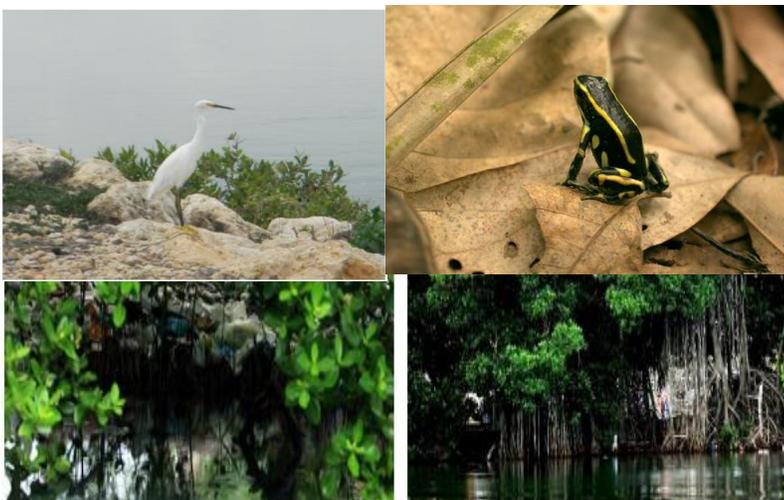


hacia adentro mientras que la Ciénaga da cuatro pasos afuera.

La cuenca tiene cambio de agua dos veces al día, cuando sube la marea el agua entra por seis compuertas que se abren hacia la ciénaga y es conducida por una pantalla o barrera que hace que el agua fluya por toda la zona. Luego, cuando la marea baja, las seis compuertas de entrada se cierran automáticamente y se abren las cuatro de salida, haciendo que el agua salga hacia el mar, permitiendo un intercambio. Este proyecto tuvo una inversión aproximada de 50.000 millones de pesos que fueron destinados a la construcción de unos espolones, compuertas, canal de acceso y pantalla direccional por medio del cual ingresan a la ciénaga de La Virgen 1.500.000 metros cúbicos de agua de mar oxigenada con el cual se está restableciendo el equilibrio ecológico que se había perdido en ésta.

De Carácter Científico: Especímenes Biológicos

El manglar de la ciénaga corresponde a un bosque típico de cuenca, formado por *Avicennia germinans* (especie dominante, 67%), *Rhizophora mangle* (30%) y *Laguncularia racemosa*. A pesar que los mangles son predominantes y caracterizan a la Ciénaga de la virgen, no son los únicos puesto que existen alrededor de 35 especies vegetales entre Ceiba, aramo, campano, dividivi, indio



encuero, cauchos entre otros. En cuanto a la fauna es representada por una cantidad de ecosistemas tanto de peces, reptiles anfibios y aves, que subsisten y sobreviven gracias a los manglares del humedal. Entre los cuales encontramos seis especies de anfibios, veintidós especies de aves, siete especies de mamífero, cuatro especies de reptiles,

Obras en espacio público:

Letras Cartagena

Cartagena, en letreros monumentales, se lee desde la avenida Santander, a la altura de Marbella, y la vía Perimetral, en San Francisco. Los letreros fueron donados por Esentia, gracias a una iniciativa de la Alcaldía de Cartagena, los cuales a través de la Oficina de Gestión Social del Distrito y el Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena realizaron una convocatoria pública para seleccionar los diseños ganadores que adornarían los letreros alusivos a la ciudad.

Los artistas escogidos para intervenir las letras fueron: Harold David Gelis Martínez (R), Angelica Maria Herazo (Dos letras A), Miguel Burgos Ramor (G), Belinda Diaz (Las letras A y C), Yonis Manuel Márquez Banquez (Las letras A y E), Jhony Jairo Arboleda (Las letras N,A,G), Jampier Jimenez Ramos (Las letras E y A), Juan Carlos Mendoza Fernández (T), Jorge Luis Ramor Llorente (Letra C), José María Martínez Vargas (Las letras R,T, N). Las letras están hechas con el plástico reciclado que se recupera en Cartagena, a través del centro de acopio de los

recicladores patrocinado por Esentia”. En la Perimetral, “Todas las personas que vienen en avión van a ver el letrero por detrás, desde el momento en que el avión vaya aterrizando”. En la Perimetral, “Todas las personas que vienen en avión van a ver el letrero por detrás, desde el momento en que el avión vaya aterrizando”.



Los letreros tienen una base de cemento para soportar el peso de las letras y las corrientes de aire, y además de unos refuerzos en las esquinas, en aluminio, para darles toda la fortaleza que se necesita, protegerlos de la salinidad y contra el clima.

Puente Viaducto

Estos 4.7 kilómetros de viaducto sobre la Ciénaga de La Virgen comprenden una doble calzada, con las condiciones necesarias de seguridad para que la salida hacia el norte de Cartagena sea acorde con los requerimientos ambientales de la ANLA, y también se garantice un ahorro en los tiempos de movilización entre las dos ciudades. Tras casi tres años y medio de ejecución, hasta la fecha se han construido 4.62 Kilómetros de los 4.73 kilómetros que tiene en total sobre la Ciénaga de La Virgen.

El Viaducto, que se construye en la ciudad de Cartagena, hace parte del Proyecto 4G Cartagena Barranquilla y Circunvalar de la Prosperidad a cargo de Concesión Costera, consorcio conformado por cuatro reconocidas firmas constructoras: MHC (Mario Huertas Cotes), Constructora MECO, Constructora Colpatria y Castro Tcherassi.

El Viaducto operará como la segunda calzada de la Vía al Mar en sentido Cartagena – Barranquilla. Su longitud será de 4.73 kilómetros sobre la Ciénaga y 5.4 kilómetros en total, que lo convertirán, además del más largo del país, en el tercero más largo de Latinoamérica.



Viviendas urbanas

El mapa se identifican los sectores de las Unidades Comuneras de Gobierno (UCG) número 3, 4, 5 y 6 de la Localidad de La Virgen y Turística. Estos sectores están comprendidos desde el barrio San Francisco, hasta el barrio Nuevo Paraíso, los cuales son el objeto de estudio de este proyecto en cuanto a las actividades productivas que desde allí se generan y los potenciales impactos y presiones antrópicas que se ejercen hacia el ecosistema Ciénaga de La Virgen.



Sitios Naturales

Humedal- Ciénaga de la Virgen

El consolidado arroja que la mayor observación en cuanto a afectaciones ambientales en el entorno hace referencia a los basureros satélites con un 31%, siendo la observación de mayor frecuencia en relación con las demás variables, sin embargo es importante tener en cuenta la posición que alcanzó la problemática de rellenos con un 29% de observancia por parte de los encuestados, sin dejar de lado el aspecto ambiental de residuos y escombros que en promedio se muestra con un 56% en la observación. Eso determina que según la opinión de los negocios que fueron encuestados, las variables anteriormente citadas son las de mayor afectación y por consiguiente las que generan el mayor impacto ambiental en el entorno de la cuenca ciénaga de La Virgen. La afectación ambiental que con mayor frecuencia se observa en el entorno de la ciénaga de La Virgen, es la de los residuos y escombros con una presencia del 33%, seguida del promedio identificado, que es del 62% y hace referencia igualmente a residuos y escombros. Esta problemática se incrementa progresivamente, debido a la expansión de las invasiones en la búsqueda de un hábitat o una residencia permanente.



Tabla 7 Inventario Turístico- Cuadro Resumen

No.	Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	H	Calf.	Loc	Reg.	Nal.	Int.	C.Total
1	Anfibios	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	1
2	Aves	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	2
3	Aromo	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	3
4	Balsamina	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	4
5	Batatilla	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	5
6	Bicho	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	6
7	Brucha macho	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	7
8	Camajón	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	8
9	Campano	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	9
10	Cañaguate	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	10
11	Cauchos	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	11
12	Ceiba	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	12
13	Dividivi	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	13
14	Frijolillo	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	14
15	Guásimo	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	15
16	Guayacán	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	16
17	Hobo	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	17
18	Humedal	2.4.1	5	5	6	8	5	10	10	49				30	79	18
19	Indio desnudo	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	19
20	La Bocana	1.1.5	21	21	21					63		12			75	20
21	Laurel	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	21
22	Letras Cartagena	1.5.2.14	21	21	17					59	6				65	22
23	Mamíferos	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	23
24	Mamón	1.5.3.1	12	12	17					41			18		59	24

25	Mangle Bobo	1.5.3.1	12	12	21					45				30	75	25
26	Mangle Colorado	1.5.3.1	12	12	21					45				30	75	26
27	Mangle prieto	1.5.3.1	12	12	21					45				30	75	27
28	Mangle Zaragosa	1.5.3.1	12	12	21					45				30	75	28
29	Mango	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	29
30	Manzanillo	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	30
31	Níspero	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	31
32	Ollita de mono	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	32
33	Paja Mona	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	33
34	Pasto Angleton	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	34
35	Peces	1.5.3.1	8	12	17					37	6				43	35
36	Platanillo	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	36
37	Puente Viaducto de la Virgen	1.1.5	21	21	18					60		12			72	37
38	Reptiles	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	38
39	Roble	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	39
40	Tamarindo	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	40
41	Totumo	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	41
42	Trupillo	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	42
43	Verdolaga	1.5.3.1	12	12	17					41		18			59	43
44	Vía Perimetral	2.9	6	5	7	8	5	10	10	51	6				57	44
45	Vivienda urbana	1.1.2.1	12	12	11					35	6				41	45

Fuente. Elaboración propia basada en la inspección de campo y la metodología de inventarios del MINCIT.

3.2 Atractivos turísticos de la Ciénaga de la Virgen, que podrían ser observados por los turistas (según la estacionalidad).

En épocas de verano las situaciones agroclimáticas disminuyen especialmente en las especies biológicas existentes hasta el extremo que por las altas temperaturas algunas especies se mueran, mientras que en épocas de lluvias se conservan mucho más, por lo que en invierno los turistas podrían apreciar el mayor número de especies biológicas, que fueron descritas anteriormente (EPA Cartagena, 2015a).

La temporada de lluvias se presenta en el periodo comprendido entre septiembre y noviembre, en la cual según estudios realizados se registran aproximadamente el 44% de las precipitaciones al año, produciendo precipitaciones de 400 mm/añual hacia el sur, y 600mm/añual hacia el norte.

En cuanto a la temporada seca, corresponde a los meses entre diciembre y marzo, en el cual se considera que las lluvias no superan el 7% anual, este periodo puede extenderse hasta el mes de abril. Por último está el periodo de transición, el cual no se considera seca y tampoco época de invierno comprende los meses de abril hasta agosto, sin embargo durante este periodo se presenta el fenómeno del veranillo de San Juan, el cual ocurre hacia mediados de junio y se caracteriza por la disminución en las precipitaciones (Instituto Humbolt - Universidad Pontificia Javeriana, 2015).

Uno de los aspectos que hacen el humedal de Tesca o Ciénaga de la Virgen es según el POT de la entidad CARDIQUE es su establecimiento del caudal ecológico, la cual tiene un marcado régimen pluvial con máximos invernales y mínimos estivales, lo que permite que se formen escorrentías excepcionales durante la época de verano haciendo que la producción de alga y vegetación acuática disminuyan, lo que ocasiona un fenómeno de cambios en el sustrato, en la calidad físico-química de las aguas y aumento de la temperatura en el suelo, lo que hace que la fauna y flora sea diferente, entonces en estas épocas secas de verano se apreciarán más las aves carroñeras por dicho fenómeno (CARDIQUE, 2015).

Según estudios realizados en común entre el EPA de Cartagena y los pescadores de la zona se determinó calendarios estacionales los cuales se observa que en épocas de verano existen ciertas especies que son muy poco vistas tal como el Sábalo, el Caracol, la Langosta, el Sable la Mojarra, Pargo, Barbuo entre otros (EPA Cartagena, 2015b).

3.3 Actividades turísticas ofertadas actualmente

En la zona existen agencias que ofrecen, según folletos comerciales, recorridos en canoa por los manglares de la ciénaga de La Virgen, a través de canales y túneles naturales, las cuales incluyen:

Recogida en Hotel en Bocagrande, Laguito, Centro, Marbella, Crespo y morros, Transporte en bus con aire acondicionado, ingreso a una canoa de palanca, Recorrido por los principales manglares túneles, visita al Museo Precolombino y retorno al hotel.

- Visita a pueblo de pescadores de La Boquilla y es muy recomendable para los amantes de la naturaleza. En la playa de La Boquilla, veremos las dos facetas de la ciudad, ya que es una de las zonas más pobres de Cartagena, sin embargo en este momento en ella se están construyendo hoteles 5 estrellas y apartamentos de lujo.
- Después de llegar a La Boquilla (unos 30 minutos del centro de la ciudad), se cruzará en canoa el bosque de manglares y la Ciénaga de Juan Polo, para posteriormente dirigirse a través de algunos túneles naturales de manglar (Túnel de la amistad, el amor y la suerte). En la ciénaga, se observará el bosque de manglar ofrece una gran flora y fauna. Entre otras cosas, se pueden apreciar los ecosistemas que subsisten gracias a los manglares, diferentes especies entre aves, crustáceos, reptiles entre otros.
- Después de la excursión en canoa, paseo por el pueblo y por la playa mientras que nuestro guía nos dirá más sobre la vida diaria de estas personas que viven principalmente de la pesca.
- Llegada a un restaurante de la zona, para almorzar (no incluido). Plato típico de la zona: pescado frito con arroz de coco, plátano y ensalada. Después del almuerzo, se puede tomar un baño en el mar Caribe o relajarse en la playa. Traslado de regreso en taxi.

Los recorridos se realizan en horas de la mañana de tal forma que puedan apreciar mejor los elementos paisajísticos de la zona.

3.4 Transporte y accesibilidad a Cartagena y al sitio objeto de estudio del producto turístico.

Para acceder a la Ciénaga de Virgen, se debe contratar un servicio particular puesto que actualmente no existe ningún transporte público terrestre que cubran la zona, aunque se puede hacer el uso del transporte público hasta la vía principal entrada al barrio Olaya y de ahí en adelante hacer uso de mototaxi, los cuales son ilegales, pero son usados por la comunidad, sin embargo no es recomendado para personas que no pertenezcan a la localidad.

A continuación se muestra el listado transporte particular activos y certificados como proveedores oficiales del sector turístico que entran a la zona (Tabla 8), según listado del RNT:

Tabla 8 Transporte Particular para entrar a la zona Ciénaga de la Virgen

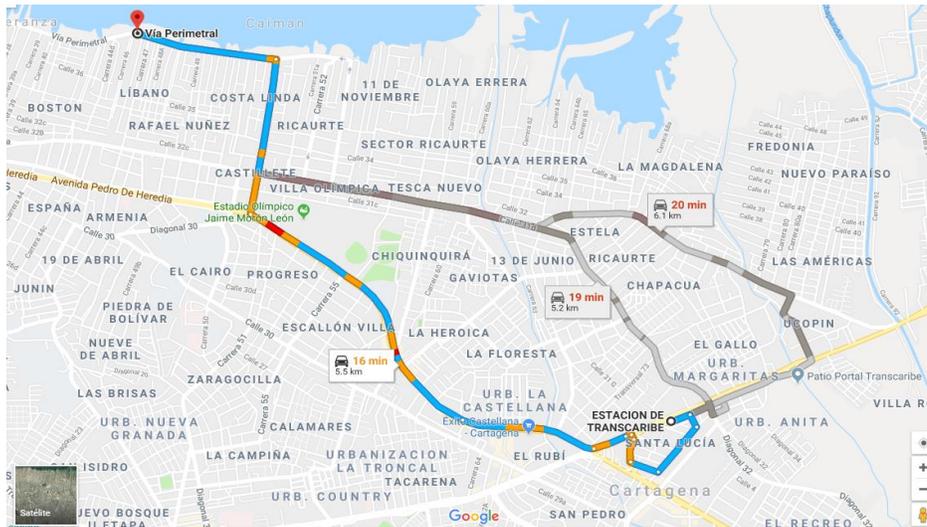
Razón Social o Nombre	RNT	Municipio / Dpto
AGENCIA DE VIAJES Y TRANSPORTES GLOBAL TOURS	52839	CARTAGENA – Bolívar
EMPRESA DE SERVICIO ESPECIAL DE TRANSPORTE MAMONAL TRANSMAMONAL.	34990	CARTAGENA – Bolívar
EMPRESA DE TRANSPORTES DE SERVICIO ESPECIAL Y CARGA PLATINO S.A.S.	48145	CARTAGENA – Bolívar
EMPRESA DE TRANSPORTES RENACIENTE S.A	16906	CARTAGENA – Bolívar
GUIANZA EXPRESS LTDA - TRANSPORTE Y GUIANZA	16552	CARTAGENA – Bolívar
JAIME FRIAS TRANSPORTES S.A.S.	43666	CARTAGENA – Bolívar
LOGISTICA Y TRANSPORTE DEL CARIBE SAS	40911	CARTAGENA – Bolívar
TRANSPORTE DE RUTA LIBRE SAS	46625	CARTAGENA – Bolívar
TRANSPORTE DE SERVICIO ESPECIAL HERNANDEZ & CIA.	55827	CARTAGENA – Bolívar
TRANSPORTES ALEF T & H SAS	47847	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES CIELO MAR	61122	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES EL DORADO LTDA	59605	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES FELIX ESPECIAL PETROLERO S.A.S.	58495	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES KEMUL S.A.S.	58566	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES LA BENDICION DE DIOS	30831	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES TURISTICOS GUILLO TOURS	55971	CARTAGENA - Bolívar
TRANSPORTES TURISTICOS MARIOS TOURS	45114	CARTAGENA - Bolívar

Fuente: Listado de proveedores del sector turístico según el RNT.

Una de las entradas más empleada por este medio de transporte es por el barrio Olaya herrera, el cual desde la estación caribe se encuentra aproximadamente en promedio de 16 a 19 minutos, si se coge la Av. Pedro de Heredia, siendo esta la más habitual se encuentra 5.5 km, a diferencia de se coge el tramo por Dg 32 y Cl 31d, con 5.2 km, sin embargo se estima

unos minutos más lenta por el tránsito y si se toma la CI 32 CI 31 d se demorara alrededor de los 20 minutos puesto que el tramo a recorrer sería más extenso de unos 6.1 km (Figura 11).

