

**SUCRE PARAÍSO SIN DESCUBRIR**  
**PLAN DE MERCADEO PARA PROMOCIONAR DETERMINADAS**  
**ÁREAS DEL DEPARTAMENTO Y ASÍ CONTRIBUIR CON SU**  
**DESARROLLO**



**SUSANA MARGARITA CORTÉS TINOCO**  
**MANUEL HUMBERTO VERGARA MERCADO**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**BOGOTÁ 2009**

**SUCRE PARAÍSO SIN DESCUBRIR**  
**PLAN DE MERCADEO PARA PROMOCIONAR DETERMINADAS**  
**ÁREAS DEL DEPARTAMENTO Y ASÍ CONTRIBUIR CON SU**  
**DESARROLLO**



**SUSANA MARGARITA CORTÉS TINOCO**  
**MANUEL HUMBERTO VERGARA MERCADO**

**PROYECTO DE GRADO**

**TUTOR: RAMÓN PIZARRO**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**BOGOTÁ 2009**

## CONTENIDO

1. TÍTULO	6
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
2.1. DATOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO	
2.2. SECTOR TURISMO	7
3. JUSTIFICACIÓN	10
4. OBJETIVOS	12
4.1. OBJETIVO GENERAL	
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
5. MARCO TEÓRICO	13
5.1. EL TURISMO COMO NEGOCIO	
5.2. PLANIFICACIÓN	
6. METODOLOGÍA	20
6.1. ANÁLISIS DEL NEGOCIO	
6.2. MERCADO META	
6.3. COMPETENCIA	
6.4. PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES	
6.5. OBJETIVOS DE MERCADO	
6.6. MERCADO META DEL PLAN	
6.7. OBJETIVO VENTAS	

## 6.8. ACCIONES

## 6.9. COSTO DEL PLAN Y UTILIDAD

### 7. ANÁLISIS DEL NEGOCIO

22

#### 7.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

##### 7.1.1. GOLFO DEL MORROSQUILLO

##### 7.1.2. SINCELEJO

##### 7.1.3. MORROA

#### 7.2. VENTAJA SOBRE LA COMPETENCIA

##### 7.2.1. VENTAJAS COMPARATIVAS

##### 7.2.2. VENTAJAS COMPETITIVAS

#### 7.3. REQUERIMIENTOS DEL DEPARTAMENTO PARA COMPETIR

##### 7.3.1. INNOVACIÓN Y DESARROLLO

##### 7.3.2. INFRAESTRUCTURA, CONECTIVIDAD Y EQUIPAMIENTO

##### 7.3.3. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

##### 7.3.4. FORMACIÓN RECURSOS HUMANOS

##### 7.3.5. INTERNACIONALIZACIÓN

##### 7.3.6. DESARROLLO INDUSTRIAL

#### 7.4. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

##### 7.4.1. VÍAS DE ACCESO

##### 7.4.2. SERVICIO DE TRANSPORTE

#### 7.5. MERCADO META

7.6. PARTICIPACIÓN	
7.7. COMPETENCIA	
7.7.1. CARTAGENA	
7.7.2. SANTA MARTA	
7.7.3. SAN ANDRÉS Y PROVIDENCIA	
8. PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES	35
9. OBJETIVOS DE MERCADO	36
10. MERCADO META DEL PLAN	37
11. OBJETIVOS DE VENTA	37
12. ACCIONES	37
12.1. COSTO DEL PLAN Y UTILIDAD	
13. RESTRICCIONES	39
14. RECURSOS	40
15. RESULTADOS Y CONCLUSIONES	41
16. RECOMENDACIONES	42
17. BIBLIOGRAFÍA	43
18. ANEXOS	44

## 1. TÍTULO

Sucre paraíso sin descubrir, plan de mercadeo para promocionar determinadas áreas del departamento y así contribuir con su desarrollo

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

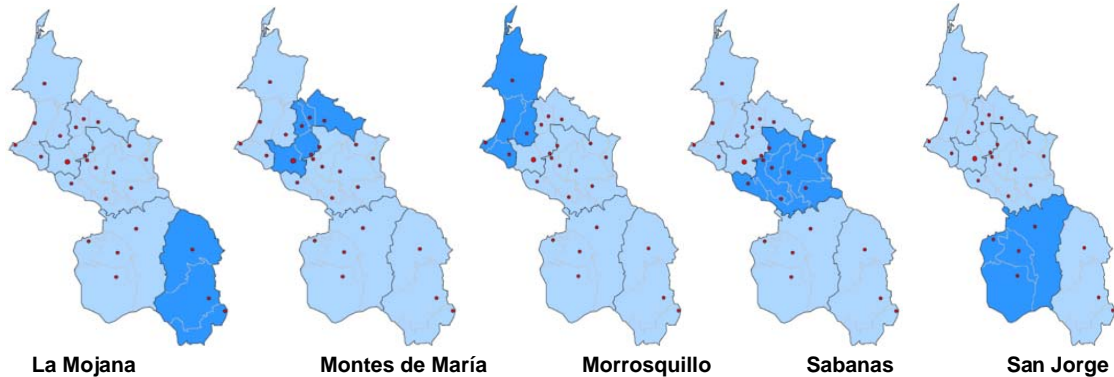
### 2.1. Datos generales del Departamento

Sucre es uno de los 32 departamentos de Colombia, conformado por 830000 habitantes. Está localizado al norte del país, en la Costa Atlántica Colombiana y su capital es Sincelejo.



La extensión del departamento de Sucre es de 10.670 Km<sup>2</sup>, representando un área del 0,9% de la extensión total de la República de Colombia y el 8.5% de la región Caribe, el resto de la región lo conforman los departamentos de Bolívar, Atlántico, Córdoba, Cesar, Guajira, Magdalena y San Andrés y Providencia. La actividad principal del departamento de Sucre es la ganadería y su clima se caracteriza por ser seco tropical.

El departamento se encuentra dividido en 5 zonas: La Mojana, Los Montes de María, La sabana, El Golfo del Morrosquillo y San Jorge.



Estas subregiones están conformadas así:

- La Mojana, por los municipios de Guaranda, Majagual y Sucre.
- Montes De María, por los municipios de Chalán, Coloso, Ovejas, Morroa y Sincelejo.
- Morrosquillo, Por los municipios de Tolú, San Onofre, Palmito, Coveñas y Tolúviejo.
- Sabanas, Por Corozal, Buenavista, el Roble, Galeras, Los palmitos, Sampues, Betulia, San Pedro y Sincé.
- San Jorge, Por Caimito, La Unión, San Benito Abad, San Marcos y Caimito.

## 2.2. Sector Turismo

La industria turística en el departamento de Sucre es muy reciente apenas está en el proceso de formación e intenta buscar un lugar en el mercado nacional y abrirse al mundo global de hoy<sup>1</sup>.

El sector turístico en el departamento de Sucre cuenta con diferentes facetas como lo son el turismo religioso, el agro ecoturismo, acuaturismo, siendo la mayor fortaleza el turismo de sol y playa y en la diversidad folclórica y cultural.

---

<sup>1</sup> Según el departamento de planeación nacional el departamento de Sucre apenas empieza a abrirse y a posicionarse en el mercado con un potencial de crecimiento estimando en 4,5%. Para los próximos años.

Sucre cuenta con ecosistemas atractivos para ser promocionados alternamente para el ecoturismo, para lo cual se hace necesario crear las condiciones propicias para la inversión nacional y/o extranjera, de manera que puedan ser promocionados y explotados adecuadamente.

“El turismo como actividad económica del departamento muy a pesar de ser potencialmente lucrativo para la mayoría de las empresas involucradas en el sector, no ha alcanzado un grado de aprovechamiento que le permita participar en el desarrollo del departamento como una de las principales fuentes de desarrollo y generación de recursos”<sup>2</sup>. Por esta razón es necesario promover el turismo en Sucre, centrándose en las modalidades con mayor potencial y que mas interés le puede generar al turista como el turismo de sol y playa, el ecoturismo, y el turismo folclórico y cultural, teniendo en cuenta la privilegiada ubicación geográfica que tiene el departamento y las diferentes fuentes naturales que encontramos a lo largo y ancho como mar, islas, ríos, vegetación y fauna.

“En Sucre el sector turístico se reconoce por su escasa capacidad para organizarse como gremio y la poca visión para vender y mercadear los destinos turísticos del departamento lo cual le resta competitividad a nivel nacional. Otro de los problemas que tiene el departamento con respecto al desarrollo de la actividad turística es que no se cuenta con una infraestructura eficiente en servicios públicos, aeroportuarios, vías de acceso y recursos financieros para la expansión del sector, tampoco recursos humanos calificados para la prestación del servicio turístico con eficiencia y calidad.”<sup>3</sup>

El compromiso del sector privado, el cual la mayoría de las veces es el que presta el servicio, ha sido muy débil a pesar de la ley 300 de 1996, en la cual el estado le da especial protección al sector en razón a su importancia para el desarrollo nacional.

En materia de promoción de los destinos no se han realizado las acciones necesarias, sin embargo en algunas temporadas y eventos se han logrado buenos indicadores para la región, situación que genera expectativas y estímulos para la organización de una estructura turística en Sucre.

---

<sup>2</sup> <http://gobersucre.gov.co/turismo/turismo.php>, revisada 22 de septiembre de 2008.

<sup>3</sup> <http://gobersucre.gov.co>, revisada el 22 de septiembre de 2008.



Se destaca el impacto de las Caravanas Viva Colombia, impulsados por el Gobierno Nacional, que en el puente del 11 al 14 de octubre de 2003 se registraron más de 100.000 turistas, hecho que generó según los informes recibidos más de 1000 empleos indirectos y, unos ingresos del orden de 4.000 millones de pesos y la utilización de nuestra infraestructura hotelera que hoy en día está en el orden de las 5.000 habitaciones y un número de 12.000 camas, ubicadas en los 100 centros hoteleros y cabañas con que aproximadamente cuenta el Golfo del Morrosquillo.

“Es notorio también el poco desarrollo Institucional de los entes administrativos encargados de promover y coordinar la actividad turística en nuestros municipios y aún en el nivel territorial departamental, lo que ha impedido darle la organización gerencial de este importante sector de la economía”<sup>4</sup>.

El inventario turístico de Sucre, identifica más de 100 atractivos turísticos, de los cuales, la Subregión Golfo de Morrosquillo concentra un 40% de este inventario, al igual que el 70% de la oferta hotelera del Departamento.

Dentro de las ofertas turísticas del Departamento, también se considera hoy, que una de las grandes opciones que tenemos para vender en los mercados turísticos, nacionales e internacionales, es nuestro potencial cultural representado en los diferentes eventos de carácter nacional que anualmente se realizan en el territorio sucreño, principalmente las fiestas del 20 de enero en Sincelejo famosas por las Corralejas y desfiles folclóricos; evento que se compaginan con la diversidad artesanal del sombrero Vueltiao, la hamaca, los bastones, tallas en madera y bejuco hechos en los centros artesanales del departamento que son Morroa y Sampues, que se encuentran a tan solo 20 minutos de la capital sucreña. Igualmente, la celebración de la semana santa en Tolú, municipio pionero en el turismo religioso de la región.

Podemos concluir esta parte resumiendo que el turismo es una actividad de gran importancia para el desarrollo económico y la generación de recursos y empleo, cabe resaltar que siendo el departamento de Sucre una zona con gran potencial

---

<sup>4</sup> <http://gobersucre.gov.co>, revisada el 22 de septiembre de 2008.

para explotar la actividad turística, paradójicamente es uno de los departamentos más pobres del país, además su infraestructura no cuenta con las características necesarias para la prestación de un buen servicio, como vías de acceso, aeropuertos y servicios públicos.

Por esto nace la pregunta, ¿Cómo a través del mercadeo se puede lograr convertir el departamento de Sucre en un destino competitivo a nivel nacional, con el fin de generar el desarrollo que tanto necesita, teniendo en cuenta sus problemas financieros y de infraestructura?

### **3. JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto sería de gran importancia para la solución de muchos problemas del departamento hoy en día, ya que con él se lograría atraer mayor número de visitantes generando mayores ingresos y el aumento del número de empleos directos e indirectos en las zonas en las que se piensa hacer la promoción.

El proyecto va dirigido a la Gobernación de Sucre, con el fin de que utilice el plan de mercadeo para promocionar a nivel nacional las riquezas naturales y culturales de Sucre.

Con él, además de la gobernación, se verán beneficiados muchos sectores de la economía como el sector hotelero, recreación, comercial, transporte aéreo y terrestre, y en general de manera indirecta otros sectores como lo son la agricultura y la ganadería los cuales son los que mayores ingresos dan al departamento ya que cuentan con las tierras propicias para este tipo de negocio.

La industria del turismo en sucre posee un alto potencial, el cual sería muy beneficioso explotar frente a otros proyectos de inversión tal vez de tipo social. El gobierno debe elegir invertir en el turismo ya que este generaría mayor número de ingresos además de impuestos lo cual ayudaría a cubrir otro tipo de inversiones que necesita el departamento en otros ámbitos como el social, en escuelas, puestos de salud, recreación, etc.

Con el aumento del número de visitantes se verán beneficiados muchos aspectos del departamento, se lograrían hacer mayores inversiones en infraestructura,

reparación de vías que llevan a los principales sitios turísticos, remodelación de parques, aeropuertos, inversión en mantenimiento de los municipios y sitios turísticos como limpieza de playas y calles, inversión en medios de transporte de tipo terrestre y acuático.

Es de nuestro interés personal además hacer de Sucre un lugar propicio para la inversión y la creación de empresas en un futuro ya que como sucreños y sincelejanos, queremos algún día como profesionales volver a nuestra ciudad y colaborar con su desarrollo. Desde ya anhelamos lograr cosas importantes en este aspecto ya que nuestras familias viven en Sincelejo y vemos como la situación económica los afecta.

En Sucre más específicamente en la zona del Golfo de Morrosquillo, el SENA abrió una escuela de gastronomía y turismo para brindar formación profesional e integral en estos temas con el fin de fortalecer la oferta de servicios turísticos en el golfo, que como sostuvo el director regional del SENA, Marcos Gómez Ordosgoítia durante año y medio que completa la escuela se han capacitado a mas de 3.400 personas en áreas como administración hotelera, mesa y bar, alojamiento, análisis y sistemas, recreación, cocina, guías turísticos, entre otros; haciendo énfasis en la formación en bilingüismo (Inglés-Francés), con el ánimo de afrontar el potencial turístico de la región, afirmó igual que para este mes de octubre de 2008 se graduarán 20 tecnólogos en cocina y 30 en recreación y turismo. Todo esto representa un aspecto de mucha importancia para el desarrollo del turismo en Sucre ya que podemos observar que se está capacitando cada vez más al personal para que maneje este tipo de negocios para lograr que la industria crezca cada vez más.

El departamento de Sucre cuenta con el total apoyo del gobierno de Colombia para impulsar planes de promoción del turismo como lo dejo claro la ministra de cultura Paula Marcela Moreno, la cual dijo que este tipo de iniciativas corresponden a un esquema que apoya el Gobierno nacional para impulsar las bases ancestrales de las regiones y además promover el turismo y la cultura, en este caso del departamento de Sucre, refiriéndose a la apertura de la escuela del SENA.

A su vez el viceministro de turismo Oscar Rueda, manifestó que la Administración central adelanta importantes gestiones para impulsar el turismo en el Golfo de Morrosquillo, zona de la que afirmó tiene un inmenso potencial para mostrar.

“Las Administraciones local y Departamental, así como el Gobierno Nacional, deberán priorizar estrategias que permitan la recuperación de las playas de Golfo Morrosquillo para lo cual deberán tener en cuenta el mejoramiento de la infraestructura vial, de servicios públicos y optimización de la infraestructura hotelera”, sostuvo el Viceministro de Turismo”<sup>5</sup>.

Se puede afirmar que es viable que el gobierno Nacional a través del ministerio y del fondo nacional de turismo apoye planes de promoción del departamento de Sucre ya que además existe un presupuesto destinado para ello.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. Objetivo General**

- Diseñar un plan de mercadeo para estimular la actividad turística en lugares específicos del departamento de Sucre, con el fin de impulsar el crecimiento económico de este.

El plan de mercadeo se enfocará en el turismo de sol y playa, turismo cultural y ecoturismo mediante la promoción de sectores específicos del departamento de Sucre, entre estos se encuentran: Sincelejo, Morro, Tolú, Toluviejo, Coveñas y el archipiélago de San Bernardo conformado por isla Múcura, Ceicén, Tintipán, Islote, isla palma, e isla fuerte.

De igual forma se hará énfasis en determinadas épocas del año como: Junio – Julio, Diciembre - Enero y Semana Santa.

### **4.2. Objetivos Específicos**

- Analizar antecedentes del departamento de Sucre para conocer las posibles causas de la baja actividad turística en este.

---

<sup>5</sup> [http://www.eluniversal.com.co/noticias/20080903/sin\\_loc\\_gobierno\\_nacional\\_respalda\\_la\\_escuela\\_ga.htm](http://www.eluniversal.com.co/noticias/20080903/sin_loc_gobierno_nacional_respalda_la_escuela_ga.htm)  
revisada el día 12 de octubre de 2008.

- Examinar si las campañas publicitarias son eficaces para la promoción del turismo.
- Analizar si las ferias turísticas son válidas para dar a conocer al departamento de Sucre como destino turístico importante.
- Establecer las fortalezas y debilidades del departamento de Sucre frente a otros destinos turísticos importantes para sacarle mayor provecho a los aspectos positivos y consolidar el departamento como un destino turístico competitivo.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. El turismo como negocio

El turismo se puede definir como “El fenómeno por el cual gran número de personas dejan temporalmente su sitio de permanencia para trasladarse a otro, en calidad de consumidores”<sup>6</sup> o como “el término que describe los procesos económicos que influyen en la residencia temporal y desplazamiento de los extranjeros, dentro, hacia y desde determinado lugar”<sup>7</sup>.

Cuando se habla de turismo es importante analizar términos como turista y destino turístico. Se define como turista “toda aquella persona que satisface estas dos condiciones: que se encuentra ausente de su residencia y que gasta su dinero en el sitio visitado, sin obtener ganancias por dicha inversión”<sup>8</sup> o “todo aquel que visita un país extranjero por cualquier motivo distinto a la residencia permanente o

---

<sup>6</sup> CASTILLO, Gerardo. Desarrollo e importancia del turismo en Colombia, Universidad Nacional de Colombia Bogotá. 1992. p. 60.

<sup>7</sup> FERNANDEZ Fuster, Lius. Teoría y Técnica del Turismo, Madrid Editora Nacional. "V. (Mundo científico: Serie turismo). p. 110.

<sup>8</sup> OLGIVIE. Revista económica N°205. Ottawa, Canada. 1996. P. 76.I.

de negocio y que gasta un dinero que puede haber sido obtenido en el país visitado”<sup>9</sup>.

Se entiende por destino turístico “una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística”<sup>10</sup>.