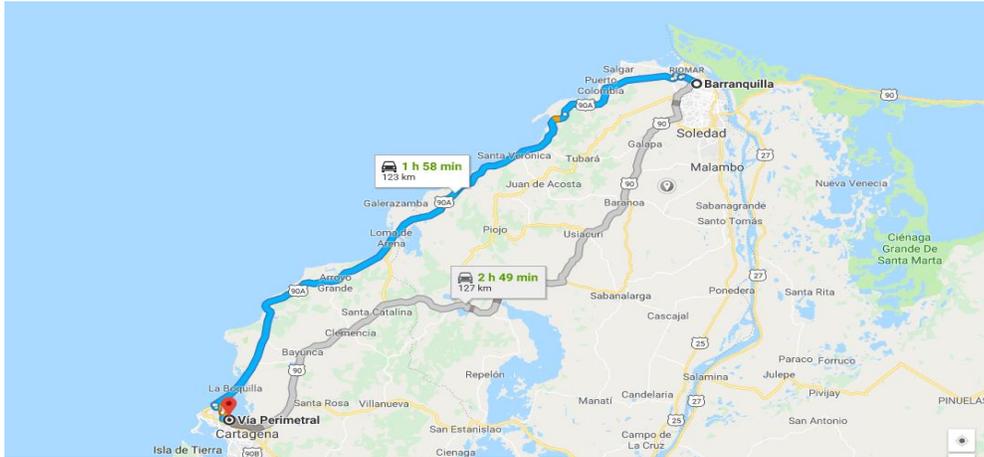
Figura 11 Recorrido en kilómetros a la entrada de la vía perimetral- Ciénaga de la Virgen



Fuente: Google Maps.

Desde Barranquilla la movilidad es diferente, existen dos rutas alternas por el anillo vial el cual a pesar que es una ruta más rápida, dura alrededor de 1 h 58 minutos, con 123 km, sin embargo etá ruta tiene peajes, y por la trocal Caribe es más extenso, pero no posee peajes con aproximadamente un tiempo estimado de 2 h 49 minutos y 127km (Figura 12).

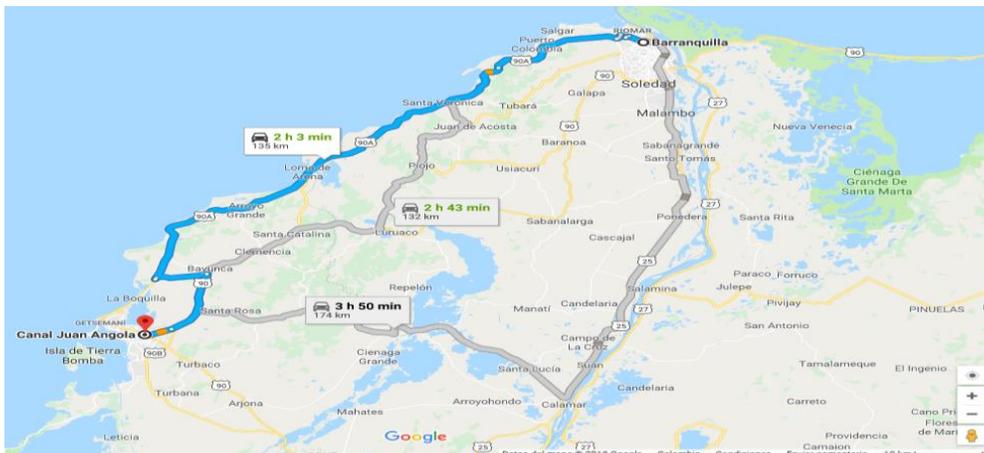
Figura 12 Recorrido desde Barranquilla. Anillo vial y la troncal del Caribe hasta la vía perimetral



Fuente Google maps.

Otro punto desde donde comienzan los tours entre esos la famosa embarcación “La Chambaculera” es desde el caño Juan Angola, el cual permite mayor cubrimiento de la zona y se encuentra ubicado a 1.5 km partiendo desde la estación caribe, 135 km desde Barranquilla por el anillo vial y 132 km por la Troncal Caribe (Figura 13).

Figura 13 Recorrido desde Barranquilla. Anillo vial y la troncal del Caribe hasta el Caño Juan Angola



Fuente Google maps

3.5 Prestadores de servicios turísticos

Los servicios turísticos e infraestructura incluyen todos los hoteles u operadores que prestan el servicio del tour ecológico, así como también las agencias de viajes, guías y plataformas digitales que promocionan el producto.

3.6 Hoteles y operadores de servicios turísticos afines por cercanía

Actualmente (2018) la oferta integrada del sitio, con los hoteles, no es muy explorada como tour en ciudad de Cartagena (Tabla 9), sin embargo existe un número considerable de Hoteles para alojamiento cerca de la zona de la ruta ecológica; algunos hoteles integran la oferta de ciertos productos con el alojamiento hotelero, entre los que se destacan: Las Américas, Eco-hotel el Hamaquero y el operador turístico Eco-tours Boquilla (Tabla 8). Así como dieciséis sitios más en la categoría, hotel, hotel posada y restaurante que son quince (15) (Tabla 10). En cuanto a operadores certificados y activo cercanos al lugar son treinta y cuatro (34) (Tabla 11).

Tabla 9. Hoteles prestadores del servicio de ecoturismo

	El Hotel Las Américas	Eco-Hotel El Hamaquero	Ecotours Boquilla
Producto	Knowledge Builder Program	actividades marinas agradables, kayak, careto, buceo y senderismo	ecoturismo en canoas de madera conducidas por nativos en los manglares y lagunas costeras
Precio	190.000	150.000	140.000
Promoción	Solo para huéspedes, se debe pedir el servicio directamente en el hotel.	Páginas web, pautas publicitarias	Páginas web, pautas publicitarias

Fuente. Propia elaborada en base a la oferta turística que presta el servicio de guía por la ruta del manglar de la Ciénaga y alojamiento, según datos del observatorio ambiental EPA Cartagena

Tabla 10. Hoteles certificados ya activos para alojamiento cerca de la zona de la ruta ecológica.

Razón Social o Nombre
ALOJAMIENTO RESTAURANTE BAR CHOCOLATE MARINO
ALOJAMIENTO Y RESTAURANTE HUGO'S PLACE
DONDE LELE POSADA Y RESTAURANTE BAR
HOSPEDAJE DISCO BAR RESTAURANTE LA FINQUITK
HOSPEDAJE RESTAURANTE LEO
HOSPEDAJE Y RESTAURANTE BAHIA
HOSPEDAJE Y RESTAURANTE COSTA BELLA LTDA
HOSPEDAJE Y RESTAURANTE EL TAMBO
HOSTAL RESTAURANTE BAR BUENA HONDA
HOSTAL Y RESTAURANTE RAW KOKO BARÚ
HOTEL RESTAURANTE BAR PALMA BAHIA
HOTEL RESTAURANTE ISLA DE CAPRI.
HOTEL Y RESTAURANTE LUZ DEL MAR
POSADA RESTAURANTE BAR GAFITA BARU
PUNTO DE ENCUENTRO HOSPEDAJE RESTAURANTE # 1
SAN JUAN HOTEL RESTAURANTE

Fuente: Listado de proveedores del sector turístico según el RNT.

Tabla 11 Operadores certificados en cercanías de la Ciénaga de la Virgen

Razón Social o Nombre
AGENCIA DE OPERACIONES HOTELERAS Y TURISTICAS ISLA DE MANGA
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA COOTAXCONTUCAR
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO DELYS TOURS
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO FABIAN GARCIA ALL SERVICES TOURS
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO OCEAN & LAND TOURS S.A.S.
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO WAYKENTOURS CARTAGENA S.A.S.
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ROSARIO
AGENCIA OPERADORA COLOMBIA TRAVEL
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO AMAIZING CARTAGENA S.A.S.
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO CAREX COMERCIAL S.A.S.
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO CHOCOLATE TOURS
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO COINTRASABANASTUR EXPRESS
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO ELMO'S TOURS
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO ISLA DEL ENCANTO
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO ISLA DEL ENCANTO
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO JEGREKA'S TOURS S.A.S.
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO PAISA TOURS
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO RECEPTIVO LIZATOURLS.
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO SOL DE BARU
AGENCIA OPERADORA DE TURISMO YONITOURS

AGENCIA OPERADORA DE TURISMO YONI TOURS
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO PARAISO TRAVEL
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO SERMARKT
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO VENTURAS DEL CARIBE LTDA
COLOMBIA ES UNICA MAYORISTA & TOUR OPERADOR
COLOMBIA ES UNICA MAYORISTA & TOUR OPERADOR
EXCURSIONES ROBERTO LEMAITRE AGENCIA DE VIAJES OPERADORA.
GEMA TOURS AGENCIA DE VIAJES OPERADORA
INMOBILIARIA CASTELLAR Y AGENCIA OPERADORA DE TURISMO LUCHO TOUR
OK CARTAGENA TOURS AGENTE OPERADOR TURISTICO S.A.S.
OPERADORA HOTELERA QUADRIFOLIO S.A.
OPERADORA NACIONAL DE TURISMO DIRIGIDO
OPERADOR ESTRELLA TOURS
OPERADOR INTEGRAL DE TURISMO S.A.S (OPITOURS)

Fuente: Listado de proveedores del sector turístico según el RNT.

Finalmente existe en el territorio, “La Chambaculera”, aunque no es considerada como un operador como tal, esta embarcación es conocida como la primera oficial en realizar un recorrido con una capacidad de 20 personas, incluyendo la guía turística cuya insignia es “Un motivo fundamental es rescatar los cuerpos internos de agua de la ciudad y a la vez que sea una oportunidad para todas las personas que habitan alrededor del caño Juan Angola para que este sea un sustento para sus familias y se pueda recuperar el tema ambiental del Sector e invitar a todos los entes de control y jóvenes en riesgo a que participen de este proyecto y sumen a nuestra sociedad”.

3.7. Restaurantes

Aparte de los hoteles restaurantes descritos anteriormente, es importante mencionar los más conocidos y cercanos para la oferta del producto, estos son cuarenta y tres (43).

Tabla 12. Restaurantes certificados y activos cerca de la zona de la ruta Ciénaga de la Virgen.

EL BISTRO RESTAURANTE PANADERIA S.A.S.			
EL KILO RESTAURANTE			
HARVEY RESTAURANTE			
JUAN DEL MAR RESTAURANTE			
MARIA RESTAURANTE			

PA´ LA CALLE BAR RESTAURANTE			
QUEBRACHO RESTAURANTE-PARRILLA-BAR			
RESTAURANTE ALOJAMIENTO Y TERRAZA PACHO LAY			
RESTAURANTE ARABE E INTERANCIONAL			
RESTAURANTE BAR ACCION DE GRACIAS			
RESTAURANTE BAR BLAS EL TESO			
RESTAURANTE BAR EL MUELLE			
RESTAURANTE BAR FUERTE DE SAN SEBASTIAN DEL PASTELILLO			
RESTAURANTE BAR LUISFER BARU			
RESTAURANTE BAR PORTON DE SAN SEBASTIAN			
RESTAURANTE CAFE BAR MONTE SACRO			
RESTAURANTE CAFE SAN PEDRO			
RESTAURANTE CARBON DE PALO			
RESTAURANTE CHEF JULIAN.			
RESTAURANTE DEL CARIBE 3000 SAS			
RESTAURANTE DONJUAN CARTAGENA			
RESTAURANTE DRAGON DE LA MARINA.			
RESTAURANTE DRAGON DE ORO.			
RESTAURANTE DRAGON KING			
RESTAURANTE EL BURLADOR DE SEVILLA			
RESTAURANTE EL SANTISIMO			
RESTAURANTE HARRYS BAR CARTAGENA			
RESTAURANTE, HOSPEDAJE, BAR DONDE SELMIRA			
RESTAURANTE KARAMAIRI.			
RESTAURANTE LA BONGA DEL SINU			
RESTAURANTE LA FONDA ANTIOQUEÑA CARTAGENA			
RESTAURANTE LA OLLA CARTAGENERA.			
RESTAURANTE LA TINAJA.			
RESTAURANTE LA VITROLA			
RESTAURANTE PEPE ANCA			

RESTAURANTE PERUFUSION			
RESTAURANTE Y ALOJAMIENTO LA HUELLA DE DIOS			
RESTAURANTE Y HOSPEDAJE ANA RODRIGUEZ			
RESTAURANTE Y HOSPEDAJE EL HORMIGON DE TALY			
RESTAURANTE Y HOSPEDAJE LA HORMIGA			
RESTAURANTE Y HOSPEDAJE LOS HERMANOS ROCHA			
TROPICAL PARRILLA RESTAURANTE.			
VERONA PIZZA BAR RESTAURANTE S.A.S.			

Fuente: Listado de proveedores del sector turístico según el RNT.

3.8 Agencias de Viajes

Según revisiones digitales y visitas para la ruta identificaron dos tipos de perfiles empresariales: las agencias que sub-contratan y a las que se encuentran organizadas y prestan el servicio directamente con su propio transporte. Las cercanas al lugar son veintidós (22).

Tabla 13 Agencias de viajes.

Razón Social o Nombre
AGENCIA DE VIAJES CTC
AGENCIA DE VIAJES EMCOOPROTUR
AGENCIA DE VIAJES LOVERAN TOURS
AGENCIA DE VIAJES MAR Y MAR
AGENCIA DE VIAJES MAR Y MAR
AGENCIA DE VIAJES NATIVO TOURS
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO DELYS TOURS
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO FABIAN GARCIA ALL SERVICES TOURS
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA DE TURISMO OCEAN & LAND TOURS S.A.S.
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ROSARIO
AGENCIA DE VIAJES VIAJEROS COLOMBIA TOUR SAS
AGENCIA DE VIAJES VIVE CARTAGENA TOURS SIN LIMITES
AGENCIA DE VIAJES Y TRANSPORTES GLOBAL TOURS
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CARTACHOTOURS

AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO COMFENALCO CARTAGENA
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO ESTRELLA TOURS S.A.S
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO FENIX
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO LA MARINA LTDA
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MADER TRAVEL
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MARYS CARTAGENA TRAVELS
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MIRASOL TRAVEL.
AVT AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
BOOKING CARTAGENA AGENCIA DE VIAJES S.A.S.
BOOKING CARTAGENA AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO
GEMA TOURS AGENCIA DE VIAJES OPERADORA
LA TIENDA DEL TURISMO AGENCIA DE VIAJES.
LA TIENDA DEL TURISMO AGENCIA DE VIAJES.
LA TIENDA DEL TURISMO AGENCIA DE VIAJES.
LA TIENDA DEL TURISMO AGENCIA DE VIAJES.
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO PARAISO TRAVEL
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO SERMARKT
AGENCIA OPERADORA DE VIAJES Y TURISMO VENTURAS DEL CARIBE LTDA

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en campo

3.9. Guías turísticos

Por lo general son personas de la comunidad de la Boquilla, que han sido capacitados por entidades como el SENA, o personas autóctonas de la comunidad, son quienes ejercen esta labor.

La gran mayoría de los guías certificados son pescadores organizados en asociativas en torno al turismo en la Ciénaga, los cuales se convierten en guías por tradición que muestran los atractivos paisajísticos de esta, los principales son Jairo Díaz, Guillermo Escobar y Eduardo Jiménez. Tabla 14.

Tabla 1 Listado de Guías turísticos

Nombre	Nombre de cooperativa
Jairo Díaz	Bayunco
Guillermo Escobar	Consultoría Ambiental
Eduardo Jiménez	EAT Los Arriveros

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en campo

3.8 Protocolos ambientales y normativos necesarios para el uso del servicio.

El Código de Recursos Naturales – Decreto- Ley 2811 de 1974 Establece los fundamentos normativos para prevenir y controlar la contaminación del medio ambiente y de los bienes ambientales (Aire, agua y suelo) a través generación de mecanismos para el mejoramiento, la conservación y la restauración de los recursos naturales renovables, con el propósito de defender la salud y el bienestar de todos los habitantes del Territorio Nacional (EPA, 2015).

Mediante Resolución No. 0947 de diciembre 09 de 2003, la autoridad ambiental declara en ordenación la cuenca de la Ciénaga de la Virgen. El área está conformada por el humedal integrante de la misma ciénaga y Juan Polo, los arroyos, canales, bocas naturales y artificiales aferentes al mar Caribe y los asentamientos humanos que la componen. El plan de ordenamiento y manejo de la cuenca hidrográfica de la ciénaga de La Virgen se fundamenta especialmente en el marco legal e institucional que define la categoría Área de Manejo Especial. Esta categoría fue declarada por la nación en 1978 y se apoya en el marco normativo referente al ordenamiento y el manejo de cuencas y humedales que el Gobierno Nacional ha proferido en términos de manejo y gestión desde la expedición de la Ley 99 de 1993(EPA, 2015), por lo tanto la oferta del producto deberá regirse por la normativa de sostenibilidad.

Colombia considerado uno de los países con mayor biodiversidad, gracias a su extensión de tierra con un porcentaje de 0.7% de la superficie del planeta, con una participación del 10% en cuanto a fauna y flora, evidenciando el gran potencial que posee Colombia para posicionarse como destino turístico a nivel mundial, sin embargo se hace necesario que se implementen políticas de planificación y gestión turística, con estrategias que optimicen las herramientas requeridas para garantizar la sostenibilidad de sus destinos y productos turísticos y por eso como como referente de sostenibilidad para el uso de la ruta y prestación del servicio, se tiene en cuenta como punto de partida, el proyecto de reestructuración del parque espíritu del Manglar, el cual no solo ofrece la eco ruta sino

igualmente combina el ambiente natural con la promoción del turismo cultural local cartagenero.

Figura 14 Promoción agenda cultural parque espíritu del Manglar



Para efectos de esta investigación se propone una batería de indicadores de sostenibilidad turística el cual los ámbitos a tener en cuenta son la gestión; el económico, el ambiental y el cultural de la sostenibilidad, dentro de los cuales se revisarán los indicadores para cada categoría según corresponda, tal como se describen a continuación:

Ámbito de Gestión de la sostenibilidad

- Buenas prácticas del turismo de la naturaleza
- Atractivos
- Mejora en infraestructura

- Seguridad: Policía de turismo, seguridad vial y del destino turista, protección integridad y seguridad física del turista en la vía perimetral.