La actividad turística se ha convertido en un negocio global cuyo mercado en expansión cubre prácticamente todos los lugares y destinos del mundo, según la Organización mundial de turismo (OMT), más de 880 millones de personas viajaron durante el 2007 y con los datos observados en lo corrido del 2008 se espera que para este año crezca otro 5%.

“El turismo constituye el 8% de las exportaciones mundiales totales, más del 31% del comercio internacional en servicios y más de 100 millones de puestos de trabajo repartidos por todo el mundo, emplea a más personas que cualquier sector industrial y un cálculo prudente de su inversión en infraestructura (alojamiento, transporte, restaurantes) es de aproximadamente tres billones de euros”<sup>11</sup>.

Se debe decidir con respecto a los destinos turísticos que parte de la industria de servicios deben obtener, ya que el turismo hoy representa el negocio de mayor y mas rápido crecimiento y se espera que se convierta en la mayor industria a nivel mundial, sin embargo, como cualquier industria está sujeta a ciclos, modas y a una intensa competencia.

Los destinos no necesitan contar con atracciones espectaculares por ejemplo como la torre Eiffel, para participar en el turismo actual, ejemplo de esto es Ruili la ciudad de más visitada de China, en la cual se invirtieron 10 millones de yuans en mejoras a las carreteras además promueve activamente sus festivales,

---

<sup>9</sup> NORWAI. Revista turística. Vol 23. San Cristóbal. Venezuela. 1990. P. 87.

<sup>10</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Destino\\_tur%C3%ADstico](http://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico), revisado Nov. 5 de 2008.

<sup>11</sup> KOTLER, Phillip; Bowen, John; MAKENS, Jamen; RUFIN MORENO, Ramón; REINA PAZ, María Dolores.

MARKETING PARA TURISMO, Tercera edición. PEARSON EDUCACIÓN, S.A., Madrid, 2004. P 467.

manufactura de joyas, granjas locales y paisajes tropicales, el resultado son 800000 visitantes extranjeros al año procedentes de países vecinos como Tailandia e India, al igual que 850000 turistas nacionales.

Es importante que los destinos turísticos mantengan la infraestructura necesaria para la prestación del servicio para no correr riesgos. Igualmente factores como la violencia, la inestabilidad política, las catástrofes naturales, los factores naturales adversos y la afluencia masiva de turistas puede disminuir el atractivo de cualquier destino turístico.

Debido a esto nace la pregunta: ¿Cuáles son los factores importantes a tener en cuenta para hacer un plan de mercadeo para un destino?

“El marketing de destinos es una parte primordial en el desarrollo y mantenimiento de la popularidad de un destino. Sin embargo, con demasiada frecuencia los planificadores de turismo se centran solo en el desarrollo de los destinos sin prestar atención al mantenimiento y conservación de aquellos atributos que son los que realmente atraen al turismo”<sup>12</sup>.

“Cierta predicción de futuro sostiene que un destino turístico experimenta un ciclo vital similar al de cualquier otro producto y que a la larga entrara en declive o etapa de destrucción”<sup>13</sup>, es por esto que se debe controlar el producto, que durante la etapa de crecimiento se construyan los cimientos de la infraestructura que sostendrá las exigencias futuras de la industria, en algunos casos para lograr que durante la etapa de madurez el turismo sea constante es necesario limitar el número de visitantes a dimensiones que soporte la infraestructura.

El desarrollo del turismo de las zonas debe saber manejar una relación entre la maximización de ingresos y la conservación del lugar y bienestar de los habitantes, no se puede dejar llevar por el ánimo de ganar dinero y que esto afecte el turismo a futuro.

¿Qué impacto puede tener sobre un destino turístico el gestionar bien o no su producto?

---

<sup>12</sup>Ibid. P 469-470.

<sup>13</sup> Ibid. 470.

“los destinos turísticos que no gestionan bien su producto pueden tener una vida corta, pero los que construyan una infraestructura sólida pueden hacer crecer su volumen de negocios, pasando de ser un producto estacional a uno continuo o aumentando la base geográfica de su producto”<sup>14</sup>.

El turismo sostenible anticipa y previene las dificultades que pueden surgir cuando se sobrepasa la capacidad de la zona, esto se lleva a la práctica a través de una evaluación de impacto ambiental.

¿Qué aspecto importante deberán tener en cuenta los planificadores de turismo al hacer dicha planificación?

“Los planificadores de turismo deben tener en cuenta la capacidad medioambiental que tiene una zona para soportar el impacto de los residentes, no solo turistas. Sin tal planificación una zona puede llegar a alcanzar un deterioro que haga que los turistas la eviten”<sup>15</sup>.

Existen tres principios generales del turismo: precio, comodidad y oportunidad. Para atraer visitantes todo destino debe responder a estos principios, los turistas comparan el costo con los beneficios que obtienen como se hace con cualquier otro tipo de producto, al igual que otros factores como lo son el empleo de tiempo, esfuerzo y recursos combinados con aprendizaje, experiencia, entretenimiento, descanso y recuerdos que van a conseguir.

Los acontecimientos especiales se utilizan cada vez más como elemento fundamental para la atracción de turistas, algunas ciudades pequeñas y pueblos instauran festivales o fomentan los existentes para consolidar su identidad como destino turístico.

Las inversiones en el sector turismo van desde presupuestos bajos como festivales o acontecimientos locales a inversiones multimillonarias para la construcción de vías, aeropuertos, etc. Con esto se intenta que el turismo forme parte importante de la revitalización de las zonas.

---

<sup>14</sup> Ibid. 470.

<sup>15</sup> Ibid. 470.



“En las economías más centralizadas, los gobiernos controlan, planifican y dirigen el desarrollo turístico”<sup>16</sup>. El turismo sirve para lograr objetivos de gobierno ya que hace que ingresen divisas fuertes para el comercio y el desarrollo. La expansión del turismo está ligada en gran parte a las inversiones públicas que deben estar apoyadas por la inversión privada y mecanismos de mercado con el fin de responder a las necesidades y deseos de los consumidores que cambian constantemente.

El sector Público actúa en el turismo en los siguientes aspectos:

- Subsidios
- Créditos
- Exoneraciones Fiscales
- Ayuda administrativa en general

Y el sector privado en estos:

- Formulación y ejecución de proyectos
- Establecimiento de empresas de viajes y turismo, alojamiento y transporte.
- Campañas de promoción y publicidad
- Elaboración de paquetes turísticos tanto al nivel de mayoristas como de minoristas.

Y debe existir una participación conjunta de los sectores en:

- Formulación de planes integrales de desarrollo y mercadeo turístico
- Establecimiento de agencias de información turística
- Creación de asociaciones turísticas tales como cámaras, corporaciones y organizaciones de cooperación integral para el desarrollo del turismo y formulación de políticas de operación turística a nivel regional, nacional e internacional.
- Educación y orientación de la comunidad en materia de trato hacia los visitantes, conservación y protección del patrimonio turístico.

---

<sup>16</sup> Ibid. 473.

## 5.2. Planificación

“La planeación define lo que pretende realizar la organización en el futuro y como debe realizarlo. Chiavenato I. afirma que: “la planeación es la toma anticipada de decisiones. Se trata de decidir ahora, antes que ocurra la acción necesaria”.<sup>17</sup> Por esta razón la planeación es la primera función administrativa y se encarga de definir los objetivos para el futuro desempeño y decide los recursos y tareas para alcanzarlos de manera adecuada.<sup>18</sup>”

La planeación define el donde, el cuándo y el cómo y de qué manera y en que secuencia se debe realizar, es un modelo teórico para una acción futura.

La planeación se puede definir en varios tipos:

- Según el tiempo pueden ser de largo plazo que son de 5 años en adelante, mediano plazo que son los planes de mercadeo que van de uno a dos años y los de corto plazo que van hasta máximo un año.
- Según el nivel organizacional, cada nivel debe formular su respectivo plan tanto el institucional, el intermedio y el operacional.

Es importante con cada destino turístico realizar una planificación, observando y reconociendo sus oportunidades y las amenazas que se pueden ver en su entorno, al igual que los puntos fuertes y débiles que este tiene.

Este proceso de planificación necesita, de un análisis de situación que abarca el nivel externo y el interno. En el primero se debe realizar un análisis del mercado, de la competencia, del sector y del entorno. El interno hace referencia a los recursos del destino y de los agentes públicos y privados implicados en el destino. Con el análisis externo e identifican oportunidades y amenazas y con el interno los puntos fuertes y débiles del destino.

---

<sup>17</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Op. Cit P217.

<sup>18</sup> SIERRA ANAYA, Germán; REY MORENO, Manuel. INTRODUCCIÓN AL MERCADEO TURÍSTICO. Cartagena de Indias: Editorial Universitaria, 2006. P.213.

Para complementar esto, se debe diagnosticar la situación de los productos que hacen parte del destino teniendo como base su potencial de crecimiento y posición competitiva.

De igual forma es importante identificar los recursos con los que cuenta el destino, ya que estos son de vital importancia para el desarrollo turístico. Cabe resaltar que cuando se habla de recursos, no solo se refiere a los naturales, sino también a los culturales y a la infraestructura.

“Para realizar un análisis de los recursos es conveniente reflexionar a nivel general sobre las siguientes cuestiones: ¿qué podrían ver los visitantes en este destino que fuera de interés?, ¿cuáles son los diferentes tipos de atracciones que podrían visitar?, ¿qué tipos de servicios se requeriría?, ¿qué actividades podrían realizar durante su estancia?, ¿qué tipo de alojamiento está disponible?”<sup>19</sup>.

Considerando la concentración de los recursos en los lugares de interés turístico se puede identificar el tipo de turismo que se va a promover.

---

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Análisis Del Negocio**

En el análisis del negocio se examinan el mercado turístico, la competencia, el sector, las tendencias y sus implicaciones para el destino y/o las unidades de negocio que de manera directa o indirecta están relacionadas con la provisión de productos y servicios que facilitan la experiencia.

### **6.2. Mercado Meta**

Se debe determinar el turista objetivo al igual que el tamaño del mercado, potencial de crecimiento y evolución de la demanda, los segmentos de mercado, las necesidades y deseos del turista.

### **6.3. Competencia**

Se identifican los competidores actuales y potenciales, que incluye el análisis de los objetivos, volumen de turistas y gasto de los turistas, satisfacción de los turistas, canales de distribución y otros.

### **6.4. Problemas y oportunidades**

“Se analizan los factores no controlables por el destino que impulsan o limitan su desarrollo”<sup>20</sup>. Estos factores se dividen en varias categorías que son político-legales, económicos, sociológicos, culturales y tecnológicos. De aquí se deducen las condiciones en las que debe actuar el destino, tanto en sentido negativo, que pueden amenazar su desarrollo como de poder ser fuente de oportunidades.

### **6.5. Objetivos de Mercado**

Se plantean los objetivos a los que se quiere lograr con la implementación del plan de mercadeo, los cuales deben ser medibles en el mediano o largo plazo.

### **6.6. Mercado Meta del Plan**

---

<sup>20</sup> Ibid. 310

Luego de un análisis de los gustos y preferencias de los turistas entrevistados se define cual es el mercado meta al que va dirigido el plan.

### **6.7. Objetivos de Ventas**

Se define luego del análisis lo que quiere lograr el plan en el tema de utilidades, las cifras que espera ganar.

### **6.8. Acciones**

Se describen las acciones que se van a hacer durante el desarrollo del plan, el calendario en el que se harán y el costo que tienen.

### **6.9. Costo del plan y utilidad**

Luego de sumar el costo de las acciones obtenemos el costo del plan del cual obtenemos la utilidad comparándolo con los objetivos de ventas.

## **7. ANÁLISIS DEL NEGOCIO**

### **7.1. Generalidades del producto**

Sucre ofrece destinos turísticos con una riqueza paisajista envidiable, asociados a una exquisita carta gastronómica que permite al visitante hacer de su estancia una verdadera aventura turística plena de placeres y disfrutar de ríos, sol y playas, en toda la zona costera de Morrosquillo; de cálidas ciénagas y caños en la Mojana y el San Jorge; de la fastuosidad de la vegetación de los Montes de María y de la riqueza de los pastizales para la actividad ganadera, todo enmarcado con la singular personalidad y el cálido trato humano de su gente.

#### **7.1.1. Golfo de Morrosquillo.**

Área geográfica enmarcada entre el valle de la Sierra Flor y el Mar Caribe, con una zona insular. Posee vestigios de la raza Zenú (Finzenúes). Existen en los cuatro municipios que la conforman una multiplicidad de eventos destacados cuenta con la belleza de sus paisajes producto de su vegetación y las playas del Golfo de Morrosquillo, donde se convoca el Turismo Nacional en diversas épocas del año, destacándose sitios turísticos como Coveñas, Tolú, El Francés, la Boca de la Ciénaga y el Archipiélago de San Bernardo ideales para deportes náuticos. El municipio con más proyección de esta subregión es Santiago de Tolú, capital del golfo, eje comercial y turístico. Paz, tranquilidad, seguridad y múltiples lugares a conocer, son las mejores propuestas que ofrecen las playas de Plata de Colombia. Tolú es la puerta principal del Golfo de Morrosquillo; lugar ideal para quienes gustan de deliciosos frutos del mar. Tiene una altura sobre el nivel del mar de 2 metros, una temperatura media de 28°C, una extensión de 32.030 hectáreas y 32.000 habitantes. Posee playas sombradas por majestuosos cocoteros y un mar cálido y cristalino.

La Villa de Santiago de Tolú es uno de los centros urbanos más antiguos de Colombia. Su descubrimiento data de 1535 y fue fundado por Don Alonso de Heredia, hermano mayor y teniente gobernador del adelantado Don Pedro de Heredia, fundador de Cartagena. Fue conocida como centro de brujas y espantos y puerta de entrada del diablo a Colombia. Cuenta con innumerables mitos y leyendas. Posee una buena red vial. El balneario de Coveñas se encuentra al sur, en los límites del Departamento de Córdoba. Sus aguas cálidas, tranquilas y poco profundas le brindan seguridad a propios y visitantes.

Cuenta con una moderna infraestructura hotelera. Las cabañas particulares y de alquiler son características. Coveñas, sin duda, ofrece una de las más hermosas y seguras playas de Colombia para quienes gustan disfrutar paisajes encantadores y plácidos, donde pescar y degustar ostras y camarones. Para los amantes del ecoturismo, el sitio ideal es la Ciénaga La Caimanera, ubicada en la misma vía a Coveñas, en el punto conocido como la Boca de la Ciénaga. A 5 kms. Al norte de Santiago de Tolú, hay un sitio ideal para quienes desean alejarse del mundanal ruido y encontrarse con la paz de la naturaleza: las amplias playas del francés, las cuales se caracterizan por su blanca y abundante arena. Un poco más adelante encontramos la Boca de la Alegría y la Boca de Guacamaya.

En la parte posterior de las Playas del Francés, se encuentra la maravillosa Ciénaga de la leche y abundantes manglares con gran variedad de fauna que aún se encuentra en su hábitat natural (Tigres, serpientes, venados y micos) y en todo su centro la isla del Muerto. A una hora de Tolú en lancha, encontramos el bello archipiélago de San Bernardo, de formación coralina, poseedora de una singular belleza primitiva. Está conformado por las Islas de Boquerón, Maravilla o de los Pájaros, Mangle, Ceycen, Múcura, el Islote, Titilan, Ahogada La Boquilla, muchas de ellas enmarcadas por frondosos manglares que dejan caer sus largas y explayadas barbas.

**Islote:** Está reconocida como la isla más densamente poblada del mundo. Es un típico caserío de pescadores construido sobre caracoles y corales.

**Titilan:** Con cientos de manglares y exuberante vegetación. Lugar especial para el buceo, la pesca y saborear deliciosas comidas de mar.

**Mangle:** Es la tierra de las arenas movedizas.

**Maravilla:** Refugio de gaviotas, golondrinas y alcatraces.

**Palma:** Con su extraordinario complejo turístico y acuarios.

**Múcura:** Sitio donde los nativos tienen sus cultivos de langostas, y se disfruta de las tibias aguas cristalinas.

**Ceycén:** Rodeada por un mundo submarino de cuevas y arrecifes coralinos, espléndido para el deporte acuático y submarino.

### **7.1.2. Sincelejo**

Sincelejo, capital del departamento, reconocida internacionalmente por sus fiestas de Corralejas del 20 de Enero.

Sincelejo; antiguo asentamiento indígena, equidistante de los ríos Magdalena, San Jorge, Cauca y Sinú, sobre la colina de la Sierra Flor en las últimas estribaciones de la Serranía de San Jerónimo, donde empalma con las hermosas sabanas de Corozal, limitada por los municipios de Palmito, Tolviejo, Morroa, Corozal y Sampués, la bañan numerosas quebradas con más de un centenar de barrios e igual número de corregimientos y caseríos. Llamada comúnmente reina y señora de la sabana y capital cebuista de Colombia, por ser el centro vial, comercial, ganadero y agrícola por excelencia.

El sincelejano es hospitalario, cordial, extrovertido, sincero, alegre, festivo, parrandero y poseedor de una gran riqueza folclórica. Como tal, nuestra querida ciudad se abre de par en par para recibir a todos los participantes, a todos los colombianos y sabaneros en cada una de sus festividades.

### **7.1.3. Morroa**

Está situado a 10 Kms de Sincelejo. Los primeros habitantes de este municipio, antes de la llegada de los conquistadores, vivían de la agricultura, los tejidos, las cerámicas y la caza.

Las famosas Hamacas Morroanas, los bolsos tejidos y hasta los zapatos elaborados en el mismo material tienen gran acogida y sus artesanos, organizados en diferentes cooperativas, exportan a Norteamérica y Europa sus productos. Sitio ideal para quienes desean hacer compras y llevar un recuerdo de su visita a tan bello lugar.

## **7.2. Ventajas sobre la competencia**

Sucre como destino turístico posee ventajas sobre sus competidores directos, ya que Sucre a diferencia de los demás destinos es un lugar propicio para descansar, ya que se encuentra alejado del bullicio y las multitudes. Muchas personas prefieren relajarse y compartir en familia durante la temporada de vacaciones, Sucre es el lugar ideal para este propósito.



Sucre posee una infraestructura hotelera moderna y con cabañas para alquiler dotadas con todo lo necesario para fomentar el ambiente familiar

De igual forma Sucre brinda la opción de divertirse ya que el golfo del Morrosquillo cuenta con sitios nocturnos y restaurantes, además con múltiples planes como paseos en lancha, canoa y bici taxi, se puede practicar buceo y natación con careta. Se tiene la posibilidad de visitar los pueblos aledaños y comprar encantadoras artesanías hechas por los habitantes de la región.

Para los interesados en conocer la cultura del departamento existe Sincelejo donde se realizan las fiestas de corralejas realizadas en el mes de enero acompañadas de todo el folclor y la alegría de la gente sincelajana, se realizan desfiles, fiestas y bailes en las principales discotecas de la ciudad y se puede disfrutar de la deliciosa comida del departamento en los múltiples restaurantes de Sincelejo.