Ámbito Económico de la sostenibilidad

- Empleo Local Directo
- Estimulación del comercio local
- Maximización de los beneficios económicos y sociales para la comunidad local aledaña a la Ciénaga de la Virgen
- Planificación: Planes de desarrollo turístico
- Inversión: Inversión privada, atracción de nuevas inversiones, confianza de inversionistas
- Empleo
- Generación de riqueza

Ámbito Ambiental de la sostenibilidad

- Mejora la gestión medioambiente
- Iniciativas de planificación con el fin de mantener la calidad ambiental
- Sensibilización al turista
- Conservación y protección de la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes, especies silvestres
- Maximización de los beneficios para el medio ambiente y se minimizan los impactos negativos
- Manejo de residuos sólidos (desperdicios de alimentos)
- Estimulación en cuanto a la mejora de la rehabilitación de la Ciénaga de la Virgen
- Capacidad carga
- Calidad de los cuerpos de agua
- Calidad de Aire
- Estados de conservación de la flora y fauna

Ámbito Cultural de la sostenibilidad

- Ayuda y conservación del patrimonio natural

- Vínculo de intercambio cultural
- Revitalizar el interés de la cultura local
- Molestias en la población local
- Recuperación de memoria histórica
- Impacto turismo

Figura 15 Batería de indicadores de sostenibilidad turística del producto turístico.

INDICADORES	
Ámbito de Gestión de la sostenibilidad	
Buenas prácticas del turismo de la naturaleza	Aplicación de las buenas prácticas de gestión empresarial y administrativa, con las que el guía se forma, puesto que son facilitadores para que los turistas conozcan e interpreten adecuadamente los entornos naturales, la cultura local y el patrimonio cultura.
Atractivos	Atractivos naturales valorados, los cuales están descritos en el presente trabajo, recursos culturales valorados (población aledaña a la ciénaga de la Virgen, costumbres, festividades y eventos).
Mejora en infraestructura	Creación de instalaciones de ocio para aprovechamiento de la población local y turismo.
Seguridad: Policía de turismo, seguridad vial y del destino turista, protección integridad y seguridad física del turista en la vía perimetral	Número de denuncias año a la policía por robo o atraco / Total residentes x 100. No. de policías de turismo asignados al destino/ Total población residente + flotantes x 100. No de accidentes de tránsito en las vías del destino / Total de accidentes de tránsito en el país x 100
Ámbito Económico de la sostenibilidad	

Empleo Local Directo	Existencia de personas de la población local que pertenezca a los barrios aledaños al humedal de la Ciénaga de la Virgen en la prestación de servicios turísticos.
Estimulación del comercio local	Compra por parte de empresarios y turistas, de bienes y servicios elaborados y suministrados por las poblaciones locales, de acuerdo con su disponibilidad.
Maximización de los beneficios económicos y sociales para la comunidad local aledaña a la Ciénaga de la Virgen	Existencia de programas de sensibilización y capacitación dirigidos a la población local, relacionados con la actividad eco turística, y la importancia del buen trato al turista.
Planificación: Planes de desarrollo turístico	Evidencia de apoyo a las iniciativas productivas que contengan actividades eco turísticas que se desarrollen en la Ciénaga de la Virgen del lugar donde realiza la actividad, velando por el respeto de las políticas y normas establecidas por la sociedad. Proyectos turísticos y circuitos turísticos en ejecución.
Inversión: Inversión privada, atracción de nuevas inversiones, confianza de inversionistas	Existencia de inversión privada turismo destino / Inversión privada turística total nacional x 100. Existencia de programas para atraer inversión nacional e internacional. Volumen de inversión privada proyectada para la vigencia siguiente - Inversión privada año base x 100.
Empleo	PEA ocupada en el sector, promedio del personal empleado en el sector turístico de la Ciénaga de la Virgen, empleo tanto indirecto como directo, permanente o temporal generado por la actividad turística en el humedal.

Generación de riqueza	Aporte al PIB del destino, gasto promedio de los turistas (Total de ingresos producidos por el turismo en el destino).
Ámbito Ambiental de la sostenibilidad	
Mejora la gestión medioambiente	Existencia de acciones encaminadas a la prevención de la contaminación de la Ciénaga de la Virgen ocasionada por la actividad turística.
Iniciativas de planificación con el fin de mantener la calidad ambiental	Existencia de prácticas sostenibles de actividades turísticas en la Ciénaga de la Virgen. Existencia de un compromiso de mejora continua en todos aquellos aspectos ambientales que se identifiquen, implementando las herramientas necesarias para prevenir la contaminación.
Sensibilización al turista	Existencia de recorridos que sensibilicen al turista sobre el cuidado ambiental y preservación de la Ciénaga de Virgen evitando que los ecosistemas subsistentes en ella se alteren lo mínimo posible a causa de las actividades turísticas de la zona.
Conservación y protección de la biodiversidad, los ecosistemas y los paisajes, especies silvestres	Existencia de iniciativas que promuevan la protección de los recursos naturales con prácticas como la adquisición de productos respetuosos con el medio ambiente y la colaboración en la reducción de la contaminación generada por los gases de efecto invernadero, las basuras, las aguas residuales. Existencia de iniciativas que proteja las especies silvestres que no autorice su extracción de su entorno natural con fines de consumo, exposición o comercialización.

Maximización de los beneficios para el medio ambiente y se minimizan los impactos negativos	Nivel de impacto de la contaminación de la Ciénaga de la Virgen generados por las comunidades y las actividades turísticas.
Manejo de residuos sólidos (desperdicios de alimentos)	Implementación de mecanismos para reducir los desechos, producto de la actividad turística en la Ciénaga de la Virgen.
Estimulación en cuanto a la mejora de la rehabilitación de la Ciénaga de la Virgen	Conservación de sitios, conciencia medioambiental, mejora de gestión del medio ambiente, contaminación, sensibilización al turista, planificación de calidad ambiental, impactos estéticos y paisajísticos, tratamientos de basura en los alrededores de la Ciénaga de la Virgen.
Capacidad carga	Superficie de espacios en m ³ con uso basado en capacidad de carga / Superficie total del destino x 100.
Calidad de los cuerpos de agua	Existencia de programa de tratamientos de aguas servidas (m ³ de aguas tratadas vs servidas) Calidad de los cuerpos de agua (ml, coliformes, enterococos, oxígeno disuelto, ph, DBO5, salinidad, turbiedad, DQO)
Calidad de Aire	Existencia de controles de emisiones (t/SO ₂ , SO ₃ , SO _x , H ₂ S). Existencia de programas de producción limpia.
Estados de conservación de la flora y fauna	Existencia de programas de reforestación y recuperación de fauna. No. De Cambios en la cobertura vegetal (ha) No. De áreas deforestadas y taladas. Densidad de especies (#/ha) No. De especies nativas en peligro de extinción.
Ámbito Cultural de la sostenibilidad	

<p>Ayuda y conservación del patrimonio natural</p>	<p>Existencia de programas de desarrollo que involucren la promoción de actividades relacionadas con el turismo y que se ejecuten en la Ciénaga de la Virgen.</p> <p>Millones de pesos año invertidos en la conservación del patrimonio histórico arquitectónico / Total presupuesto destino x 100.</p>
<p>Vínculo de intercambio cultural</p>	<p>Existencia de un intercambio cultural puesto que los turistas pueden apreciar las danzas folclóricas, obtener servicio de guianza y consumir alimentos, todo ello brindado por los emprendedores de la rutas eco turísticas, que son actores de la Economía Popular y Solidaria, su tipo de organización es comunitaria, cooperativa, empresarial, asociativas, familiares, domésticas, personas naturales o jurídicas pertenecientes a las comunidades cercanas a la Ciénaga de la Virgen.</p> <p>Aumento de dotación cultural y educativa, capacitaciones.</p> <p>No de encuentros interculturales residentes – turistas año.</p>
<p>Revitalizar el interés de la cultura local</p>	<p>Existencia de la rehabilitación del interés de la cultura local, incentivando en la práctica de las danzas folclóricas.</p> <p>No. Eventos con contenido folclórico año / Total de eventos año x 100</p>
<p>Molestias en la población local</p>	<p>Existencia de la influencia negativa de los líderes de las poblaciones aledañas a la Ciénaga de la Virgen enfocados en intereses no necesariamente comunitarios.</p>
<p>Recuperación de memoria histórica</p>	<p>Influencia en la estructura social aledaña a la Ciénaga de la Virgen de la región.</p>

Impacto turismo	Influencia del turismo en la comunidad residente
-----------------	--

Fuente: Compilación propia a partir de los indicadores de MINCIT, Criterios Globales según Consejo Global de Turismo Sostenible 2016 y los indicadores ambientales EPA, 2018.

4. CAPÍTULO IV. CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO Y PRONÓSTICO DE DEMANDA

4.1. Evolución histórica de la llegada de turistas a Cartagena

Cartagena es el segundo receptor de turistas extranjeros del país, actualmente recibe el 13,5% del total de turistas que llegan a Colombia. Su tasa anual de crecimiento en los últimos cinco años ha sido de 17,7% mientras que la tasa del país ha crecido a un promedio anual de 17,0% en el mismo período, lo que de crecimiento del país (Tabla 14).

Tabla 15 Evolución de turistas

Evolución turistas internacionales Colombia y Cartagena					
	2013	2014	2015	2016	2017
Total turistas país	1.726.300	1.967.814	2.288.342	2.590.273	3.233.162
% Variación anual país	8,5	14	16,3	13,2	24,8
Turistas Cartagena	226.993	256.805	300.708	367.222	436.002
% Variación anual CTG	11,8	13,1	17,1	22,1	18,7
% Turistas a Cartagena	13,1	13,1	13,1	14,2	13,5

Fuente. Fondo promoción turística de Colombia, 2017

La ciudad de Cartagena ha venido creciendo de manera constante la llegada de turistas internacionales, oscilando su crecimiento anual entre 11,8% y 22,1%. Hasta el año 2015 el crecimiento era muy similar al total nacional, en 2016 su crecimiento prácticamente duplicó a la del país y en 2017 regreso a sus tasas ordinarias de crecimiento (MinCIT, 2018).

Dentro del TOP5 de destinos turísticos internacionales, Cartagena ocupa el tercer lugar en tasa de crecimiento anual promedio en los últimos cinco años, después de San Andrés y Medellín. En términos absolutos, Cartagena tiene el segundo crecimiento del país, aumentando en 209.000 el número de turistas desde 2013 (MinCIT, 2018).

Cartagena ha captado en los últimos cinco años entre el 10,7% y el 22,0% del crecimiento de turistas internacionales del país. Se destaca el año 2016 en donde 66.514 (Tabla 15) de los nuevos turistas fueron captados por la ciudad.

Tabla 16. Participación Cartagena en nueva demanda turística

PARTICIPACIÓN CARTAGENA EN NUEVA DEMANDA TURÍSTICA					
2013 – 2017					
	2013	2014	2015	2016	2017
Variación turistas país	135.180	241.514	320.528	301.931	642.889
Variación Cartagena	23.882	29.812	43.903	66.514	68.780
% Participación	17,7%	12,3%	13,7%	22,0%	10,7%

Fuente. Fondo promoción turística de Colombia, 2017

4.2. Turismo en Cartagena de Indias

Cartagena de Indias, que es una de sus ciudades con destino turístico y cultural, localizado a orillas del mar Caribe, fue uno de los puertos más importantes en la época colonial española, y continúa siéndolo en la actualidad, conserva su centro histórico y es destino turístico de gran importancia, declarado como patrimonio Nacional de Colombia en 1959 y por la UNESCO como patrimonio cultural de la Humanidad en 1984, la bahía de Cartagena se encuentra rodeada de islas y lagunas, con encantadores y maravillosos paisajes. Es una ciudad llena de historia, diversión y por supuesto con gente amable, tranquila, segura, de calles estrechas y una hermosa arquitectura de la época de la colonia, ubicada al noroeste de Colombia. Cartagena es visitada por miles de turistas cada año y posee una gran infraestructura hotelera y restaurantes. Es una ciudad calurosa, su temperatura promedio es de 30° C y se puede visitar durante todo el año, ya que las aguas de sus playas se mantienen cálidas(SITCAR, 2017).

En cuanto a la semana de vacaciones de mediados de año del 2018, según el sistema de Información Turística de Cartagena de Indias SITCAR, la cifra de pasajeros de vuelos nacionales se incrementó en un 36% con un número total de 56.329 visitantes en correlación al año 2017 para este mismo periodo (41.378). Para los pasajeros internacionales también ocurrió el mismo fenómeno pasando de 6.590 a 8.974 turistas, representando un aumento del 36%(SITCAR, 2018b).

Por otro lado la cifra de viajeros que arribaron a bordo de cruceros, según cifras presentadas por Corpoturismo en el periodo antes mencionado (periodo de receso de vacaciones mediados de 2018), ascienden al 50% con respecto al año 2017, superando por completo las proyecciones de SITCAR (Tabla 17), superando la cifra de 7.588 (2017) en 11.252 (2018), todo gracias a las estrategias de promociones (SITCAR, 2018b).

Tabla 17 Visitantes en la época de receso escolar 2018-2017

	No. de Turistas Vía aérea		No. de Turistas Vía	No. de Turistas Vía Terrestre
	Nacionales	Internacionales	Marítima	
2017	41.378	6.590	7.588	8.000
2018	56.329	8.974	11.252	10.000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de SITCAR.

4.3. Origen de los turistas internacionales

Al analizar la evolución mensual de los últimos cinco años se evidencia que recurrentemente todos los meses de cada año han superado al mismo periodo del año anterior, destacándose 2016 y 2017 en donde el promedio de crecimiento mensual fue de casi 6.000 turistas(MinCIT, 2018).

El principal mercado emisor para Cartagena es Estados Unidos con el 25,2% de participación, con una tasa de crecimiento anual en los últimos cinco (5) años de 25,3%.

El mayor crecimiento en los últimos cinco (5) años lo registra el mercado de Brasil con 49,3% de incremento promedio anual. Actualmente el mercado de ese país representa el 15,5% de los turistas internacionales que llegan a la ciudad.

Siete (7) países tienen una participación mayor al 3% y en su conjunto representan el 71,8% del total de turistas que llegan a la ciudad(MinCIT, 2018).

4.4. Origen de los turistas nacionales

De acuerdo con la encuesta de servicios EGIT elaborado por el DANE, el 30% de los viajeros a Cartagena provienen de la ciudad de Bogotá, seguido por Barranquilla (18%) y Medellín (16%). Al depurar la información y descartar las llegadas de Barranquilla y Santa Marta, se observa que el mercado de Bogotá representa el 47% y Medellín el 25% (MinCIT, 2018).

Teniendo como referencia lo anterior es importante cruzar la información de los principales mercados emisores internos con las características de consumo de alojamiento. Según la misma encuesta el 18,3% de los viajeros de Bogotá prefieren el alojamiento en Hoteles y Aparta hoteles, mientras que para el viajero de Medellín su preferencia es en un 25, 1% (MinCIT, 2018).

4.5 Motivo de viaje.

Conforme a el SITCAR de la Corporación de Turismo de Cartagena de Indias, el 85% de los turistas tanto nacionales como internacionales que llegan a la ciudad lo hacen por ocio y recreación y el 15% por motivos profesionales o de negocios, el 5.9% de los turistas es con motivo de eventos (SITCAR, 2017).

En cuanto a cifras actuales hasta el primer semestre del año 2018, los turistas manifestaron más empatía hacia las vacaciones, recreo y ocio (81.5%), teniendo en cuenta que esta cifra corresponde al primer semestre del año, seguido de los negocios y motivos profesionales (8.8%), sin embargo en cuanto al motivo de eventos solo muestran interés el 3.1% de los visitantes (PROCOLOMBIA, 2018).

4.6. Posible mercado objetivo.

En lo corrido del año 2017 de enero a abril, la llegada de extranjeros no residentes en Colombia a Cartagena de Indias se incrementó en un 12% respecto a igual periodo de 2016. Es decir, de 137.070 visitantes reportados en el 2016, ascendió a 153.576 en 2017. El aumento de la conectividad aérea internacional, el incremento de las frecuencias semanales en vuelos nacionales son factores contundentes que han conllevado al incremento de turismo extranjero que reporta a Cartagena de Indias como su principal destino en Colombia (SITCAR, 2017).

A partir de los datos de Migración Colombia, el motivo de viaje de extranjeros con mayor participación fue: vacaciones, recreo y ocio 76,3%, seguido de negocios y motivos profesionales 13,2%. El período de enero hasta abril del 2017 presentó un crecimiento de 14,9% de llegadas respecto al año anterior (Mincomercio Industria y Turismo MinCIT, 2017).

Cartagena cada día es un destino turístico apeteído por parejas en busca de tranquilidad, contraer nupcias, o simplemente atesorar recuerdos juntos, por lo tanto la demanda de visitantes en parejas se ha incrementado gradualmente (Mincomercio Industria y Turismo MinCIT, 2017).

El mercado objetivo para éste estudio, son las parejas tanto de nacionalidad extranjera como colombiana que eligen a Cartagena de Indias como destino turístico romántico, de descanso, para compartir momentos especiales, conocer y disfrutar de las bondades de la naturaleza, y llegar a un momento de tranquilidad con su pareja.