Sucre posee playas, islas, ciénagas, bahías, manglares arena blanca, corralejas, artesanías, gastronomía, sol y luna, todo esto enmarcado en un paraíso indescriptible. Se puede disfrutar de numerosos planes y paisajes todos a un precio asequible.

Las ventajas de Sucre como destino turístico las podemos dividir y sintetizar así:

### **7.2.1. Ventajas Comparativas**

- Atractivos naturales: ciénagas estuarinas, ecosistemas manglaricos, bosques secos, cavernas en roca natural, lagunas, sabanas, caídas de agua y piscinas naturales, islas y arrecifes coralinos
- Una enorme biodiversidad.
- Potencialidad para diseñar paquetes turísticos basados en naturaleza virgen y exotismo.
- Extensa longitud de las playas, con bajo nivel de intervención (vírgenes)
- Tranquilidad y temperatura cálida del mar durante todo el año.

- Costas con balnearios donde el bañista puede internarse hasta 250 mts. con gran seguridad.
- Poca presencia de fenómenos atmosféricos adversos (huracanes, mares de leva).
- Oferta patrimonial y cultural que enriquece el contexto turístico del Caribe colombiano.
- Gente amable con el turista (vocación turística).
- Oferta cultural apetecida (artesanal, gastronómica, ferias y fiestas).
- Corta distancia de otros destinos turísticos del Caribe.
- El destino satisface las principales motivaciones de viaje según entrevistas realizadas (sol y playa, cambio de clima, ir a la piscina, realizar ecoturismo, participar en las ferias y fiestas de las diferentes regiones del país).

### **7.2.2. Ventajas Competitivas**

- Costos acordes con la oferta de servicios.
- Altos niveles de satisfacción de los visitantes del Caribe colombiano.
- Formación técnica en guianza e información turística.
- Escuela de gastronomía del Caribe del sena.

- Disponibilidad de productos artesanales competitivos.
- Presencia de gremios y asociaciones de prestadores de servicios turísticos, microempresarios y redes de artesanos.
- Visión público – privada compartida acerca de la importancia estratégica que representa el turismo como motor del desarrollo económico y social del departamento.
- Política de competitividad, mercadeo y promoción turística.

### **7.3. Requerimientos del departamento para competir en el mercado**

#### **7.3.1. Innovación y desarrollo**

- Transferencia de tecnología.
- Certificación de la calidad turística.
- Mejoramiento en del producto artesanal en productividad y competitividad.
- Montaje de una fábrica de materia prima para artesanos de la hamaca.
- Certificación de la calidad artesanal.

#### **7.3.1. Infraestructura, conectividad y equipamiento**

- Mejoramiento red vial primaria, secundaria y terciaria.
- Carretera troncal del caribe turbo – cartagena.
- Doble calzada corozal – sincelejo – tolú – coveñas.
- Interconexión férrea entre subregiones mojana y morrosquillo.

- Muelles y marinas turísticas.
- Mejoramiento aeropuertos tolú y corozal.
- Optimización acueducto, alcantarillado, aseo, alumbrado público, gas, telefonía e internet.
- Mejoramiento y construcción de nueva infraestructura hotelera.
- Parques temáticos ecoturísticos.
  - Paseo peatonal marítimo del Golfo de Morrosquillo.
- Parques y zonas verdes.
- Centros históricos de Sincelejo.
- Centro artesanal en Morroa.
- Generación y conservación de playas del Golfo de Morrosquillo.

### **7.3.3. Sostenibilidad ambiental**

- Declaratoria de zonas protegidas a recursos naturales.
- Arrecifes coralinos en el golfo de morrosquillo.
- Vedas y controles a la pesca de arrastre.
- Negar permisos para cargue de carbón en el golfo de morrosquillo.

### **7.3.4. Formacion del recurso humano.**

- Capacitación por competencias en todos los niveles de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

- Seminarios, diplomados temáticos y carreras tecnológicas relacionadas con turismo.
- Bilingüismo.
- Escuela gastronómica del SENA en golfo de morrosquillo.

#### 7.3.5. Internacionalización.

- Estructuración de un producto eco-etnoturístico para el departamento de Sucre, complemento del sol, playa y clima, fortalecido con artesanías.
  - Plan estratégico de promoción del destinturístico y sus artesanías en la cuenca del gran caribe.
  - Imagen de marca del destino, microdestinos y artesanías.

#### 7.3.6. Desarrollo institucional.

- Consejo departamental de turismo de sucre.
- Planes de desarrollo turístico y artesanal de sucre.
- Fortalecimiento de la institucionalidad turística, artesanal y ambiental.
- Entidad de gestión del turismo para el caribe colombiano.
- Gremialidad y conciencia empresarial.
- Cifras estadísticas para la toma de decisiones acertadas.
- Fortalecimiento de la capacidad empresarial de los artesanos.

## **7.4. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

A continuación se describirá la infraestructura básica con que cuentan los habitantes del Municipio de Santiago de Tolú.

### **7.4.1. Vías de acceso**

Aunque el servicio de transporte aéreo se presta deficientemente los aeropuertos de Los Garzones de Montería y Las Brujas de Corozal son los primeros puertos a tener en cuenta.

En cuanto el transporte terrestre y teniendo en cuenta que la mayoría de los turistas de la región provienen de Antioquia, Tolú se encuentra a cuatrocientos kilómetros de Medellín por la carretera troncal de occidente. Existen alternativas por la carretera que parte en Planeta Rica y que atraviesa Montería, Cereté, Lórica y Coveñas. Desde Cartagena se accede por la vía de María la baja, Sincerín y San Onofre. Estas rutas están cubiertas por las empresas de transporte regional y nacional, lo que hace fácil el acceso durante todo el año.

Por último el transporte marítimo hacia las Islas de San Bernardo es prestado por los clubes náuticos y nativos propietarios de embarcaciones.

### **7.4.2. Servicio de Transporte**

El transporte terrestre de pasajeros en Tolú se efectúa a través de camperos, camionetas, camiones, buses, busetas y taxis. La comunicación intermunicipal entre las ciudades de Cartagena, Barranquilla, Santa Marta, Sincelejo, Montería, Medellín, Bucaramanga y Bogotá se realiza mediante el servicio de buses y busetas pullman, thermoking de propiedad de las empresas Rápido Ochoa, Brasilia y Unitransco.

La comunicación entre las cabeceras municipales de la subregión y los corregimientos y veredas, se realiza a través de camiones, camperos y camionetas. En Tolú el servicio de transporte es atendido por cinco cooperativas que despachan sus camionetas y busetas con intervalos de quince minutos, cubriendo las rutas de Tolú, Coveñas, San Antero, Lórica, Tolú viejo, Sincelejo, Las Pitas, Pasacorriendo y San Onofre.

## **7.5. MERCADO META**

### **7.5.1 Perfil de los consumidores**

Los consumidores que visitan los sitios turísticos del departamento son aquellos que prefieren el turismo de sol y playa, que buscan en sus vacaciones el descanso y la relajación.

Cada vez son más los que prefieren playas paradisíacas, dejando en un segundo plano las zonas más masificadas. Actualmente, el abanico de posibilidades es tan amplio, que es posible elegir desde playas de gran afluencia de personas hasta playas casi desiertas.

Los turistas buscan al visitar las playas del Golfo de Morrosquillo el descanso y la recreación alejados de las grandes ciudades, los visitantes del Golfo son personas que les gusta disfrutar de un ambiente calmado por esto buscan un lugar donde puedan compartir con su familia alejados del bullicio y la multitud que se puede encontrar en las playas de ciudades más grandes.

La gran mayoría de las personas que visitan las playas de Sucre son las personas provenientes del departamento de Antioquia, Córdoba y otras zonas del departamento de Sucre, una parte importante de estos visitantes tienen casas propias para el descanso frente al mar, lo que hace que visiten muy frecuentemente el lugar, en caso de no hacerlo arriendan sus casa o la prestan a amigos o conocidos.

Las personas amantes de la cultura tradicional de la Costa Caribe, su música, su folclor, sus tradiciones, pueden encontrar en las fiestas del 20 de enero en Sincelejo todo lo que buscan, ya que en estas festividades se reúnen varios factores que las hacen únicas y los visitantes que llegan a disfrutar las fiestas llegan motivados para disfrutar de este ambiente festivo, de las tradicionales corralejas, desfiles, cabalgata, bailes y conciertos.

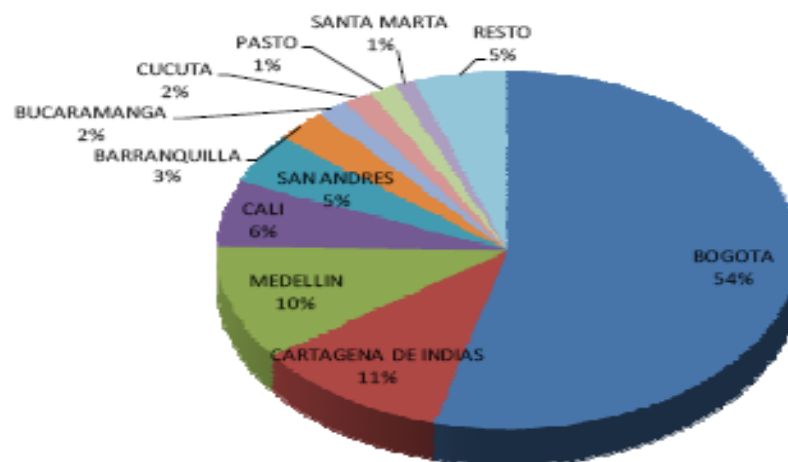
Los amantes de la artesanía encuentran a pocos minutos de Sincelejo un centro artesanal en el pueblo de Morroa en donde se encuentran las más bellas

artesanías de la región; sombreros, hamacas entre otros es lo que pueden encontrar los visitantes que busquen artesanías típicas de la sabana.

Existe también un gran número de población considerada como consumidores potenciales en ciudades como Bogotá y Barranquilla.

## 7.6. Participación

Gráfico ciudades más visitadas cada año, medido por el porcentaje de turistas nacionales que viajan.



Tomado de [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)

Basado en este gráfico nos podemos dar cuenta que el departamento de Sucre debido a que el nivel de visitantes es tan bajo no figura en las estadísticas del ministerio de comercio, hace parte del resto de ciudades con bajo nivel de visitantes con un 5%.

## 7.7. Competencia

### 7.7.1. Cartagena



Cartagena de Indias declarada patrimonio histórico y cultural de la humanidad por la Unesco reúne todas las características de un paraíso para aquellas personas que deseen disfrutar del Caribe. Cuenta con una excelente infraestructura hotelera. Cartagena combina su arquitectura colonial española con sus maravillosas playas e islas. Además cuenta con múltiples sitios nocturnos en sus bellas plazas.

Posee tanto sitios históricos como turísticos para disfrutar del sol y de la playa, es una ciudad tanto para el turismo nacional como el internacional, sus gran número de sitios de interés hacen de esta ciudad una de las mejores alternativas para el turismo en el Caribe.

Cartagena es la ciudad líder en oferta turística en Colombia, es el foco de las agencias turísticas del país y de las internacionales.

La oferta turística en esta ciudad ofrece a los visitantes una gran variedad de tarifas, hoteles y planes en general que van desde \$ 1607000 durante 4 días y 5 noches con alimentación todo incluido en hotel de 3 estrellas, vía aerorepublica, incluyendo igualmente actividades que brinda el destino como playa, cultural/histórico, deportes, aventura. Hasta \$ 4812000 en una gran variedad de hoteles 5 estrellas, solo incluyendo desayunos, vía aerorepublica, y las mismas actividades.

Al igual que ofrece gran variedad de hoteles de lujo cuyas tarifas superan los 5 millones.

Estos precios corresponden a temporada alta (Semana Santa, Jun-Jul, Dic.-Ene)

### **7.7.2. Santa Marta**

La ciudad de Santa Marta es la ciudad más antigua de Colombia, se encuentra ubicada en una preciosa bahía y al pie del macizo de La Sierra Nevada de Santa Marta, se encuentra gran variedad de flora y fauna donde habitaron los Tayronas.

En Santa Marta se encuentra la ciudad perdida, una de las ciudades prehispánicas más grandes del continente americano.

Es una ciudad que cuenta con diversos atractivos turísticos como la playa del Rodadero que se encuentra a 10 minutos de Santa Marta y es donde están ubicados la mayoría de los hoteles la mayoría ubicados frente al mar.

Las playas y la biodiversidad de Santa Marta atraen a turistas de todo el mundo.

En Santa Marta lo más económico que se puede encontrar es de \$ 1288000 hotel 3 estrellas, duración 4 días y 3 noches, incluyendo solo desayunos y city tour, lo más costoso tiene una tarifa de \$ 3685000, hotel 5 estrellas, duración 4 días y 5 noches, solo desayunos y city tour.

### **7.7.3. San Andrés y Providencia**

La isla de San Andrés y Providencia se encuentra ubicada a 700 kilómetros de la costa continental colombiana, se encuentra rodeada por extensas playas donde la mayor parte del tiempo se practica deportes acuáticos.

Su mar es caracterizado por su color turquesa y sus amplias playas blancas en las que se puede caminar tranquilamente, El archipiélago cuenta con gran vida nocturna, algunos hoteles poseen sus propias discotecas y bares.

La oferta turística de este destino va desde turismo de sol y plata hasta ecoturismo y etnoturismo.

Entre sitios turísticos más importantes se encuentran: la plata de Spratt Bight, el Hoyo Soplador, la Cueva de Morgan, La laguna Big Pond entre otros.

Para la isla de San Andrés los palanes van desde 969.000 en hotel 3 estrellas con alimentación incluida vía aerorepublica durante 4 días y 3 noches con entrada a las atracciones que ofrece la isla, y van hasta \$ 1 536000 5 días y 4 noches, hotel 5 estrellas, desayunos incluidos y atracciones.

## 8. PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

Hechos	Problema	Oportunidad
Sucre cumple con todas las condiciones naturales y culturales de destino turístico	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le falta infraestructura (servicios, carreteras, otros)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Es destino turístico diferente al resto de la costa atlántica</li> <li>3. Puede combinar diferentes modalidades turísticas</li> </ol>
El volumen de visitantes es mucho menor de lo que otros destino en la región logran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baja ocupación de la oferta hotelera</li> <li>2. Pocas inversiones y proyectos públicos</li> <li>3. Escasa actividad económica en el sector</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Más comodidad y tranquilidad para el turista</li> <li>2. Poco deterioro de los atractivos naturales</li> </ol>
La industria turística en Sucre es muy reciente, apenas está en su proceso de formación e intenta buscar un lugar en el mercado nacional.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existen destinos ya consolidados como potencias a nivel nacional, sería difícil entrar a competir con ellos.</li> <li>2. Por ser una industria creciente, aparecen constantemente problemas de varios tipos (infraestructura, personal capacitado)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se puede hacer de esta una gran industria y un gran negocio, ya que como no hay nada hecho, existen muchas posibilidades de hacer cosas.</li> </ol>

<p>El sector turístico en el departamento cuenta con diferentes facetas, Turismo religioso, agro turismo, acuaturismo siendo el de mayor fortaleza el turismo de sol y playa y el Cultural.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No existe la suficiente inversión para promocionar todos los tipos de turismo que se dan, por los que se promocionan los de mayor fortaleza.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Existe una gran diversidad de sitios y costumbres culturales por dar a conocer.</li> </ol>
<p>En Sucre el sector turismo se reconoce por su escasa capacidad para organizarse como gremio y poca visión para vender y mercadear los destinos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Resta competitividad a nivel nacional.</li> <li>2. Inversionistas al ver poca organización, desisten de realizar inversiones.</li> <li>3. Poco conocimiento de los destinos.</li> </ol>	

## 9. OBJETIVOS DE MERCADEO

- Desarrollar turísticamente el departamento de Sucre, consolidándolo como una alternativa real en el contexto del Caribe, enfocado hacia turismo de grado superior, diferenciado y especializado.
- Darle un valor agregado a los productos turísticos basados en la oferta: ambiental y de naturaleza; étnica y artesanal; y de sol playa y clima, que los sitios de interés turístico aumenten el nivel de visitantes en un 40%.
- Lograr mantener niveles promedio de permanencia de más de 5 días.

- Tener niveles de ocupación cercanos al 40% en temporada baja y al 100% en alta.

## **10. MERCADO META DEL PLAN**

- El mercado actual, las regiones de Antioquia, Córdoba y otras ciudades y pueblos de la costa Caribe en su mayoría.
- El mercado potencial que existe en ciudades como Bogotá y Barranquilla.
- Los dueños de casa y cabañas en el Golfo de Morrosquillo.

## **11. OBJETIVO DE VENTAS**

- Aumentar el número de visitantes al Departamento de 50.000 visitantes en promedio por año a 75.000 turistas. es decir un un aumento de 25.000 turistas por año.
- Aumentar el nivel de gasto del turista por día en servicios varios y compras, se quiere lograr que el visitante gaste en el departamento en diferentes servicios un promedio de \$200.000 diarios los cuales la mitad \$100.000 sean de utilidad para el plan y el resto para los prestadores de servicios.
- Cada visitante permanezca en promedio 5 días en el destino.

En un año 25.000 nuevos visitantes en el año, cada uno gastando \$ 100.000 día cada uno permaneciendo en el destino 5 días, genera unos ingresos anuales de 12.500 millones.

## **12. ACCIONES**

- Asistencia a eventos como la Vitrina turística de ANATO y la Feria de las colonias (Corferias) realizadas en el primer semestre del 2010. Esta acción es financiada por la gobernación de Sucre.

- Campaña de televisión en los canales Tele Antioquia, Tele Caribe y CityTv durante cuatro meses previos a la temporada vacacional de fin de año y a las fiestas de enero, en estos canales ya que son los canales locales de las ciudades o zonas donde esta nuestro mercado meta.

Valor Minuto:

CityTv: 5.000.000 por pauta diaria x 30 días de pauta repartidos en 4 meses da un total de \$150.000.000

TeleAntioquia: 2.000.000 por pauta diaria x 20 días de pauta repartidos en 4 meses da un total de \$40.000.000

TeleCaribe: 2.000.000 por pauta diaria x 20 días de pauta repartidos en 4 meses da un total de \$40.000.000

Costo total \$230.000.000

- Campaña de promoción en Radio promoviendo en diferentes partes del país la visita a nuestras playas y lugares de interés, durante los 4 meses anteriores a la temporada. Costo \$100.000.000
- Promoción en revistas especializadas en Turismo, durante todo el año. Costo \$55.000.000
- Promoción a través de páginas Web (Publicidad en medio Web) especializadas durante los 4 meses antes a la temporada. Costo \$ 40.000.000
- Durante el año se apoyaran económicamente distintos eventos locales (Sincelejo) y departamentales en materia de promoción. Presupuesto del plan para este tipo de proyectos es de 70 millones.
- Invitar personajes distinguidos con gran influencia a nivel nacional que representen algún medio con el fin de familiarizarlos con la región para que den promoción en los medios a los que representen, ya sea radio, televisión, prensas etc. Costo \$30.000.000

- Buscar alianzas entre los miembros del sector (hoteleros, restaurantes.etc) para crear formas de vender el producto.
- Crear logotipo y slogan que identifique a Sucre como destino turístico a nivel nacional e internacional. Costo \$ 10.000.000
- Realizar fiestas en algunas de las principales ciudades del país como Bogotá, Medellín y Barranquillas para hacer un lanzamiento de las fiestas del 20 de enero, con el fin de darlas a conocer en el territorio nacional, estas fiestas se relajarían en el mes de diciembre. este tipo de eventos son financiados casi en su totalidad por el ministerio de cultura que apoya este tipo de iniciativas. costo \$30.000.000.