Tabla 18 Perfil del Target objeto de estudio

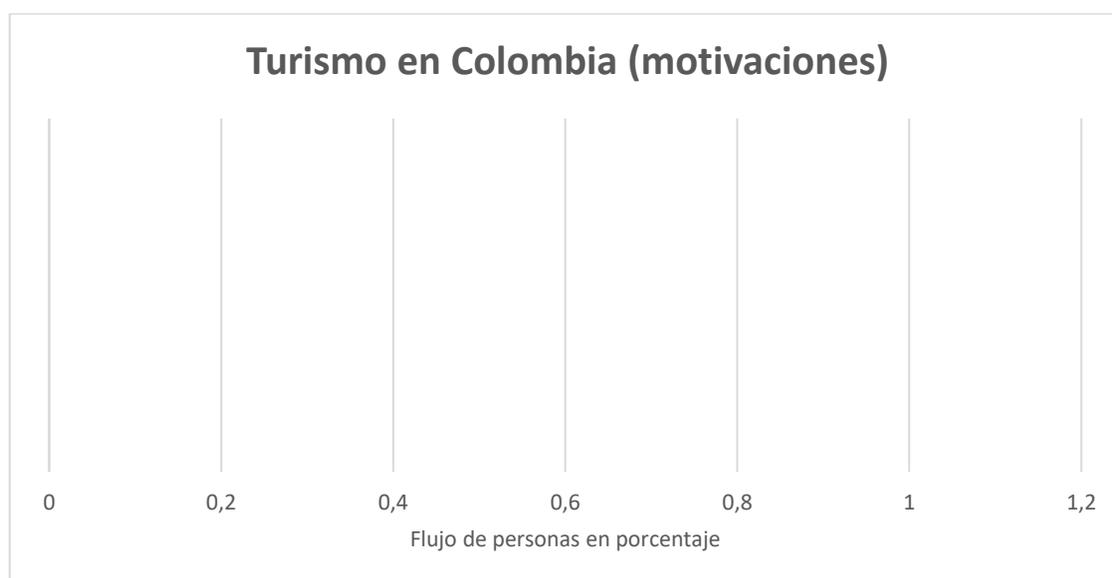
Mercado	Naturaleza
Motivación turística principal	Realizar actividades en el entorno natural y conocer los atractivos turísticos (flora, fauna, reservas naturales entre otros) más relevantes del destino turístico.
Motivación complementaria	Disfrutar de la compañía de familiares y amigos. Entorno distinto al habitual. Realizar actividades especiales por medio de unos equipamientos e infraestructura de acceso amigables al entorno natural.
Mercado	Temático- Parejas
Motivación complementaria	Disfrutar de un recorrido romántico en una embarcación especial, que al mismo tiempo integre la naturaleza de la Ciénaga de la Virgen.
Motivación complementaria	Gastronomía oferta cultural y natural, óptimo nivel de servicios.

Fuente: Elaboración propia basada en el proyecto del diseño de un producto en Honda de Fontur Colombia.

4.7. Necesidades del mercado

Frommers, recomienda a Cartagena de Indias como uno de los 12 destinos del mundo para visitar; lo incluye como importante en América Latina; la influyente publicación, que es muy tenida en cuenta por los turistas internacionales a la hora de planear sus vacaciones indica que el turismo de vacaciones, recreo y ocio es preferido en un 81,5% (frommer's, 2016).

Figura 16. Motivaciones de turismo en Colombia



Fuente: Elaboración propia basada en estadísticas de PROCOLOMBIA

4.8. Tendencias del mercado

Según estadísticas del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (Mincit), los viajeros que entraron a Colombia en el 2015 ascienden a las 4.447.004 personas, dentro de las cuales 2.565 prefieren destinos turísticos con playas, posteriormente la evolución de tendencias muestra aún en el año 2017 que el principal destino es Cartagena de Indias (Tabla 19).

Tabla 19. Indicadores turismo en Colombia, 2017-2018

Indicadores	Flujo de personas
Viajeros que entraron a Colombia 2017	6.531.226
Salida de Colombianos 2017	4.016.597
Llegada por vía aérea 2017	28.544.981

Salida por vía terrestre 2017	88.247.598
Extranjeros no residentes desde América 2017	2.668.453
Extranjeros no residentes desde Europa 2017	491.353
Extranjeros no residentes desde Asia y Pacífico 2017	58.378
Extranjeros no residentes desde África 2017	3.702
Llegadas de Turistas según OMT 2017	4.112
Otros Indicadores	
Ingreso de divisas por concepto de viajes 2018-I (Millones USD)	1.680
Saldo por balanza de pagos de viajes 2018-I (Millones USD)	416
IPC a Junio 2018 (Variación año corrido)	2,47%
Metas SIGOB 2018	
Meta en generación de divisas (Millones USD)	6.000
Meta de empleo en el sector turismo (Número de empleo)	300.000

Fuente: Elaboración propia basada en cifras del MinCIT.

4.9. Resultados de investigación directa aplicadas a los turistas de los hoteles

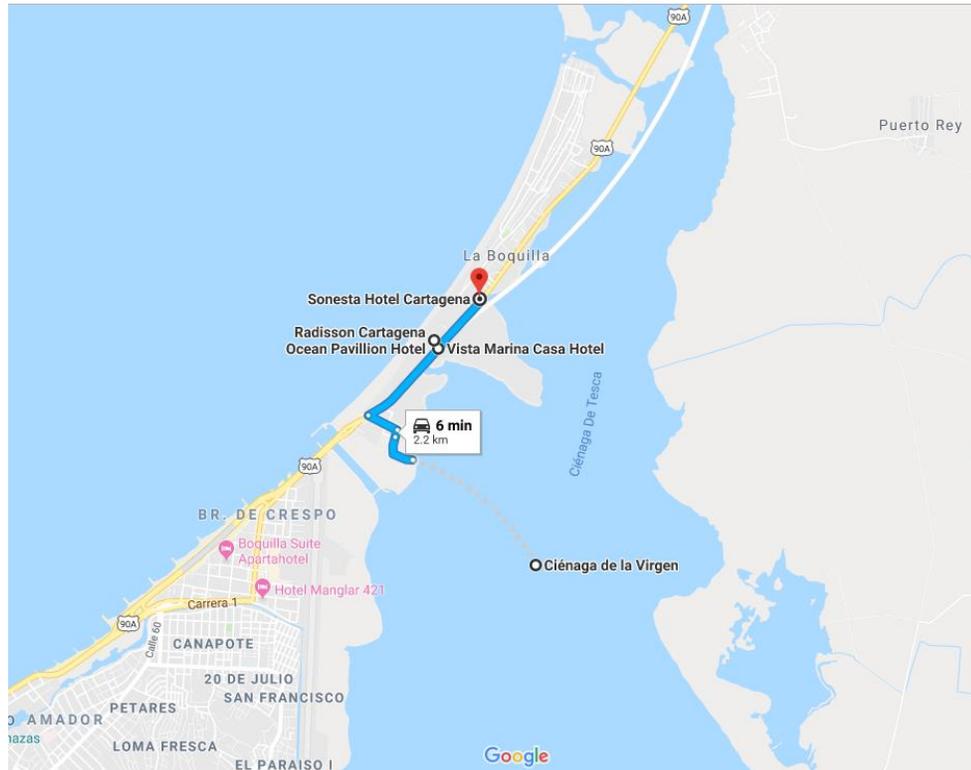
Para efectos de esta investigación se realizó una encuesta directa a un grupo selecto de 200 personas entre turistas nacionales e internacionales, que consta de 6 preguntas donde 4 fueron cerradas y 2 abiertas, con el fin de verificar las necesidades y gustos reales de los clientes potenciales del producto objeto a diseñar.

Para la aplicación de las encuestas se contó con la colaboración de los hoteles aledaños a la zona de la ciénaga de la Virgen como Vista Marina casa hotel, hotel Radisson Cartagena y Sonesta hotel Cartagena, los cuales se encuentran calificados como hoteles de 4 estrellas, de un precio promedio que oscilan por noche entre los \$324.000 - \$460.000 COP; se encuentran a 6 minutos del humedal, a tan solo 2.2 km (Figura 17).

Las encuestas se realizaron entre el periodo de septiembre de 2018 a enero de 2019, una vez los turistas realizarán el check out, y se contó con su aprobación; se daba inicio a la encuesta desglosada en seis puntos los cuales permitieron identificar las edades (siendo el rango de personas de 29-38 años los que ocupan el 40%, seguidos por el rango de 19-28 años con un 25%), y analizar las preferencias e inclinaciones en cuanto a la frecuencia de viaje en

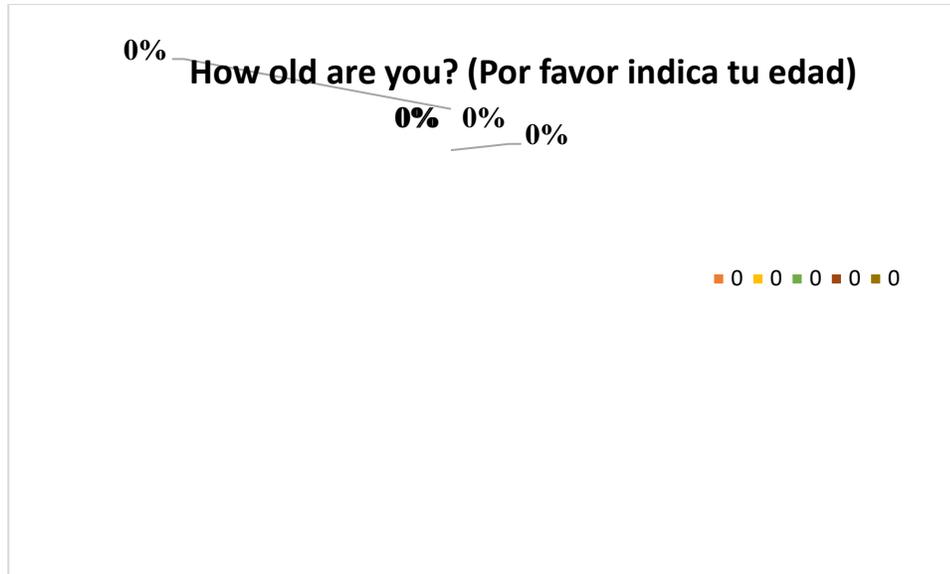
pareja, su concepto de destino romántico, actividades preferidas, gustos en cuanto a su cita ideal y el presupuesto destinado para tal viaje.

Figura 17. Ubicación geográfica de los hoteles participantes de la investigación



Fuente: Elaboración basada en google maps 2019

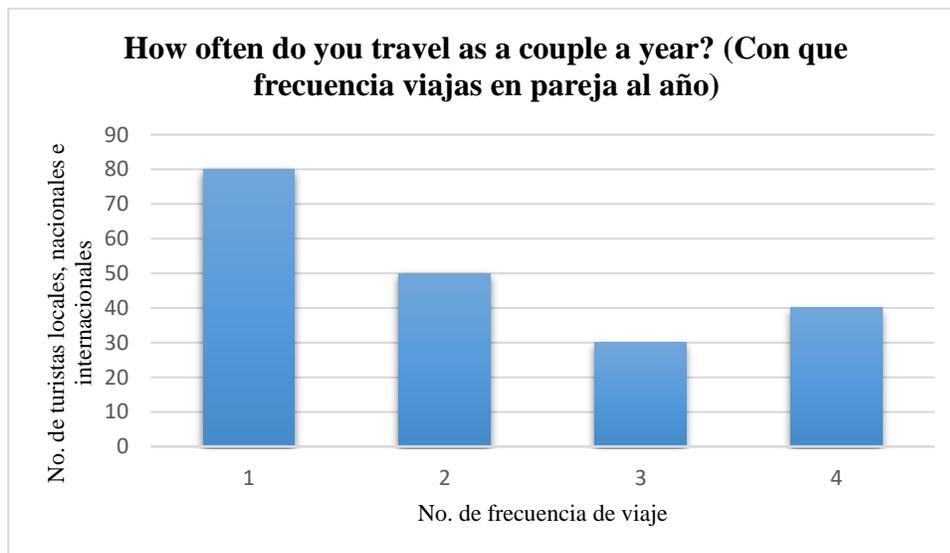
Figura 18. Edades de los turistas encuestados



Fuente: Elaboración propia basada en estadísticas de encuestas directas a hoteles locales de la zona Cienaga de la Virgen

La tendencia en cuanto a la frecuencia de viajes en pareja, según la encuesta indica que a pesar que hay un leve incremento en viajar dos veces por año, todavía predomina la frecuencia de viajar una vez por año (figura 19).

Figura 19 Frecuencia de viaje en pareja de turistas nacionales e internacionales



Fuente: Elaboración propia basada en estadísticas de encuestas directas a hoteles locales de la zona Cienaga de la Virgen

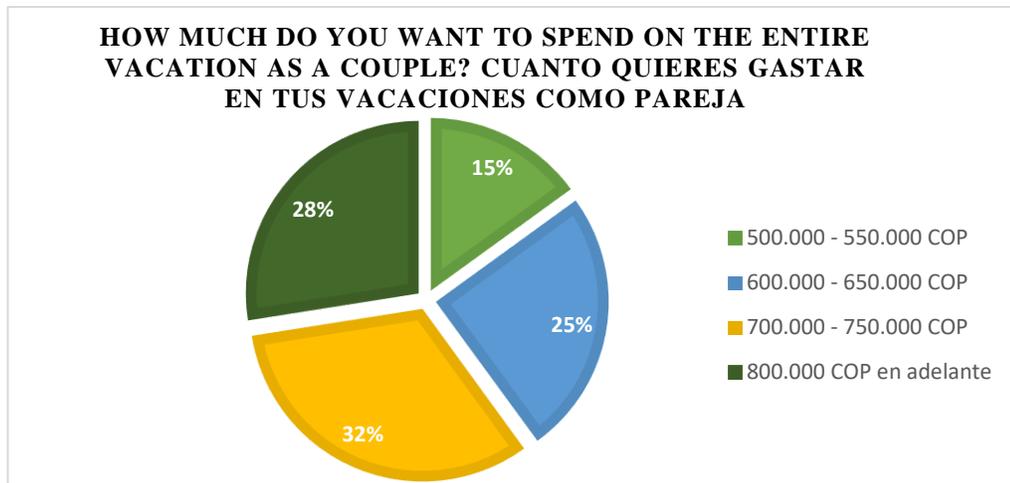
En la pregunta “*What do you think makes a great rommatic travel destination?*”

Que crees que hace un gran destino de viaje romántico?”, las respuestas que más conglomerado obtuvo según los gustos y preferencias de los turistas hospedados van desde:

- La persona con la que viajes
- Naturaleza tranquilidad
- Ambiente, buena comida, instalaciones de lujo, servicios adicionales (spa, etc)
- Combinación ubicación, hotel, restauración
- Los espacios agradables con buen gusto
- La aventura con mi pareja

Por otro lado el presupuesto que los turistas entrevistados manifestaron tener en cuenta para viajar oscila entre los 700.000 – 750.000 COP (221 - 238 USD), con un 32%, seguido del rango de 800.000 COP en adelante con 28%, posterior al rango de 600.000 – 650.000 COP (190 - 206 USD) con 25% y por último el 15% restante asintió que su presupuesto se encuentra en el rango de los 500.000 -550.000 COP (158 - 174 USD) (Figura 20).

Figura 20 Gasto promedio esperado de las parejas de turistas nacionales e internacionales

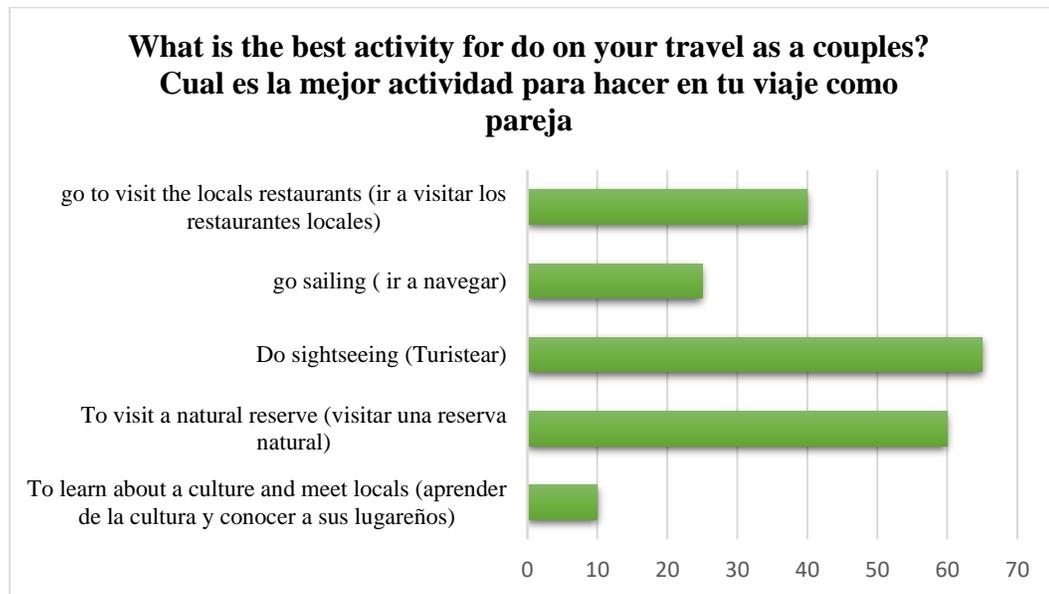


Fuente: Elaboración propia basada en estadísticas de encuestas directas a hoteles locales de la zona Ciénaga de la Virgen

Al momento de preguntarle a los turistas *¿cuál es la mejor actividad para hacer en tu viaje?*, su inclinación fue a *turistar* (Do sightseeing) con 32,5%, seguido de *visitar una reserva natural* (To visit a natural reserve) 30%, continuando con *visitar los (restaurantes locales go to visit the locals restaurants)* con 20%, *ir a navegar* (go sailing) con 12,5%, y por

último la opción de aprender de la cultura y conocer a sus lugareños (To learn about a culture and meet locals) con una participación de 5%. Confirmando que la tendencia es de cada vez visitar reservas y ambientes naturales para apreciar la fauna y la flora.

Figura 21 La actividad en pareja preferida por los turistas nacionales e internacionales



Fuente: Elaboración propia basada en estadísticas de encuestas directas a hoteles locales de la zona Ciénaga de la Virgen

Por último a la pregunta “*What would you do on your ideal date night? talk about the food and music (Que te gustaría hacer en tu cita ideal de noche? hablar acerca de la comida y la musica)*” las respuestas más comunes fueron:

- Hablar con mi pareja
- Buena comida y buen ambiente
- Buena comida, ambientes privados, música romántica
- Conocer nuevas culturas
- Tomar un buen ginebra con una hermosa vista
- Una expedición a una reserva natural con mi pareja

4.10. Estudio de demanda de producto turístico para la “ciénaga de la virgen”

De acuerdo con el informe de las tendencias mundiales del turismo de lujo, tendrían las siguientes características una apuesta local: sentirse parte del destino; ver con sus propios ojos las historias y establecimientos que permanecen fuera de los itinerarios más usuales, sorpresas diarias preparadas exclusivamente para ellos, diversión y comida, restaurantes singulares y especialmente personalización, viaje planificado al detalle pensando únicamente en él, sus gustos y preferencias. (Procolombia, 2018).