### 12.1. Costo del plan y utilidad

Acciones de Promoción	\$565.000.000
-----------------------	---------------

Se quiere lograr generar unos ingresos anuales \$12.500.000.000 después de implementar el plan y el plan tiene un costo total de \$665.000.000 lo que generaría una utilidad de \$11.935.000.000

### 13. RESTRICCIONES

Debido a restricciones de presupuesto y de seguridad, ya que en muchas zonas aun existe presencia de grupos al margen de la ley, no se puede realizar el plan a todo el departamento, por lo que se seleccionaron diversas zonas que consideramos poseen mayor potencial y seguridad.

No conocer con exactitud datos ya que son manejados de forma privada por diferentes entidades, como por ejemplo la gobernación de Sucre.

Faltas de antecedentes con respecto a campañas publicitarias relacionadas con el turismo en Sucre.

## 14. RECURSOS

Recurso	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Visitas a sitios turísticos	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Llamadas a larga distancia para entrevistas	6	\$ 3.000	\$ 18.000
Taxis para asistir a tutorías	60	\$ 5.000	\$ 300.000
Resma de papel	1	\$ 8.000	\$ 8.000
Almuerzos	10	\$ 7.000	\$ 70.000
Fotocopias de libros y revistas	250	\$ 50	\$ 12.500
Empastadas	1	\$ 2.500	\$ 2.500
Cartucho de tinta negra	1	\$ 35.000	\$ 35.000
Cartucho de tinta a color	1	\$ 45.000	\$ 45.000
<b>Total</b>			<b>\$ 891.000</b>



## 15. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

- Durante el desarrollo del trabajo se grado pudimos darnos cuenta la riqueza natural tan enorme que posee Sucre y el gran potencial turístico y cultural que tiene y la necesidad de ser explotado para beneficio de todo el departamento.
- Analizando los antecedentes del departamento nos damos cuenta que una de las causas de la baja actividad turística es la falta de infraestructura por esto, es necesario que el gobierno y/o el sector privado realicen y promuevan inversiones para el desarrollo de la misma que es indispensable para que Sucre se convierta en un destino turístico competitivo.
- El plan de mercadeo es una herramienta ideal para lograr atraer turismo al departamento ya que a través de él se puede dar a conocer el destino a nivel nacional y crear un interés en las personas a visitarlo.
- Durante el desarrollo del trabajo de grado tuvimos la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante todo el proceso de formación profesional, lo cual es indispensable para el desarrollo integral del estudiante.
- Esta actividad creo en nosotros un interés por investigar y un sentido pertenencia hacia nuestro departamento y nuestra cultura.
- Sucre es un departamento pobre y con alto nivel de desempleo, con el desarrollo del turismo vemos una oportunidad de desarrollo económico y de generación de empleos.
- Las campañas de publicidad realizadas no han sido eficientes para la promoción del turismo en el departamento.

- Sucre presenta muchas debilidades en comparación con otros destinos, por esta razón es necesario realizar acciones que hagan del departamento un destino fuerte frente a la competencia.

## **16. RECOMENDACIONES**

- Utilizar el turismo como herramienta para el desarrollo de zonas que tengan características para ser explotadas.
- Educar a la sociedad para crear una cultura turística que se adapte a las necesidades y gustos de los visitantes.
- Determinar en qué medida se puede explotar el potencial turístico del departamento de Sucre.
- Establecer en qué medida son viables las inversiones en infraestructura y si estas verdaderamente contribuyen al desarrollo turístico.
- Realizar un análisis para determinar si el plan de mercadeo ayuda a dar a conocer el departamento a nivel nacional.
- Determinar a qué se debe el bajo nivel de empleo del departamento y analizar si el turismo contribuye para acabar con esto.
- Analizar en que están fallando las campañas publicitarias de promoción del turismo en Sucre.

## 17. BIBLIOGRAFÍA

- <http://gobersucre.gov.co>
- [http://www.eluniversal.com.co/noticias/20080903/sin\\_loc\\_gobierno\\_nacional\\_respalda\\_la\\_escuela\\_ga.htm](http://www.eluniversal.com.co/noticias/20080903/sin_loc_gobierno_nacional_respalda_la_escuela_ga.htm)
- CASTILLO, Gerardo. Desarrollo e importancia del turismo en Colombia, Universidad Nacional de Colombia Bogotá. 1992.
- FERNANDEZ Fuster, Lius. Teoría y Técnica del Turismo, Madrid Editora Nacional. "V. (Mundo científico: Serie turismo).
- OLGIVIE. Revista económica N°205. Ottawa, Canada. 1996.
- NORWAI. Revista turística. Vol 23. San Cristóbal. Venezuela. 1990.
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Destino\\_tur%C3%ADstico](http://es.wikipedia.org/wiki/Destino_tur%C3%ADstico).
- KOTLER, Phillip; Bowen, John; MAKENS, Jamen; RUFIN MORENO, Ramón; REINA PAZ, María Dolores. MARKETING PARA TURISMO, Tercera edición. PEARSON EDUCACIÓN, S.A., Madrid, 2004.
- SIERRA ANAYA, Germán; REY MORENO, Manuel. INTRODUCCIÓN AL MERCADEO TURÍSTICO. Cartagena de Indias: Editorial Universitaria, 2006.
- BIGNÉ ALCAÑIZ, Enrique; FONT AULET, Xavier; ANDREU SIMÓ, Luisa. MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS: ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO. ESIC editorial, Madrid 2000.

## 18. ANEXOS

### Entrevista 1

Ana Margarita Arboleda – 35 años.

- ¿Cuándo decide viajar porque lo hace, que lo impulsa a hacerlo? Conocer cosas nuevas, cambiar de ambiente y salir de la rutina diaria.
- ¿Con quienes viaja, lo hace solo o con cuantas personas lo hace? Con mi familia o amigos.
- ¿Cuál es el viaje que más recuerda? ¿cuéntenos de su buena experiencia? Recuerdo mucho un viaje a Venezuela a Isla Margarita porque nos reunimos toda la familia que no nos veíamos ni compartíamos hace mucho tiempo y pasamos una semana deliciosa compartiendo en familia, este viaje me trae muy buenos recuerdos, además el lugar el hotel hizo todo propicio unas vacaciones espectaculares.
- ¿Ha tenido malas vacaciones? ¿con malos recuerdos? No creo que no, pues pequeños percances pero pues nada grave, una vez se me quedaron las maletas y estuve dos días sin mis cosas pero pues eso no afectó mis vacaciones.
- ¿Por qué prefiere el turismo de sol y playa? Prefiero el de sol y playa porque amo el mar, me relaja, descanso eso si busco playas siempre con poca gente porque no me gusta la multitud en el mar, además me encanta tomar el sol.
- ¿Qué le llama más la atención de los destinos turísticos de la costa atlántica? indiscutiblemente sus playas y la historia que envuelve a ciudades como Cartagena y Sta. Marta.
- ¿Le parecen costosos, o cree que paga el precio justo? Creo dos cosas en cuestión de planes turísticos, refiriéndome a Hotel, tiquetes etc. existen planes muy económicos que incluyen varios servicios importantes para disfrutar. pero ciudades como Cartagena me parecen extremadamente caras refiriéndome a restaurantes o para hacer compras.
- ¿Cómo es la calidad del servicio (Infraestructura, Alimentación, Recreación. etc.) en las ciudades que visita de la costa? Buena hay hoteles muy buenos que brindan muy buenos servicios de alimentación y en estas ciudades se come muy bien, y hay mucho que hacer o conocer en verdad creo que estas ciudades tienen una muy buena oferta turística.

- ¿Entre Sta. Marta, Cartagena y San Andrés, cuales ya ha visitado? ¿cuales prefiere? He visitado las tres y puedo decir que Cartagena me parece la más completa es una ciudad bellísima, aunque Sta. marta y san Andrés cuentan con unas playas hermosas, Cartagena es una ciudad en la que hay mucha más cosas que hacer.
- ¿Conoce Ud. las playas del golfo de Morrosquillo (Tolú, Coveñas)? Sí, claro.
- ¿Cuándo fue la última vez que fue? La ultima vez estuve en la semana santa de hace un año en el 2008.
- ¿Cómo conoció Ud. de este destino? Por mi familia y amigos.
- ¿Lo hace con mucha frecuencia? Pues si he ido varias veces y seguiría yendo.
- ¿Qué lo impulso? ¿Qué lo impulsa a hacerlo? la primera vez fui invitada a una cabaña por un familiar, las veces siguientes debido a la buena experiencia que tuve arme plan con un grupo de amigos de acá y alquilamos una cabaña, me impulsa el hecho de descansar y cambiar de ambiente.
- ¿Qué características encuentra en este destino frente al resto? Pienso que sus playas son espectaculares, limpias y tranquilas y pienso que el lugar es propicio para las personas que no le gusta la multitud porque se respira un tranquilidad en verdad el ambiente es tranquilo se descansa realmente alejado del bullicio.
- ¿Disfruto su estancia? Total, disfrute mucho.
- ¿Qué factores mejoraría? Pienso que de pronto los servicios públicos son un poco deficientes.
- ¿Cree que este destino se puede convertir en una potencia? claro si lo saben explotar y saben promocionar y resaltar sus características sí. me parece un destino diferente.
- ¿Cree que puede llegar a competir con destinos como Cartagena y Sta. Marta, en Calidad? pienso como lo dije anteriormente que es un destino diferente, no creo que alcance a competir con Sta. marta y Cartagena directamente, ya que estas son ciudades grandes y con una gran trayectoria y además ciudades que están en constante crecimiento, el golfo se diferencia por la belleza de las playas, las lindas cabañas y la tranquilidad, no es una ciudad como lo son estas dos.