Según Procolombia, en informe de datos ordenados del 2018 (primer trimestre) El top 5 de los países de los viajeros extranjeros no residentes que llegan a Colombia, son en su orden Venezuela, Estados Unidos, Argentina, Brasil y México. Los 5 departamentos que concentraron el 83,4% de las llegadas fueron en su orden: Bogotá, Bolívar, Nariño; Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico, San Andrés y Providencia. Los principales motivos de visita fueron vacaciones, recreo y ocio, seguidos por negocios y motivos profesionales.

Para el departamento de Bolívar, se destaca un incremento del 34,4%, los principales países emisores extranjeros son: Estados Unidos, México, Brasil, Venezuela y Ecuador. (Procolombia, 2018)

4.10.1. Algunos indicadores de equipamiento en Bolívar

En cuanto a la revisión de hoteles en el departamento, se observa que existe un aumento de camas disponible históricamente pasando de 20.257 en el año 2013 hasta 37.779 en 2017. La media de ocupación hotelera en los últimos cinco años es de 57,43%, la menor ocupación fue en el año 2014 con 54,5 % y la más alta en 2017 con 61,73%.

Tabla 20. Ocupación hotelera y camas disponibles. Bolívar 2013-2017

AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	Media
Porcentaje de Ocupación	54,5	51,9	57,35	61,67	61,72	57,428
Total de camas disponibles	20257	22527	24700	27997	37799	

Fuente: Citur. Estadísticas departamentales

4.10.2. Estudio de turistas en hoteles que puedan ofertar el producto turístico

Con la finalidad de revisar la posible demanda del producto turístico para la “Ciénaga de la Virgen”, en Cartagena, se agruparon los hoteles de mayor categoría que podrían alojar al tipo de clientes nicho, ya mencionados, la descripción suministrada por hoteleros acerca de las características propias de los clientes que se alojan en cuanto a lugar de procedencia presentó que los huéspedes son mayormente de Estados Unidos un 35,7%, seguidos por Argentina 11%, Chile 8,7%, Brasil 8,45%, Canadá 4,5. Con un porcentaje del 6,7%, de otros países se incluyen el alojamiento desde 2 hasta 18 personas procedentes de Australia, Bélgica, Bolivia, Costa Rica, Eslovaquia, Holanda, Corea, Noruega, Nueva Zelanda, Países bajos, Polonia, Puerto Rico, República Dominicana, Rusia, Singapur, Suecia, Uruguay, Turgmenistán y Venezuela. Esta diversidad de países muestra el reconocimiento de la ciudad en el mundo y su posicionamiento como:

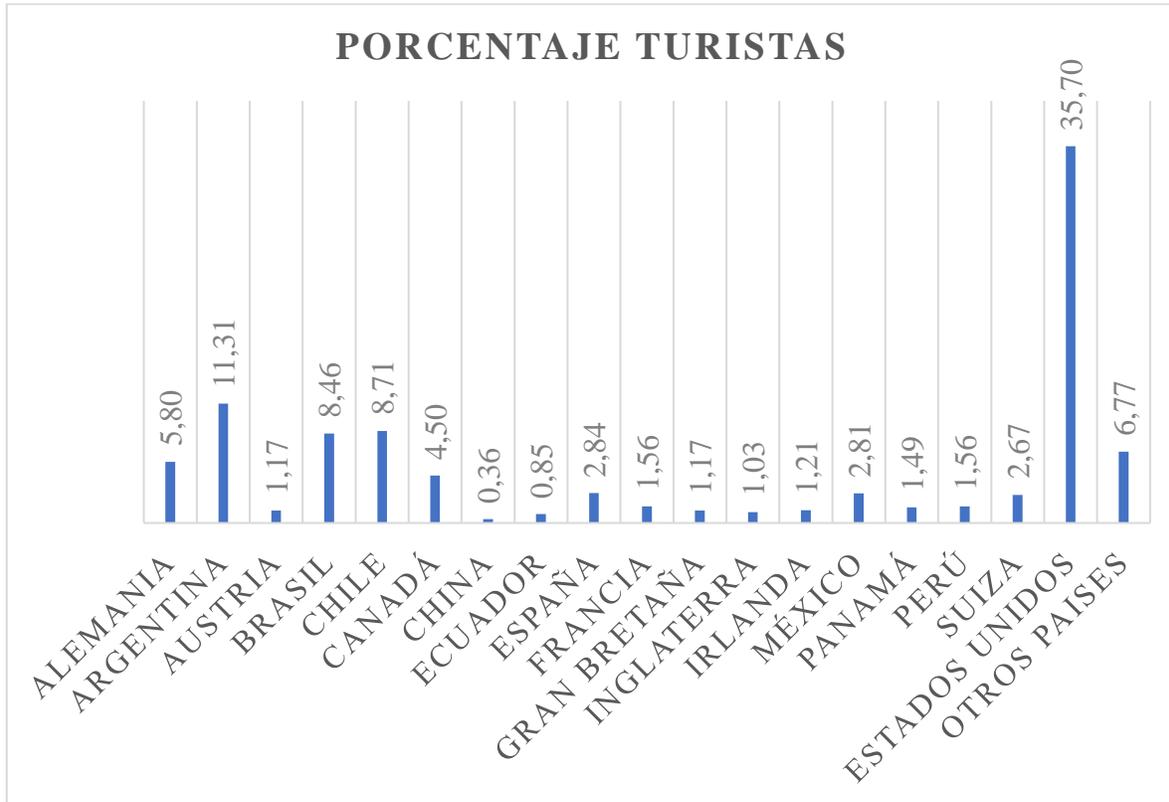
Tabla 21. Porcentaje de procedencia de turistas extranjeros, según alojamiento en hoteles objeto de estudio producto turístico

PAÍS PROCEDENCIA	PORCENTAJE TURISTAS
Alemania	5,80
Argentina	11,31
Austria	1,17
Brasil	8,46
Chile	8,71
China	0,36
Ecuador	0,85
España	2,84
Francia	1,56
Gran Bretaña	1,17
Inglaterra	1,03
Irlanda	1,21
México	2,81
Panamá	1,49
Perú	1,56
Suiza	2,67
Estados Unidos	35,70

Otros países	11,27
--------------	-------

Fuente: elaboración propia, según información suministrada en los hoteles

Figura 22. Porcentaje de procedencia de turistas extranjeros, según alojamiento en hoteles objeto de estudio del producto turístico



Fuente: elaboración propia, según información suministrada en los hoteles

Continuado con los resultados del estudio, la procedencia de los turistas en la escala nacional fue mayormente de Bogotá con un 54%, de la misma ciudad de Cartagena, 9,45 y 9% de Medellín, seguidamente Cali, Barranquilla y Montería, el criterio para definir los porcentajes fue a partir de 16 huéspedes alojados en el período de estudio. El 15% de otros, corresponden a diferentes ciudades de todo el territorio nacional Colombiano.

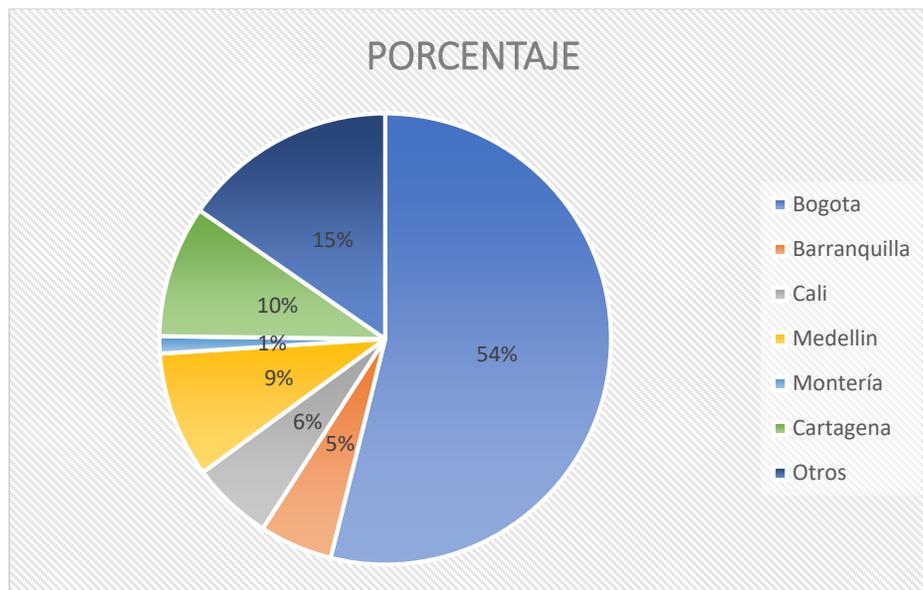
Tabla. 22. Porcentaje de procedencia de turistas nacionales, Según alojamiento en hoteles objeto de estudio del producto turístico

CIUDAD DE PROCEDENCIA	PORCENTAJE
Bogotá	53,89

Barranquilla	5,24
Cali	5,82
Medellín	9,02
Montería	1,24
Cartagena	9,45
Otros	15,35

Fuente: elaboración propia, según información suministrada en los hoteles

Figura 23 Porcentaje de procedencia de turistas nacionales, Según alojamiento en hoteles objeto de estudio del producto turístico



Fuente: elaboración propia, según información suministrada en los hoteles

Según la información suministrada para ésta investigación, en los hoteles estudiados, la estadía de huéspedes entre 1 y 3 días es del 72%; entre 4 y 6 días el 24%, entre 7 y 10 días el 3,5% y con más de 10 días no representativo 0,26%.

Los datos anteriormente explicados se deben relacionar con las cifras aportadas por el Situr, donde para el turismo un gasto medio por día mayormente en alojamiento por un valor de \$2.494.079 (SITUR, 2018). En cuanto a las actividades turísticas recreativas, culturales y deportivas el valor destinado es de \$1.627.094; por otra parte se destaca la cifra que corresponde al turismo de negocios y afines: \$3.996.667, seguidamente el gasto para objetos valiosos \$2.823.262, luego alimentos y bebidas: \$1.477.457 y finalmente alquiler de vehículo por \$1.480.418. (SITUR, 2018).

4.10. 3 Proyecciones de pronósticos demanda internacional y nacional potencial del producto turístico, “Ciénaga de la Virgen”

En relación con la llegada de pasajeros internacionales en vuelos regulares a Cartagena, ésta demanda ha aumentado considerablemente pasando de 197.324 en el año 2013, hasta 361.824 en el 2017.

Figura 24 Número a de turistas internacionales, en vuelos regulares a Cartagena



Fuente: elaboración propia a partir de datos históricos del Situr Cartagena

La demanda histórica de llegadas a Cartagena en vuelos regulares nacionales en los últimos cinco años ha aumentado en el 2013 eran 1.456.034 y para el 2017 la cifra alcanzó 1.901.786.

Figura 25 Número a de turistas internacionales, en vuelos regulares a Cartagena



Fuente: elaboración propia a partir de datos históricos del Situr Cartagena

Por otra parte un referente actual de los productos turísticos son los demandados actualmente, con salida desde el muelle de la bodeguita en Cartagena, estos si bien han crecido, presentaron un menor alcance en el año 2016, pasando de 440.543 en el 2012 a 345.763 en el año 2.016.

Tabla 23 Flujo de turistas para productos turísticos desde el muelle la Bodeguita 2013-2016

Pasajeros muelle la Bodeguita				
2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
440.543	464.949	465.431	450.200	345.763

Fuente: elaboración propia a partir de datos históricos del Situr Cartagena

De acuerdo a lo anterior, las proyecciones de tendencia histórica, de salidas para productos turísticos desde el muelle, serían para el 2018 de 328.066 y en el 2022, 235.694 demandantes.

Tabla 24 Comportamiento de turistas para productos turísticos desde el muelle la Bodeguita 2013-2016

Tendencia de pasajeros muelle la Bodeguita				
2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
372.085	328.066	286.456	252.958	235.694

Fuente: elaboración propia a partir de datos históricos del Situr Cartagena

Por otra parte, de acuerdo con el Situr Cartagena, la media de crecimiento comparativo de llegada de pasajeros internacionales durante los últimos 4 años fue de 14%, en la escala nacional y 16,7% internacional.

Para efectos de realizar pronósticos, se relacionan tres escenarios posibles de crecimiento. Una demanda pesimista del 10%, conservadora del 12% y optimista del 14%, los cuales se aplicarían a la demanda del producto actual del muelle. Estos escenarios permiten prever demandas de productos turísticos en el año 2022 conservadores de 209.754 turistas, medio de 213.567 y optimista de 221.195.

Tabla 25 Tendencias de turistas para productos turísticos desde el muelle la Bodeguita 2013-2016

Tipo de pronóstico	Porcentaje de incremento demanda posible	2018	2019	2020	2021	2022
Conservador	0,10%	360.873	315.101	278.254	259.263	209.754
Medio	0,12%	367.434	320.830	283.313	263.977	213.567
Optimista	0,16%	380.557	332.288	293.432	273.405	221.195

Fuente: elaboración propia a partir de datos históricos del Situr Cartagena

El producto turístico para la “Ciénaga de la Virgen, es mayormente de nicho, para parejas, en hoteles de clase turista superior, sujeto a la posibilidad de una experiencia única y romántica, por ello, los pronósticos de demanda, por ser un turismo sujeto a una capacidad específica del medio de transporte a utilizar, sus pronósticos son menores y en consecuencia la posibilidad de adquisición en términos financieros será más alta. Se estima entonces una demanda potencial para el producto turístico, según los hoteles objeto de estudio, para el 2022 en el escenario conservador: 42.766; medio de 43.543 y optimista de 45.099.

Tabla 26 Tendencias para demanda potencial de turistas para producto turísticos “Ciénaga de la Virgen, según alojamiento en Hoteles investigados 2018-2022

Tipo de pronóstico	Porcentaje de incremento demanda posible	2018	2019	2020	2021	2022
Conservador	0,10%	35.160	37.111	38.983	40.819	42.766
Medio	0,12%	35.800	37.785	39.692	41.561	43.543
Optimista	0,16%	37.978	39.135	41.109	43.045	45.098

Fuente: elaboración propia a partir de investigación en Hoteles de Cartagena, afines al tipo de producto

La demanda real, está supeditada a los tiempos en el recorrido de la Ciénaga, al tipo de embarcación utilizado para hacer el recorrido, teniendo presente que la experiencia, para este diseño, es más personalizada.

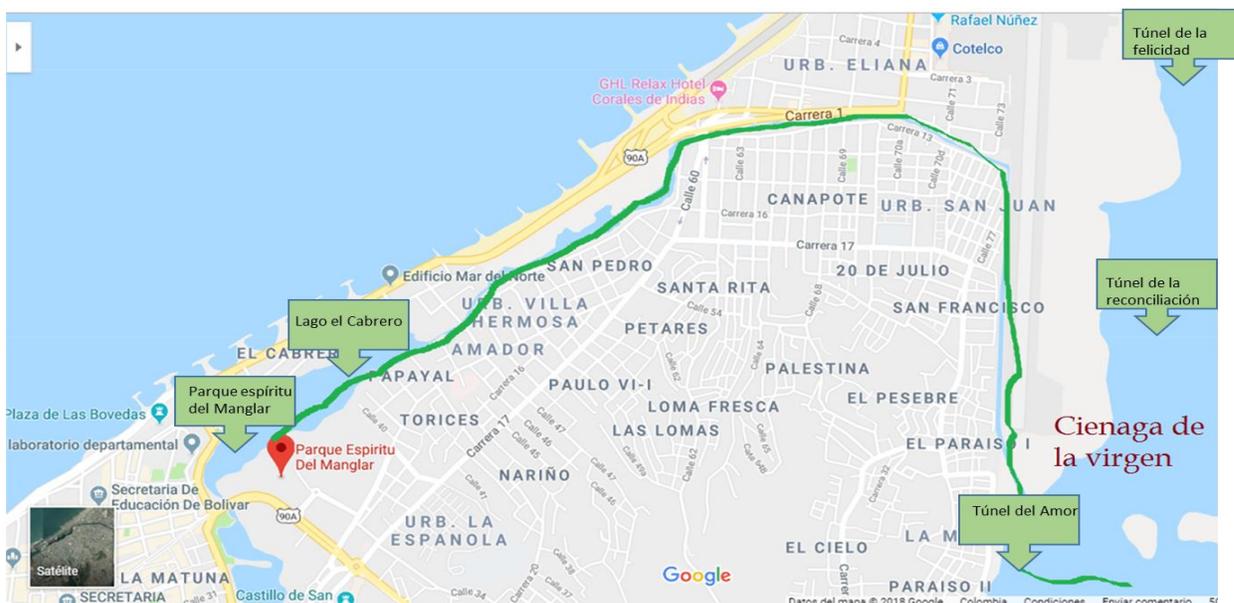
Sin duda entonces, que de acuerdo a las tendencias para demanda de turistas extranjeros, la diversidad de procedencia de turistas de países extranjeros y la demanda nacional, permiten prever que existe demanda.

5. CAPÍTULO V. DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO RESPONSABLE, SOSTENIBLE E INTEGRADO

5.1. Descripción general del servicio turístico

Se estableció el paquete turístico, determinando el mismo número de días para recorrer la ruta iniciando desde el parque espíritu del manglar (Figura 23), donde comienza el recorrido para los turistas, las acciones programadas serán en la mañana hasta la media tarde, igualmente para las parejas que son un poco más aventureras se tendrá la opción de una ruta más interactiva con la naturaleza la cual empezará desde el caño Juan Angola (Figura 24) para lo cual se tomaron las preferencias del segmento de mercado de parejas que perfilan a Cartagena como destino turístico romántico; una duración de 45 minutos a 2:30 horas, dependiendo al plan que prefiera la pareja. El itinerario del servicio turístico, constituye la programación de las actividades y visitas a los atractivos, como los mangles, la fauna, flora, el viaducto de la virgen, la bocana, acompañado de un guía turístico. A continuación se detallan cada uno de los paquetes con sus respectivos itinerarios, actividades, la descripción de la ruta que comprende la promesa de valor y algunos elementos importantes que debe tener presente el turista.

Figura 26. Mapa de la ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra”



Fuente. Elaboración propia

Tabla 27 Ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra”

DENOMINACIÓN DE LA RUTA:	
Ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra”	
Duración:	
Tipo de recorrido:	45 minutos a 1 hora. Los tiempos se ajustarán de acuerdo con la disponibilidad de tiempo de los turistas.
Vía marítima	
Resumen de la ruta: Recorrido por la Ciénaga de Virgen donde los visitantes podrán disfrutar de la riqueza natural del humedal y aprender de la importancia de los mangles como de los ecosistemas que subsisten en él, igualmente podrán apreciar tanto el paisaje como la flora y la fauna de la zona. El ecotur incluye desde el deleite de la biota de la Ciénaga de la Virgen como la orientación a manos de un guía turístico de la zona, como el humedal de la Ciénaga de la Virgen o Tesca, está conectada a los cuerpos de agua del caño Juan Angula y las Ciénagas de Basurto y las Quintas, la pareja de visitantes tendrá la oportunidad de apreciarlos. Igualmente durante el recorrido se realizarán paradas pasando por el cañón de Boca (ubicado en el muelle de los pegasos), el túnel del Amor (llamado así culturalmente por ser testigo de la unión de muchas parejas de enamorados), el túnel de la reconciliación (Ciénaga de Juan Polo), el túnel de la felicidad y por último el túnel punticaco, al tiempo que se deleitan un pequeño picnic junto con un exquisito coco frío, y un servicio único que más que un producto es una experiencia que pretende despertar emociones y sensaciones de no olvidar. La duración del recorrido varía entre estación y otra, oscilando en promedio de 10 a 20 minutos.	
Recomendaciones:	
La temperatura promedio de Cartagena es de 30C° (grados centígrados), al estar cerca del cuerpo de agua, la sensación de humedad será un poco mayor, por lo que se recomienda el uso de zapatos deportivos y cómodos, ropa liviana preferiblemente de algodón, accesorios como sombreros, viseras, gafas de sol y protectores solares.	
Operación:	
Diaria	

Inicio del recorrido Punto de encuentro:

Estación 1. Parque espíritu el manglar

Instrucciones del guía: saludo de bienvenida, palabras iniciales, recomendaciones.

Tiempo estimado: 5 minutos.

Estación 2. Lago el Cabrero: Narración tanto de la historia del lago como de los mitos ancestrales y observación dirigida.

Tiempo estimado: 10 minutos

Estación 3. Túnel del Amor. Mangle rojo, y zaragoza: Narración de la importancia de los mangles y observación dirigida del avistamiento de aves, y anfibios.

Tiempo estimado: 20 minutos

Estación 4. Túnel de la reconciliación: Narración de la historia del túnel y observación dirigida del de la fauna y flora.

Tiempo estimado: 15 minutos

Estación 5. Túnel de la felicidad: Narración de la historia del túnel y observación dirigida del de la fauna y flora.

Tiempo estimado: 15 minutos

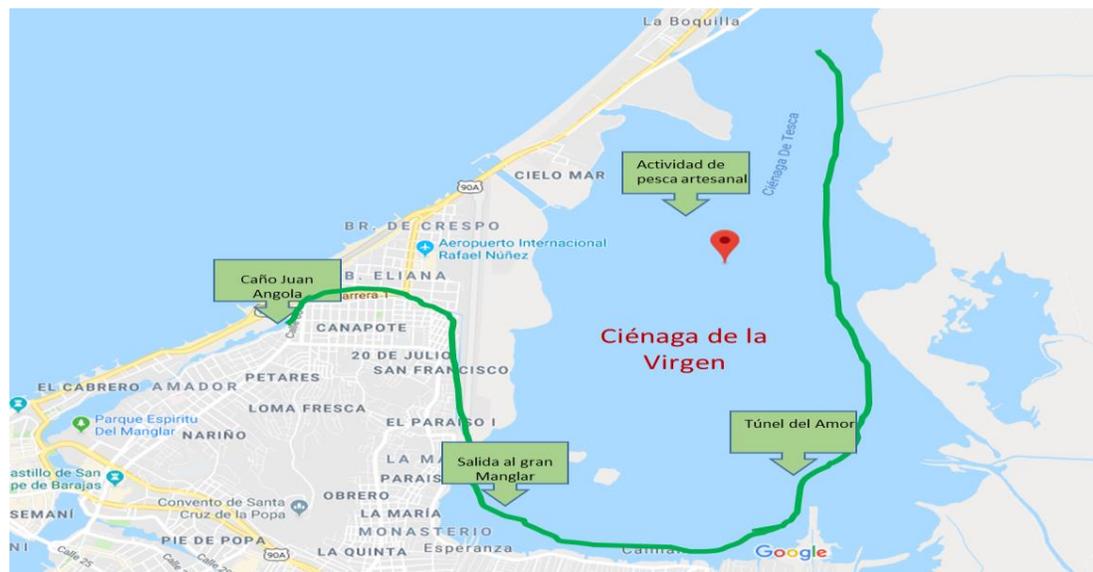
Terminación del recorrido: Retorno al hotel donde se hospedan.

Actividad: recorrido dirigido.

Tiempo estimado: 20 minutos (dependiendo de la ubicación del hotel)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en campo.

Figura 27. Mapa de la ruta “Manglares. Pesca y atarraya. Ciénaga de la Virgen, Cartagena”



Fuente. Elaboración propia

Tabla 28 Ruta “Manglares. Pesca y atarraya. Ciénaga de la Virgen, Cartagena”

DENOMINACIÓN DE LA RUTA:	
Ruta “Manglares. Pesca y atarraya. Ciénaga de la virgen, Cartagena”	
Tipo de recorrido:	Duración:
Vía marítima	2 horas a 2:30 horas. Los tiempos se ajustarán de acuerdo con la disponibilidad de tiempo de los turistas.
<p>Resumen de la ruta: Recorrido por la Ciénaga de Virgen donde los visitantes podrán además de disfrutar de la riqueza natural del humedal y aprender de la importancia de los mangles como de los ecosistemas que subsisten en él, tendrán la oportunidad de involucrarse en las labores artesanales de la comunidad como lo son la pesca con atarraya, deleitándose no solo con la belleza paisajística gracias a la flora y la fauna de la zona. El ecotur incluye desde el deleite de la biota de la Ciénaga de la Virgen como la orientación a manos de un guía turístico de la zona, como el humedal de la Ciénaga de la Virgen o Tesca, está conectada a los cuerpos de agua del caño Juan Angola y las Ciénagas de Basurto y las Quintas, la pareja de visitantes tendrá la oportunidad de apreciarlos. Sin</p>	

embargo el plus de este recorrido es participar y aprender a manos de un nativo el arte de la pesca artesanal, igualmente durante el recorrido se realizarán paradas pasando por el cañon de Boca (ubicado en el muelle de los pegasos), el túnel del amor, y un servicio único que más que un producto es una experiencia que pretende despertar emociones y sensaciones de no olvidar. La duración de las estaciones varía entre estación y otra, oscilando en promedio de 20 a 30 minutos.

Recomendaciones:

La temperatura promedio de Cartagena es de 30C° (grados centígrados), al estar cerca del cuerpo de agua, la sensación de humedad será un poco mayor, por lo que se recomienda el uso de zapatos deportivos y cómodos, ropa liviana preferiblemente de algodón, accesorios como sombreros, viseras, gafas de sol y protectores solares.

Operación:

Diaria

Inicio del recorrido Punto de encuentro:

Estación 1. Caño Juan Angola

Instrucciones del guía: saludo de bienvenida, palabras iniciales, recomendaciones.

Tiempo estimado: 15 minutos.

Estación 2. Salida al Gran Manglar

Tiempo estimado: 30 minutos

Estación 3. Túnel del Amor. Mangle rojo, y zaragoza: Narración de la importancia de los mangles y observación dirigida del avistamiento de aves, y anfibios.

Tiempo estimado: 25 minutos

Estación 4. Jornada de pesca y atarraya.

Tiempo estimado: 30 minutos

Terminación del recorrido: Retorno al hotel donde se hospedan.

Actividad: recorrido dirigido.

Tiempo estimado: 20 minutos (dependiendo de la ubicación del hotel)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en campo.

Frecuencia de operación

Diaria, en dos jornadas mañana y tarde, de lunes a domingo, la duración de los recorridos será aproximadamente entre 45 minutos a 1 hora, dependiendo de la disponibilidad

de tiempo de los visitantes, los recorridos se realizan en jornadas, según los siguientes horarios:

Tabla 29 Horario de las recorridos

Jornada	Hora de salida dese el punto de encuentro	Duración
Mañana	8:00 a.m.	45 minutos a 1 hora
	9:00 a.m.	45 minutos a 1 hora
Tarde	3:00 p.m.	45 minutos a 1 hora
	4:30 p.m.	45 minutos a 1 hora

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recopilados en campo.

5.2. Propuesta de valor del producto

Navegar lentamente en canoas estrechas que atraviesan manglares es la propuesta para quienes quieren visitar la ciénaga de la Virgen, ubicada en el área urbana de Cartagena y que es hogar de una gran diversidad de fauna y flora, al llegar no solo aprenderás sobre la importancia de la ciénaga como reguladora de las aguas marinas que llegan hasta el puerto de la ciudad, sino igualmente disfrutaras de la paz y armonía de los elementos paisajísticos, además del ambiente perfecto para una velada de encuentro con tu pareja.

5.3. Contenido de las opciones para el producto o itinerario, estructura técnico operativa y de costos

Se propone que la ruta sea guiada por nativos los cuales además de conocer de la zona, orientar acerca de los distintos atractivos y las actividades que se desarrollan en la ruta, deben tener una formación y capacitación con el fin de ofrecer servicios de calidad, es necesario un centro de información dentro del hotel y acogida al turista al inicio de la misma, con el fin de orientar e informar al visitante sobre la misma, opcionalmente se contará con un guitarrista o violinista (según la preferencia del turista).

5.4. Guion temático

Se proyecta desarrollar dos rutas que tienen como temática principal el desarrollo de actividades de ecoturismo, el nombre propuesto para la primera ruta es “La magia en los alrededores del corralito de piedra”, y para la segunda ruta “Manglares, pesca y atarraya. Ciénaga de la Virgen, Cartagena” teniendo en cuenta los atractivos naturales como fauna,

flora, obras emblemáticas de la zona (viaducto de la virgen, la Bocana), apoyados con los prestadores de servicios de alojamiento, alimentación y operadores locales, presentes en los alrededores de la Ciénaga de la Virgen.

A partir de la identificación de las rutas se diseñó un contenido específico según la experiencia que escojan vivir los usuarios, mientras que la primera ruta es netamente romántica, la segunda involucra ser parte de la experiencia del arte cultural de la población aledaña a la Ciénaga de la Virgen, como lo es la pesca, para esto se puntualizó y aterrizó todos estos datos en una ficha, que será la base de trabajo para los trabajadores y la guía para los clientes, dicho formato contiene variables como desde la denominación de la ruta, el tipo de recorrido (el cual varía dependiendo de la ruta elegida), un resumen de la ruta, el mapa de está que especifique su ubicación, itinerario de operación de cada una de las rutas, el tiempo estimado de duración, las actividades a desarrollar al transcurrir del recorrido, estaciones, punto de encuentro, recomendaciones de vestuario y comportamientos (tanto para el guía como para los visitantes) con el fin que no perjudiquen los manglares o los ecosistemas que subsisten en él, para ello se contará con antelación de una breve reseña acerca del manglar y su importancia. Cabe destacar que este guion se complementa con las ficha de cada uno de los atractivos turísticos seleccionados.

5.5 Contenido del recorrido

Cada guía tiene libertad en cuanto a la forma como organiza tanto las actividades, la información siempre y cuando no se salga de los parámetros de las directrices y de los tiempos establecidos para el recorrido, aunque el guía puede definir el orden en que entregará la información, debe estar acorde con los lugares visitados, los contenidos propuestos recomendados son:

Ubicación geográfica de la Ciénaga de la Virgen: exacta y en relación con otros destinos.

Historia: primeros habitantes, hitos históricos, relevancia del mangle y ecosistemas que subsisten en él. Prácticas culturales y costumbres de los habitantes que rodean la Ciénaga de la Virgen, familias colonizadoras.

5.6. Costeo de paquetes de los recorridos-Estructura técnico, operativa y de costos

Dado que la inversión inicial es alta, es aspectos relacionados con planeación, diseño de la propuesta y la adecuación logística de los puntos de información, esta se distribuye

entre los dos años primeros años de operación. Con relación a la definición del margen de rentabilidad y los costos de operación, se tomó como referencia los datos proporcionados por algunas agencias de viajes que cuenta con experiencia en este tipo de productos turísticos. La rentabilidad que en promedio obtienen las agencias de viajes por un producto turístico de similares características es del 24% y los costos directos de operación por el primer año son: de \$43.800.000 pesos por el transporte (corresponde a una lancha para dos personas); la Guianza que será cubierta por los Guías de las comunidades aledañas a la zona de la Ciénaga de la Virgen, tiene un valor de \$900.000 por mes (2 guías); los gastos de producción unitaria por pareja ascienden a \$3.600.000 incluyendo producción y edición como papelería y suministros de oficina, con una inversión de \$300.000.000 y una TIR del 19%.

La inversión estará a cargo de los socios capitalistas, la ruta No. 1 *“Magia en los alrededores del corralito de piedra”*, será cubierta dos veces al día, 5 veces a la semana y la ruta No. 2 *“Manglares. Pesca y atarraya. Ciénaga de la Virgen, Cartagena”* estará disponible dos veces al día, lo que correspondería a 5 veces a la semana, es decir, que en un proyección positiva esperada se realizarán dos recorridos en lancha por cada ruta durante el día, teniendo en cuenta que por cada viaje ira una pareja, es decir 8 turistas semanales.

Tabla 30 Ingresos esperados año 2019

PRESUPUESTO INGRESOS POR VENTAS													
RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
Variable 1													
RUTA 1													
Valor Venta	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000
Unidades	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	1.607
Subtotal V. 1	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	401.700.000
Variable 2													
RUTA 2													
Valor Venta	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000
Unidades	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.435
Subtotal V. 2	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	33.475.000	401.700.000
TOTAL VENTAS	66.950.000	803.400.000											
TOTAL INGRESO	66.950.000	803.400.000											

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31 Ingresos proyectados 2019-2022

RUBROS	2019	2020	2021	2022
Variable 1				
RUTA 1				
Valor Venta	250.000	265.000	280.900	297.754
Unidades	1.607	1.767	1.944	2.139
Subtotal V. 1	401.700.000	468.382.200	546.133.645	636.791.830
Variable 2				
RUTA 2				
Valor Venta	280.000	296.800	314.608	333.484
Unidades	1.435	1.578	1.736	1.910
Subtotal V. 2	401.700.000	468.382.200	546.133.645	636.791.830
TOTAL VENTAS	803.400.000	936.764.400	1.092.267.290	1.273.583.661
TOTAL INGRESOS	803.400.000	936.764.400	1.092.267.290	1.273.583.661

Los ingresos proyectados desde el 2019 -2022, en un panorama esperado tanto la ruta No. 1 como la No. 2 tendrán un incremento del 6% anual.

Tabla 32 Descripción de Costos de operación y Gastos de producción año 2019.

RUBRO:	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	2019
Costos de operación	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	3.400.000	43.800.000						
Personal contratado por servicios temporales (Guías)	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	21.600.000
Almuerzo	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
Transporte	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	4.800.000
Mantenimiento vehículo	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
Seguro para embarcaciones de recreo	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000								3.000.000
Gastos de producción	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	14.400.000
Papelería, tinta y suministros de oficina	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
Producción y edición de Fotografía y video promocional	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
Depreciación Vehículos	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	60.000.000
COSTOS Y GASTOS FIJOS con depreciación	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000	9.600.000	118.200.000						
TOTAL COSTOS FIJOS Sin depreciación	5.200.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000	4.600.000	58.200.000						

Fuente. Elaboración propia

Tabla 33 Costos variables ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra”

COSTOS VARIABLES				
Nombre del producto	MAGIA EN LOS ALREDEDORES DEL CORRALITO DE PIEDRA			
País	Colombia	Ciudad	Cartagena de Indias	
2018				
PRODUCTO	RUTA 1			
Valor venta			250.000	
INSUMO	UNIDAD DE COMPRA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
Tiquete marítimo	40,0%	100.000	1	100.000,0
Transporte terrestre	5,0%	12.500	1	12.500,0
Alojamiento	10,0%	25.000	1	25.000,0
Alimentación	7,0%	17.500	1	17.500,0
Seguros	2,0%	5.000	1	5.000,0
Combustible de Lancha	5,0%	12.500	1	12.500,0
Atractivos	10,0%	25.000	1	25.000,0
		-		-
PLAN COMERCIAL	5,0%	12.500	1	12.500,0
TOTAL COSTO VARIABLE				210.000,0
MARGEN DE CONTRIBUCION				40.000,0
% MARGEN DE CONTRIBUCION				16%
COSTOS FIJOS MES				5.200.000
PARTICIPACION EN COSTOS FIJOS				100%
PARTICIPACION ABSOLUTA				5.200.000
PUNTO DE EQUILIBRIO ESTE PRODUCTO				32.500.000
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MES				130
% INCREMENTO SOBRE PUNTO DE EQUILIBRIO				3%
PROYECCION UNIDADES CON UTILIDAD MENSUAL				134
PROYECCION UNIDADES CON UTILIDAD ANUAL				1.607

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Costo variables “Manglares, pesca y atarraya”

COSTOS VARIABLES				
Nombre del producto	MANGALRES, PESCA Y ATARRAYA			
País	Colombia	Ciudad	Cartagena de Indias	
2018				
PRODUCTO	RUTA 2			
Valor venta			280.000	
INSUMO	UNIDAD DE COMPRA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
Tiquete marítimo	40,0%	112.000	1	112.000,0
Transporte terrestre	5,0%	14.000	1	14.000,0
Alojamiento	10,0%	28.000	1	28.000,0
Alimentación	7,0%	19.600	1	19.600,0
Seguros	2,0%	5.600	1	5.600,0
Combustible de Lancha	5,0%	14.000	1	14.000,0
Atractivos	10,0%	28.000	1	28.000,0
		-		-
PLAN COMERCIAL	5,0%	14.000	1	14.000,0
TOTAL COSTO VARIABLE				235.200,0
MARGEN DE CONTRIBUCION				44.800,0
% MARGEN DE CONTRIBUCION				16%
COSTOS FIJOS MES				5.200.000
PARTICIPACION EN COSTOS FIJOS				100%
PARTICIPACION ABSOLUTA				5.200.000
PUNTO DE EQUILIBRIO ESTE PRODUCTO				32.500.000
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MES				116
% INCREMENTO SOBRE PUNTO DE EQUILIBRIO				3%
PROYECCION UNIDADES CON UTILIDAD MENSUAL				120
PROYECCION UNIDADES CON UTILIDAD ANUAL				1.435

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Costos variables totales 2019

RUBROS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL 2019
Variable 1													
RUTA 1													
Costo Variable	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000
Unidades	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	1.607
Subtotal V.1	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	337.428.000
Variable 2													
RUTA 2													
Costo Variable	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200	235.200
Unidades	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.435
Subtotal V.2	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	28.119.000	337.428.000
TOTAL VARIABLES	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	674.856.000
VENTAS CICLICAS	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Costos variables totales proyectados 2019 -2022

RUBROS	TOTAL 2019	2020	2021	2022
Variable 1				
RUTA 1				
Costo Variable	210.000	222.600	235.956	250.113
Unidades	1.607	1.767	1.944	2.139
Subtotal V.1	337.428.000	393.441.048	458.752.262	534.905.137
Variable 2				
RUTA 2				
Costo Variable	235.200	249.312	264.271	280.127
Unidades	1.435	1.578	1.736	1.910
Subtotal V.2	337.428.000	393.441.048	458.752.262	534.905.137
TOTAL VARIABLES	674.856.000	786.882.096	917.504.524	1.069.810.275

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Flujo de caja proyectado anual

2019														
RUBRO	INVERSION	MES1	MES2	MES3	MES4	MES5	MES6	MES7	MES8	MES9	MES10	MES11	MES12	TOTAL 2019
1.Saldo anterior	-	-	5.512.000	11.024.000	16.536.000	22.048.000	27.560.000	33.672.000	39.784.000	45.896.000	52.008.000	58.120.000	64.232.000	-
2.INGRESOS														
2.1.Ventas de contado		66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	803.400.000
2.2.Ventas a crédito		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3.Otros ingresos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.TOTAL INGRESOS	-	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	66.950.000	803.400.000
4.DISPONIBLE	-	66.950.000	72.462.000	77.974.000	83.486.000	88.998.000	94.510.000	100.622.000	106.734.000	112.846.000	118.958.000	125.070.000	131.182.000	803.400.000
5.EGRESOS														
5.1.Inversion en activos	300.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300.000.000
5.2.Costos fijos		5.200.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	4.600.000	58.200.000
5.3.Costos variables		56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	56.238.000	674.856.000
5.4.Costos financieros														-
6.TOTAL EGRESOS	300.000.000	61.438.000	61.438.000	61.438.000	61.438.000	61.438.000	60.838.000	60.838.000	60.838.000	60.838.000	60.838.000	60.838.000	60.838.000	1.033.056.000
7.DIFERENCIA OPERATIVA	-	300.000.000	5.512.000,0	5.512.000,0	5.512.000,0	5.512.000,0	5.512.000,0	6.112.000,0	6.112.000,0	6.112.000,0	6.112.000,0	6.112.000,0	6.112.000,0	70.344.000,0
8.RECURSOS PROPIOS	300.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300.000.000
9.CREDITO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10.FLUJO DE CAJA	-	5.512.000,0	11.024.000,0	16.536.000,0	22.048.000,0	27.560.000,0	33.672.000,0	39.784.000,0	45.896.000,0	52.008.000,0	58.120.000,0	64.232.000,0	70.344.000,0	70.344.000,0
11.APORTE CREDITO			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.GASTO FINANCIERO			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13.SALDO	-	5.512.000,0	11.024.000,0	16.536.000,0	22.048.000,0	27.560.000,0	33.672.000,0	39.784.000,0	45.896.000,0	52.008.000,0	58.120.000,0	64.232.000,0	70.344.000,0	70.344.000,0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37 Flujo de caja proyectado 2019 -2022

RUBRO	INVERSION	2019	2020	2021	2022
1.Saldo anterior	-	-		-	-
2.INGRESOS					
2.1.Ventas de contado		803.400.000	936.764.400	1.092.267.290	1.273.583.661
2.2.Ventas a crédito		-			
2.3.Otros ingresos		-			
3.TOTAL INGRESOS	-	803.400.000	936.764.400	1.092.267.290	1.273.583.661
4.DISPONIBLE	-	803.400.000	936.764.400	1.092.267.290	1.273.583.661
5.EGRESOS					
5.1.Inversion en activos	300.000.000	300.000.000			
5.2.Costos fijos		58.200.000	60.528.000	62.949.120	65.467.085
5.3.Costos variables		674.856.000	674.856.000	786.882.096	917.504.524
5.4.Costos financieros		-			
6.TOTAL EGRESOS	300.000.000	1.033.056.000	735.384.000	849.831.216	982.971.609
7.DIFERENCIA OPERATIVA	-	300.000.000	70.344.000,0	201.380.400	242.436.074
8.RECURSOS PROPIOS	300.000.000	300.000.000	-	-	-
9.CREDITO	-	-	-	-	-
10.FLUJO DE CAJA	-	70.344.000,0	201.380.400	242.436.074	290.612.052
11.APORTE CREDITO		-	-	-	-
12.GASTO FINANCIERO		-	-	-	-
13.SALDO	-	70.344.000,0	201.380.400,0	242.436.074,4	290.612.051,9

Fuente: Elaboración propia

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá el proyecto en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene. Los elementos básicos del flujo de caja, de cualquier proyecto, se componen de tres elementos como los egresos iniciales de fondos (Inversiones), los ingresos y egresos de operación y el momento en

que ocurren los ingresos y egresos. Los flujos resultantes son importantes para el cálculo de otros indicadores que nos indican si el proyecto es viable para su realización, como el VAN y la TIR.

Tabla 38 Flujo efectivo proyectado y recuperación pendiente de los años 2019- 2022.

		2019	2020	2021	2022
	FLUJO EFECTIVO	70.344.000	131.036.400	242.436.074	290.612.052
INFLACION	4%	2.813.760	5.241.456	9.697.443	11.624.482
TASA OPORT.	3,720%	2.616.797	4.874.554	9.018.622	10.810.768
utilidad repart	30%	21.103.200	39.310.920	72.730.822	87.183.616
recuperación		43.810.243	81.609.470	150.989.187	180.993.186
INVERSION	300.000.000	% Recuperación	27,203%	50,330%	60,331%
Pendiente Recup		256.189.757	174.580.287	23.591.100	- 157.402.086
	% utilidad operacional	9%	21%	22%	23%
	% Utilidad Neta	9%	21%	22%	23%

Fuente: Elaboración propia

5.7. Protocolo de servicio para el recorrido

El manual de protocolo de servicios para recorridos constituye una herramienta esencial para agentes operadores y guías de turismo; incluyendo desde el contexto general del programa, el objetivo, en el cual se enuncian las actividades y obligaciones de los guías de turismo; el alcance, el listado de actividades a desarrollar, técnicas de atención al cliente tanto de comunicación como de lenguaje verbal y no verbal; interacción con el turista; técnicas de manejo, control y guianza del recorrido; manejo de herramientas; ejecución del recorrido; presentación personal; elementos de apoyo y por último manejo de tiempo.

Contexto general del programa :el programa de la ruta para visitar y disfrutar en la Ciénaga de la Virgen del distrito de Cartagena de Indias, está enmarcado dentro del producto turístico cultural de la ciudad de Cartagena y busca establecer un recorrido eco turístico marítimo alrededor de la Ciénaga de la Virgen que más que un producto se convierta en una experiencia que le permita observar y aprender de la naturaleza sin afectar ni su conservación ni su entorno, plantea crear una manera diferente de ofrecer los servicios turísticos para parejas de la ciudad, fortaleciendo y

enriqueciendo la experiencia al recorrer los principales lugar de interés dentro de la Ciénaga de la Virgen.

Objeto: enunciar las actividades y obligaciones que realizarán los guías de turismo para el recorrido de la ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra” y la ruta “Manglares, pesca y Ciénaga”.

Alcance: corresponde a la función de conducción de grupos en el recorrido del programa de las rutas “Magia en los alrededores del corralito de piedra” y “Manglares, pesca y Ciénaga” que deberán ser ejercida por un guía profesional acreditado de la zona de la localidad 2 de la Virgen y Turística de la ciudad de Cartagena, con el fin de cumplir a cabalidad las actividades determinadas dentro de cada ruta.

Actividades a desarrollar: el guía debe aplicar las habilidades adquiridas en su formación y experiencia para seleccionar la información turística del recorrido y entablar una comunicación con el turista de forma clara y sencilla.

Técnicas de atención al cliente: el guía de turismo debe manejar las habilidades que permitan comunicarse efectivamente con los turistas, usando un vocabulario respetuoso y gestos adecuados.

Técnicas de comunicación sugeridas: el guía debe prepara la forma en que entregara la información, siendo consciente que está actuando como anfitrión de la ciudad de la localidad 2 de la Virgen y turística de la ciudad de Cartagena, representando a sus ciudadanos y autoridades, por lo que debe vigilar su lenguaje verbal y no verbal.

Lenguaje verbal y no verbal. La voz del guía debe ser clara y dócil, en un tono que no moleste a los turistas, modulando correctamente las palabras, sin confundir al visitante cuando transmita la información. El guía debe mantener contacto visual permanente con las personas a quienes está guiando o informando; esto permite generar confianza, recordación y sensación de veracidad en lo que dice. Es de relevante importancia que el guía cuide sus gestos y movimientos corporales, los cuales deben acompañar adecuadamente su tono de voz.

Interacción con el turista : el guía debe seguir siempre los lineamientos de los guiones, de las fichas técnicas y de los manuales; así mismo, tener en cuenta las características particulares de los turistas como origen, nacionalidad y costumbres; si se le llegare a presentar alguna situación conflictiva debe manejarla amigablemente, buscando que el visitante sienta que no tuvo problemas durante el recorrido, solo contratiempos superados. Hay situaciones en las que el guía debe actuar adecuadamente, conforme a las disposiciones establecidas, su experiencia y los planes de

contingencia como en casos de muerte o accidente de un visitante durante el recorrido, solicitud de servicios indebidos o prohibidos por la ley por parte del visitante, las disputas entre visitantes de diferentes credos o nacionalidades, el robo de equipos o equipaje de un visitante en el recorrido. El guía debe averiguar los motivadores del turista y proporcionarle la información y orientación buscando llenar sus expectativas.

Lograr la atención de la audiencia. Ésta se logra por la buena información que recibe y el respeto que se da a su credo, origen, nacionalidad y apariencia. El guía de turismo debe preparar previamente los temas de acuerdo con el tiempo y lugar del recorrido, edad e intereses de los visitantes; tendrá presente que la atención se gana, no se obliga; se logra con ayudas pedagógicas, conversaciones directas, historias entretenidas e inflexiones de la voz. Es preciso adaptar la información a las necesidades y/o interés de los visitantes, esto exige que el guía de turismo sea creativo en la utilización de técnicas de comunicación e interpretación. ·

Técnicas de manejo, control y guianza de grupos en recorridos: cuando se realice el recorrido por la ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra” con la pareja de visitantes, el guía de turismo debe entregar la información en los momentos en que todos sus integrantes puedan escucharla. Para tal fin, establecerá un itinerario de cada recorrido, con sus respectivas paradas y tiempos, informando antes de comenzar el recorrido informará al grupo sobre las facilidades del recorrido, la infraestructura, los requerimientos especiales al visitar los lugares determinados y la reglamentación local, igualmente, se debe comunicar sobre la duración del recorrido.

Manejo de herramientas: algunas herramientas que el guía de turismo debe saber usar para los recorridos peatonales, son:

- Una pizarra pequeña o paleta con el nombre escrito del grupo, o un distintivo de color, la cual debe mostrar en alto cada vez que desee que el grupo se junte en un lugar y no se confunda con otros grupos que visiten el mismo atractivo.
- Un megáfono para entregar breves instrucciones al aire libre, de corto alcance, evitando el “ruido ambiental”.
- Saber utilizar diferentes modelos de cámaras fotográficas, especialmente digitales, ya que puede ser requerido para tomar una fotografía de algún visitante y no puede negarse a ello por falta de experiencia.
- Conocimiento en terreno.

- El guía de turismo debe conocer con el recorrido turístico en los que se va a desempeñar, así como los atractivos que se encuentren en ellos.
- Elementos para uso del guía en los recorridos: mapa de la ciudad, mapa de la Ruta,
- Listado de Hoteles, Restaurantes y sitios culturales, Listado de atractivos locales y regionales. Uso de Smartphone y aplicativos que tengan los contenidos descritos.

Ejecución del recorrido: entre las actividades de preparación del recorrido conocimiento del cliente, antes del recorrido, el guía debe conocer sobre los usuarios que atenderá, para ello, debe: aprender los nombres de memoria y el nombre del recorrido. Sostener una breve reunión de coordinación con los visitantes para acordar itinerario y recorrido a realizar. Se sugiere tener un mapa de rutas y un plano del recorrido a realizar.

Presentación personal: la primera impresión cuenta; por ello, el guía debe escoger muy bien su vestuario en cada una de sus jornadas de recorrido. Vestuario. El guía de turismo debe presentarse con la vestimenta acorde con el recorrido o servicio que va a prestar. Apariencia personal adecuada. Debe llevar el cabello peinado u ordenado, uñas limpias, buen olor corporal (evitar el uso de fragancias fuertes), ropa limpia y en buen estado. Abstenerse de fumar y de mascar chicle durante el recorrido.

Preparación para la asistencia de bienes y pertenencias del turista

El guía debe asistir al usuario del recorrido en todo momento con el cuidado de sus bienes y pertenencias, tomando las medidas preventivas correspondientes e informando a los usuarios.

Bienvenida: una vez que el guía ha identificado los nombres y rostros de los usuarios y sabe cuál es el recorrido a realizar, es importante dirigirse a ellos con mucho entusiasmo.

Saludo. El guía debe saludar de manera formal y cordial a damas y caballeros: “Buenos días (tardes), les damos una cordial bienvenida al recorrido de la Ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra” esperamos brindarle una verdadera experiencia cultural en la ciudad de la Ciénaga de la Virgen de la ciudad de Cartagena.”

Presentación. Posteriormente el guía se identifica y presentar a sus acompañantes, luego de presentarse ante los turistas formalmente, el guía debe entregar una breve descripción del recorrido incluyendo lo siguiente:

- Itinerario: enuncia brevemente un resumen del itinerario a cubrir durante el recorrido, duración y número de paradas o estaciones.
- Atractivos: resume el tipo de atractivos que se visitarán durante el recorrido. indicaciones generales El guía indicará las características de seguridad de la zona y los tiempos en que se visitará cada estación.

Despedida: cuando el recorrido llegue a su fin el guía debe despedirse con la misma actitud amable, formal y cordial con que saludó, tratando de ponerle un sello propio a sus palabras finales.

Manejo de tiempos: el guía debe organizar sus servicios en forma adecuada para ejercer un buen uso del tiempo de los usuarios durante el recorrido.

Tiempo al comienzo del recorrido:

- Información: El guía debe informar al cliente de la duración del recorrido en términos de horarios.
- Manejo de atrasos: “el (la) guía nunca debe llegar tarde a un recorrido”. Si hubo un atraso por situaciones ajenas a su voluntad o al de alguno de sus acompañantes, se debe explicar a los usuarios en forma serena, clara y simple, reforzando la idea de que la demora tuvo que ver con la propia seguridad de ellos: contingencias, confirmaciones de última hora u otros.

Tiempo al término del recorrido. Se hace preciso cumplir con el horario preestablecido e informado al usuario.

Se busca además en el concepto la ruta diseñada generen emociones en los turistas a través de alegría, gratitud, admiración, sorpresa, diversión, felicidad, orgullo, fortaleza, seguridad, bienestar y orgullo durante su vivencia en el destino.

En conclusión el producto turístico cultural de la Ciénaga de la Virgen ubicada en la ciudad de Cartagena se enmarca en la importancia de sus atractivos, la oferta de servicios turísticos basados en mercados específicos para su promoción y comercialización con una marcada orientación hacia la emoción.

Frente a los bienes culturales, su historia, la cultura y estética de las mismas, tener la experiencia de un viaje maravilloso, una expedición a través de la riqueza natural que sedujo a personajes de la historia. El recorrido nos llevará por interesantes lugares que conservan la

memoria y el trabajo de nuestros antecesores y quienes lo realizan actualmente. Es una invitación a llenarnos de conocimiento y deleitar los sentidos con los colores, olores y sabores de la naturaleza del legado que nos dejó la historia y la cultura.

5.8. Condiciones de sostenibilidad ambientales, sociales y económicas

Como se evidenció en los capítulos anteriores, el patrimonio cultural de la Ciénaga de la Virgen de la ciudad de Cartagena es el activo más importante a partir del cual se define la oferta turística del municipio. El cual se convierte en un recurso turístico potencialmente explotable e integrable a la oferta comercial, en caso de realizarse las acciones pertinentes para su puesta en valor en el territorio turístico. Es aquí donde el patrimonio cambia su rol de recurso a atractivo turístico, dado que suscita un interés en concreto en el turista potencial y real. Así las cosas, hay dos componentes del turismo que se destacan en el párrafo anterior, por un lado el producto turístico y por otro, el destino turístico. A efectos de lograr una demarcación clara y concisa entre ambos, se pensó en delimitarlos debido a las características y tendencias de la industria turística actual, propendiendo por inferirles una mirada netamente comercializable.

La batería de indicadores a utilizar, es la descrita en el numeral 3.8 Protocolos ambientales y normativos necesarios para el uso del servicio.

El destino turístico se puede definir como “el espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de sus atractivos disponibles, es decir, el destino turístico está conformado por componentes turísticos y no turísticos, tangibles e intangibles, que puestos en común, desembocan en una imagen turística. En este contexto, cada componente es gestionado por una serie de actores, públicos y privados, pero realmente ninguno de ellos ejecuta una intervención integral en la oferta final del destino. Por todo lo anterior, se puede concluir que la frontera entre el destino y el producto turístico puede ser común, de forma que el primero puede ser un producto turístico global, conformado por los siguientes componentes:

El humedal de la Ciénaga de la Virgen, es considerado fundamental tanto para la población local como para las especies tanto de fauna y flora que conviven en él, por su riqueza natural y biodiversidad, presenta serias deficiencias en cuanto a sostenibilidad se refiere; la calidad del cuerpo de agua no se encuentra en óptimas condiciones, sin embargo existen proyecto como la

Bocana y la limpieza de los manglares que ha contribuido a detener su deterioro acelerado, sin embargo se deben reforzar programas para que la recuperación sea más rápida. De otra parte, las empresas turísticas son extremadamente débiles; al desconocer la dinámica turística, no creen necesario hacer inversiones ni se esfuerzan por conquistar mercados; tampoco les resulta clara la responsabilidad que tienen en la salvaguarda de los recursos naturales y culturales; el instrumento que les fue aplicado, basado en las normas técnicas de calidad y de sostenibilidad sectoriales, arrojó resultados poco alentadores en cuanto a la incorporación de estándares de sostenibilidad; de los 15 criterios básicos revisados el cumplimiento en establecimientos de alojamiento fue del 0%, en restaurantes del 13% y en agencias de viajes del 20%.

Con este panorama, sería imprudente basar las recomendaciones en la rigurosidad de todas las normas técnicas sectoriales de sostenibilidad impulsadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, teniendo en cuenta que no serían aplicables en el corto plazo, pero si se hace necesario. Si bien las recomendaciones se plantean desde los tres ámbitos de la sostenibilidad: económico, ambiental y sociocultural, se espera que las mismas sean de fácil aplicabilidad por parte de los empresarios con base en la Norma Técnica de Sostenibilidad NTS TS 01 Destinos Turísticos de Colombia- Requisitos de Sostenibilidad, que está en proceso de actualización.

Recomendaciones

Gracias a esta investigación, existe un punto de partida para que hoteles que se especialicen en el tipo de target objeto del producto turístico diseñado puedan incursionar en entrar a este mercado, como es el hotel boutique Vista Marina, que en la actualidad ha sido abanderado por estar dentro de los 16 hoteles más románticos a nivel nacional y haber sido reconocido por la plataforma TRIP ADVISOR, aprovechando esa oportunidad de negocio, que produce ganancias tanto tangibles como la retribución económica que le generará al hotel boutique; e intangibles como la generación de empleo a las comunidades aledañas a la Ciénaga de la Virgen y la fidelización de los clientes.

Se recomienda implementar las estrategias de servicio, de comunicación y de promoción para posicionar la ruta eco-histórica y de ésta manera aumentar los componentes intangibles en la mente de todos los visitantes nacionales, locales y extranjeros.

Si bien existen deficiencias básicas que deben ser atendidas, la oferta eco turística de la ruta en la Ciénaga de la Virgen se puede desarrollar y fortalecer de manera paralela a través de capacitación y sensibilización de la comunidad frente al desarrollo del turismo sostenible. En el marco de desarrollo sostenible, se deben efectuar los controles necesarios para que no se creen ofertas de turismo que impacten de manera negativa contra los ecosistemas que subsisten en la Ciénaga de la Virgen. Se deben propiciar espacios de discusión para solucionar las dificultades de las poblaciones aledañas a la Ciénaga de la Virgen, de tal manera que se pueda apuntar hacia el desarrollo sustentable de la actividad turística, que permita el uso seguro de la zona y permita crear un producto turístico integrado y diferenciado a nivel local, regional y nacional.

Se propone igualmente, el establecimiento de alianzas estratégicas con organismos públicos (organismos gubernamentales, universidades), privados u organismos internacionales que apoyen el financiamiento para la continua limpieza y monitoria de la calidad del agua de la Ciénaga que permita el normal desarrollo de la ruta eco turístico, evitando el estancamiento de aguas. Así como realizar las actividades turísticas desde una batería apropiada de indicadores de sostenibilidad.

Conclusiones

Como Cartagena de Indias es considerada a nivel internacional uno de los destinos turísticos más relevantes en Colombia, no solo por sus atractivas playas sino también por ser considerada como un punto turístico sostenible según ICONTEC, ese reconocimiento efectuado por medios reconocidos como la BBC de Londres (que la ubica dentro de una de las cinco metrópolis amuralladas más bonitas de la tierra) o CNT Traveler (la sitúa como la número 30 entre los 50 destinos más espectaculares para visitar) y prestigiosas guías de turismo como Condé Nast Traveller la han reconocido como uno de los sitios imprescindibles para visitar, diseñar productos turísticos sostenibles, debe ser una prioridad para la maximización de valor del destino.

La Ciénaga de la Virgen anteriormente se destacaba por ser una emisaria de enfermedades infecciosas por su alto grado de contaminación, sin embargo, se ha demostrado en esta última década que más que contaminación, tiene mucha vida y potencial como una ruta ecoturística; muestra de ello, lo refleja el inventario de los atractivos, con el registro tanto de todos los factores físicos como culturales. Igualmente es considerada como uno de los cinco más importantes humedales a nivel nacional, según la revisión bibliográfica encontrada.

La riqueza de la Ciénaga de la Virgen va más allá de un bonito paisaje, puesto que está rodeada por las comunidades más antiguas del distrito de Cartagena, distribuidas en unidades Comunerías de Gobierno (UCG) número 3, 4, 5 y 6 de la Localidad de La Virgen y Turística. Estos sectores están comprendidos desde el barrio San Francisco, hasta el barrio Nuevo Paraíso. Así mismo se encuentra rodeada por el turismo hotelero; la Vía principal de acceso para llegar a la Ciénaga de la Virgen es la llamada vía Perimetral Ciénaga de la Virgen, se encuentra en buen estado de conservación, tiene una longitud total de 15,2 kilómetros, que une la Carretera de La Cordialidad a la altura del barrio, en cuanto al diagnóstico de la zona, se realizaron los siguientes hallazgos gracias a la revisión bibliográfica y la inspección en campo:

- Uno de los humedales costeros más importantes de Colombia, se encuentra en la capital del departamento de Bolívar, ubicado al norte de Cartagena de Indias identificado como la Ciénaga de la Virgen –Juan Polo o de Tesca, el cual posee un área superficial aproximada de 20 Km² y una profundidad característica de 0.9m.
- En la zona de Ciénaga de la Virgen existe un total de Mangle 101,41 hectáreas; bosque seco 28,21 hectáreas y pastizal 0,48 hectáreas, la gran totalidad entre los

cuales las especies predominantes como mangle rojo (*Rizophora mangle*), mangle prieto (*Avicennia germinans*), mangle bobo (*Laguncularia racemosa*) y mangle Zaragoza (*Conocarpus erecta*).

- La Ciénaga de la Virgen es reconocida por la variedad de especies vegetales que rodean y conviven con la zona manglarica del lugar, tales como Campano, Hobo, Roble, Ollita de mono, Quebramacho, Totumo, Manzanillo, Aromo, Dividivi, Guásimo, Zarza, Frijolillo, Bicho, Aromo, Laurel, Tamarindo, Cauchos, Mangle prieto, Mangle Bobo Ceiba, Guayacán, Cañaguante, Mamón, Guacharaco, Camajón, Paja Mona, Pasto Angleton, Batatilla, Balsamina, Indio desnudo, Verdolaga, Trupillo, Platanillo, Níspero, Mango, Mangle Rojo y el Mangle Zaragosa.
- En cuanto a la fauna encontrada va desde aves como Mulata, Garza blanca, Gallinazo, Gaviota, Pato real, Perico, Águila pescadora, Colibrí zafirino, Canario manglero, Canario, Carpintero, entre otros; reptiles como Iguana, Boa, Sapos, Rana, Lobo, entre otros; mamíferos como Ardilla, Murcielago, Rata, Mono aullador, entre otros y peces como mojarra, entre otros.

En cuanto a la caracterización de la población mercado objetivo para la comercialización del diseño del producto, los hallazgos evidencian la evolución mensual de los últimos cinco años de llegadas a Cartagena; destacándose 2016 y 2017 en donde el promedio de crecimiento mensual fue de casi 6.000 turistas. La afluencia es nacional e internacional y estos últimos y en especial parejas, se constituyen en segmentos apropiados para el producto diseñado.

El avance de esta investigación permitió conjugar en la conformación del diseño de producto, los tres objetivos fundamentales en el desarrollo turístico sostenible como son: el crecimiento económico, equidad sociocultural y conservación del medioambiente en la Ciénaga de la Virgen; fundamentado en que como motor a largo plazo pretende contribuir a la conservación del habitat natural de aproximadamente 40 especies entre anfibios, peces, reptiles, mamíferos y vegetales, así mismo integrar a la comunidad aledaña y a los agentes implicados entre entidades gubernamentales, centros de investigación nacional e internacional y universidades, estos últimos en la continuidad de búsquedas de mejoras y equilibrio para todos.

La investigación que finalmente diseña la ruta “Magia en los alrededores del corralito de piedra” es un producto del turismo de naturaleza y cultural, puesto que recupera la identidad cultural debido a la participación activa de las comunidades, considerada como una ventaja

competitiva frente a la competencia, al tiempo que contribuye no solo a cambiar la cara de los barrios aledaños sino también a preservar y conservar el ambiente natural de la Ciénaga de la Virgen. Este producto puede ser sostenible puesto que se han identificado objetivos importantes de posibles desarrollo para la generación y fortaleciendo de empleos, el fomento de emprendimientos turísticos administrados por las personas locales. Además en el ámbito ambiental se sugiere la gestión de los procesos y actividades para la recuperación de la Ciénaga de la Virgen y adquirir un compromiso de mejora continua en todos aquellos aspectos ambientales que se identifiquen.

A través de este estudio se ha conseguido demarcar nuevas líneas futuras de investigación enfocadas en temas como, planificación de productos turísticos sostenibles y que de acuerdo con (Torregroza, 2015)apunten a la regionalización ecológica de las cuencas o humedales, cuando éstas se involucren con el turismo, en este caso para la Ciénaga de la Virgen se deben definir factores de control y criterios de homogeneidad mayormente precisos para su sostenibilidad en el tiempo.

Anexos

Encuesta

survio

Encuesta | Preferencias | Recopilar Respuestas | Resultados

1. How old are you?*(Por favor indica tu edad)**
Seleccione una respuesta

- 19 - 28
- 29 -38
- 39 -48
- 49- 58
- 59 en adelante

2. How often do you travel as a couple a year? (Con que frecuencia viajes en pareja al año?)*
Seleccione una respuesta

- 1
- 2
- 3
- 4 o más

3. what do you think makes a great romantic travel destination?(Qué crees que hace un gran destino de viaje romántico?)*
Escribe una respuesta

4. How much do you want to spend on the entire vacation as a couple? (Cuánto quieres gastar en tus vacaciones como pareja?)*
Seleccione una respuesta

- 500.000 - 550.000 COP (158 - 174 USD)
- 600.000 - 650.000 COP (190 - 206 USD)
- 700.000 - 750.000 COP (221 - 238 USD)
- 800.000 COP en adelante

couples ? (¿Cuál es la mejor actividad para hacer en tu viaje como pareja?)*
Seleccione una o más respuestas

- To learn about a culture and meet locals (aprender de la cultura y conocer a sus lugareños)
- To visit a natural reserve (visitar una reserva natural)
- Do sightseeing (Turistear)
- go sailing (ir a navegar)
- go to visit the locals restaurants (Ir a visitar los restaurantes locales)

6. What would you do on your ideal date night? talk about the food and music (Que te gustaría hacer en tu cita ideal de noche? hablar acerca de la comida y la musica)*
Escribe una respuesta

Referencias

- Alcaldía Mayor de Cartagena. (2016-2019). Plan de Desarrollo Primero la Gente. Plan sectorial de turismo. Para una Cartagena sostenible y Competitiva. 1-34.
- Beltrán, A., & Suárez, L. (2010). *Diagnóstico ambiental de los cuerpos internos de agua de la ciudad de Cartagena de Indias*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2016/10/DIAGNOSTICO-AMBIENTAL-CUERPOS-INTERNOS-.compressed.pdf>
- CEDEC; CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA. (Julio de 2017). *Cartagena en cifras*. Recuperado el 22 de Julio de 2018, de https://www.cccartagena.org.co/sites/default/files/publicaciones/cartagena_en_cifras-_julio_2017_1.pdf
- citado por universidad autonoma de nuevo leon [UANL]. (1 de Octubre de 2013). <http://sds.uanl.mx/el-concepto-desarrollo-sustentable/>.
- Cordova, H. (2003). Turismo en el Valle del colca y sus impactos en el desarrollo. *Espacio y Desarrollo*(15), 69-88.
- Delgado, M. A., & Pantoja, T. F. (2016). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: "La ruta del oro", Nariño (Colombia). *Cuadernos de Geografía | Revista Colombiana de Geografía*, 25(1), 233-253.
- Diaz, C., Castro, I., & Manjarrez, G. (2010). *Mangles de Cartagena de Indias: "Patrimonio Biológico y fuente de Biodiversidad"*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2016/10/MANGLES-DE-CARTAGENA.pdf>
- El Tiempo. (23 de Diciembre de 2007). *Paseos en yates por la bahía de Cartagena, nueva oferta del turismo*. Recuperado el 22 de Julio de 2018, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3872964>
- El tiempo. (4 de Septiembre de 2015). *Diez paraísos Colombianos que todos debemos conocer*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16336519>
- El Tiempo. (28 de Agosto de 2015). *Turismo impacta el PIB en Cartagena de Indias*. Obtenido de <https://app.vlex.com/#vid/turismo-impacta-pib-cartagena-581307362>
- EPA Cartagena. (2015). *Observatorio Ambiental de Cartagena de Indias*. Recuperado el 14 de 10 de 2017, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/gestion-ambiental/ecosistemas/proyecto-cienaga-de-la-virgen/cienaga-de-la-virgen/>
- Felix, M. T. (2016). Planificación y gestión sostenible del turismo en Espacios Naturales Protegidos: formulación de una propuesta para la Laguna y Arenal de Valdoviño.

- Figuroa, S. S., & Zambrano, E. A. (2014). Propuesta para la creación de un Eco-Resort especializado en asistencia turística para parejas en la Playa de Canoa, Manabí.
- frommers. (2 de Marzo de 2009). *Frommer's Top Destinations for 2009*. Obtenido de <http://www.frommers.com/trip-ideas/cultural-immersion/frommers-top-destinations-for-2009>
- García, M. (2011). La imagen en el turismo urbano: Revisitando el Toledo romantico. *Cuadernos de Turismo*(27), 437-453.
- Genest, & Legg. (2010). *Premier-ranked Tourist Destinations Project – Research Report: Belleville & Quinte West*. Recuperado el 24 de 06 de 2018, de http://www.mtc.gov.on.ca/en/publications/PR_Belleville_Quinte_West_.pdf
- Inostroza, V. G. (2016). Turismo sostenible y conflicto por el uso de los recursos estudio de caso: Patagonia chilena, Región de Aysén.
- Jaramillo, F. (24 de 7 de 2017). *Semana*. Recuperado el 2 de Mayo de 2018, de La moda no es para seguirla sino para exportarla: <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/moda-asi-lo-hacemos/articulo/crecimiento-de-colombia-en-la-industria-de-la-moda/533732>
- Linares, H. L. (2013). Modelo de desarrollo turistico sostenible en función del desarrollo local. *Teoria y praxis investigativa*, 8(2), 8-17.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2008). Modelos de Competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *RAC*, 12(3), 789-809.
- Mendoza, G. (Julio de 2012). *ANÁLISIS DEL SECTOR TURISMO EN CARTAGENA COMO ELEMENTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CIUDAD*. Recuperado el 22 de 06 de 2018, de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3662/1018407436-2012.pdf>
- Mincomercio Industria y Turismo MinCIT. (2017). *Boletin Mensual Turismo, enero 2017*. Bogota: MinCIT.
- MINISTERIO DE AMBIENTE VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL. (4 de Junio de 2007). *Resolución no. 978*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017, de http://www.minambiente.gov.co/documentos/res_0978_040607.pdf
- Niño, L., & Posada, C. (2014). Turismo sostenible en las Islas del Rosario y San Bernardo. Guía del curso. Cartagena de indias D. T. y C. . 1-20.
- OMT. (20 de Junio de 2017). *Sustainable Development of tourism*. Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (20 de Junio de 2017). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

- Orozco, J., & Nuñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Intersedes*, XIV(27), 143-167.
- Pinzón, A. G. (2013). Red de Turismo Sostenible de Colombia: 11 años promoviendo espacios de reflexión y motivando la sostenibilidad turística. *Anuario Turismo y Sociedad*, 14, 271-288.
- Portafolio. (28 de Agosto de 2015). *Turismo impacta el PIB en Cartagena de Indias*. Recuperado el 21 de 06 de 2018, de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/turismo-impacta-pib-cartagena-indias-23334>
- Roldan, C. C. (2012). Lineamientos para la planeación del turismo sostenible en el corregimiento de san francisco de asís (Municipio de Acandí, Chocó, Colombia). *Gestión y Ambiente*, 15(1), 129-142.
- Santos, P. E., Fernández, T. A., & Muñon, Y. O. (2016). FerLa incorporación del paisaje a la planificación turística. Análisis de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía. *Cuadernos de Turismo*(37), 175-202. doi:10.6018/turismo.37.256201
- Solano, M. (2016). *Modelo Turístico sostenible para Cartagena de Indias: caso monumentos históricos*. Recuperado el 22 de 05 de 2018, de <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/5694/1/MODELO%20TUR%20C3%8DSTICO%20SOSTENIBLE%20PARA%20CARTAGENA%20DE%20INDIAS.pdf>
- Tirado, O., Manjarrez, G., & Diaz, C. (2011). Caracterización ambiental de la ciénaga de La quinta localizada en Cartagena de indias, Colombia, 2009 - 2010. *U.D.C.A Actualidad & Divulgación Científica*, 2(14), 131-139.