Catalina Escobar – 40 años.

- ¿Cuándo decide viajar porque lo hace, que lo impulsa a hacerlo? Descansar en un lugar diferente alejado de los problemas.
- ¿Con quienes viaja, lo hace solo o con cuantas personas lo hace? Con mi pareja o familia.
- ¿Cuál es el viaje que más recuerda? ¿cuéntenos de su buena experiencia? Pues en verdad para mí un verdadero viaje es en qué verdad logro descansar por eso disfruto mucho las vacaciones en mi casa en Coveñas, siempre invito amigos, familia y comparto con ellos momentos agradables, en la playa, hacemos paseos a las islas.
- ¿Ha tenido malas vacaciones? ¿con malos recuerdos? No me gusta viajar mucho al extranjero cuando lo hago es por fuerza mayor, porque siempre me ha parecido muy complicado todo, no me gustan los viajes largos, entonces cuando viajo al exterior no lo disfruto mucho.
- ¿Por qué prefiere el turismo de sol y playa? Porque no hay nada mejor que un atardecer sentado en la playa, tomando algo su pareja, con la brisa, el sol, es una delicia.
- ¿Qué le llama más la atención de los destinos turísticos de la costa atlántica? Pues sin duda las playas, ah y además puede conocer una mucha gente nueva.
- ¿Le parecen costosos, o cree que paga el precio justo? Pues dependiendo de lo que se busque pero en general pienso que hay muy buenas tarifas.
- ¿Cómo es la calidad del servicio (Infraestructura, Alimentación, Recreación, etc.) en las ciudades que visita de la costa? Excelente en verdad nunca he tenido queja alguna.
- ¿Entre Sta. Marta, Cartagena y San Andrés, cuales ya ha visitado? ¿cuales prefiere? Pues a ver conozco las tres pero creo que no prefiero ninguna, de pronto Cartagena pero en alguna playa sin tanta gente más bien sola.
- ¿Conoce Ud. las playas del golfo de Morrosquillo (Tolú, Coveñas)? Si.
- ¿Cuándo fue la última vez que fue? Hace un mes más o menos.
- ¿Cómo conoció Ud. de este destino? Por mis padres que me llevaban desde muy chica.
- ¿Lo hace con mucha frecuencia? Si voy más de tres veces al año trato de ir mucho.
- ¿Qué lo impulso? ¿Qué lo impulsa a hacerlo? Pues las primeras veces repito fui por mis padres y desde muy pequeña he ido siempre, Hace como

diez años mi esposo compro una casa allá y varios amigos tienen casa y pues armamos plan a cada rato un puente, en vacaciones, además de acá de Medellín es muy fácil ir por carretera.

- ¿Qué características encuentra en este destino frente al resto? Pues hablando a nivel personal la comodidad que tengo de llegar a una casa propia, muy cómoda; y pues el mar tan delicioso.
- ¿Disfruta su estancia? Si disfruto mucho cada vez que voy.
- ¿Qué factores mejoraría? Servicios públicos, el servicio de agua por ejemplo es bastante malo.
- ¿Cree que este destino se puede convertir en una potencia? Pues pienso que tiene muchas oportunidades y características para hacerlo, pero pienso que si se convierte en una potencia, perdería su esencia ya que se llenaría mucho de gente, y lo que yo busco allá es tranquilidad.
- ¿Cree que puede llegar a competir con destinos como Cartagena y Sta. Marta, en Calidad? No pienso que estas ciudades ya están en otro nivel tendrían estas que estancarse y que coveñas empiece a crecer aceleradamente, en verdad lo dudo.

Inés Samudio – 45 años.

- ¿Cuando decide viajar porque lo hace, que lo impulsa a hacerlo? Compartir con mi familia en un ambiente diferente, divertirme, desconectarme del mundo por unos días.
- ¿Con quienes viaja, lo hace solo o con cuantas personas lo hace? Con mi familia.
- ¿Cuál es el viaje que más recuerda? ¿cuéntenos de su buena experiencia? Creo que todos los viajes son especiales, recuerdo mucho pequeña mis primeros viajes a la costa, a Cartagena, me encantaba el mar y la oportunidad de estar en el me emocionaba, era feliz.
- ¿Ha tenido malas vacaciones? ¿con malos recuerdos? Pues de pronto hoteles y restaurantes que no tienen la mejor atención.
- ¿Por qué prefiere el turismo de sol y playa? Porque como lo dije me encanta el mar desde niña y además a mi familia también y como vivimos acá siempre que tenemos la oportunidad vamos a tierra caliente por el mar y el sol.



- ¿Qué le llama más la atención de los destinos turísticos de la costa atlántica? El mar, las playas, la calidez y alegría de la gente.
- ¿Le parecen costosos, o cree que paga el precio justo? No, pienso que existen planes para todos los bolsillos desde planes muy económicos hasta costosos.
- ¿Cómo es la calidad del servicio (Infraestructura, Alimentación, Recreación. etc.) en las ciudades que visita de la costa? Buenos pero creo que pueden mejorar en varios aspectos de infraestructura, como vías por ejemplo.
- ¿Entre Sta. Marta, Cartagena y San Andrés, cuales ya ha visitado? ¿cuales prefiere? Pues no he visitado San Andrés y de las otras pienso que cada una tiene lo suyo Santa marta cuenta con el parque Tayrona que me parece un paraíso y Cartagena pues todo su centro histórico que es precioso no sabría escoger.
- ¿Conoce Ud. las playas del golfo de Morrosquillo (Tolú, Coveñas)? Sí, claro.
- ¿Cuándo fue la última vez que fue? Como hace dos o tres años atrás.
- ¿Cómo conoció Ud. de este destino? Por gente que ya lo había visitado, amigos.
- ¿Lo hace con mucha frecuencia? No con mucha en realidad he ido como tres veces me gusto mucho, pero hace dos años que no vuelvo de pronto porque desde Bogotá no es muy fácil llegar allá, ya que no hay vuelos directos y no me gusta viajar por carretera. diferente a Cartagena que es mas fácil.
- ¿Qué lo impulso? ¿Qué lo impulsa a hacerlo? Pues la primera vez me impulso el hecho de conocer algo que no conocía de lo cual tenía muy buenas referencias y lo volví a hacer porque me encantaron las playas y el ambiente.
- ¿Qué características encuentra en este destino frente al resto? Pienso primero que la estancia es muy económica en verdad es barato pasar varios días y además la belleza del lugar, la playa.
- ¿Disfruto su estancia? Si disfrute.
- ¿Qué factores mejoraría? Mejora de aeropuerto y vías de acceso.
- ¿Cree que este destino se puede convertir en una potencia? Pienso que necesitaría trabajar mucho, invertir en mejorar y hacer una buena promoción, creo q si tiene las cualidades naturales como las playas, los paisajes; pero falta mucho en cuestión de infraestructura repito.

- ¿Cree que puede llegar a competir con destinos como Cartagena y Sta. Marta, en Calidad? No creo Cartagena y Sta. Marta son destinos ya posicionados y al golfo le faltaría mucho por trabajar para poder pensar en competir con ellos.

Natalia Rendón – 22 Años.

- ¿Cuando decide viajar porque lo hace, que lo impulsa a hacerlo? Para descansar, apartarme del estrés del trabajo y el estudio.
- ¿Con quienes viaja, lo hace solo o con cuantas personas lo hace? Normalmente viajo con mis familiares o mi novio.
- ¿Cuál es el viaje que más recuerda? ¿cuéntenos de su buena experiencia? Recuerdo mi viaje de 15 años a Europa con todas mis amigas del colegio fue una experiencia única conocer tantos países y culturas acompañada por mis mejores amigas, pase momentos muy agradables.
- ¿Ha tenido malas vacaciones? ¿con malos recuerdos? No que recuerde en verdad para mí viajar y conocer es una experiencia única.
- ¿Por qué prefiere el turismo de sol y playa? Como soy de Bogotá, cuando decido viajar prefiero ir a un sitio que este alejado del frio, para cambiar de ambiente.
- ¿Qué le llama más la atención de los destinos turísticos de la costa atlántica? La tranquilidad, la posibilidad de cambiar de clima y por supuesto el mar.
- ¿Le parecen costosos, o cree que paga el precio justo? Es justo, ya que la gran mayoría de planes viene con todo incluido y uno solo debe preocuparse por disfrutar de unas buenas vacaciones.
- ¿Cómo es la calidad del servicio (Infraestructura, Alimentación, Recreación. etc.) en las ciudades que visita de la costa? Muy buena, siempre hay diferentes tipo de actividades para realizar y sitios nuevos por conocer ya que están en constante renovación para recibir a los turistas.
- ¿Entre Sta. Marta, Cartagena y San Andrés, cuales ya ha visitado? ¿cuales prefiere? Santa Marta, ya que tiene las playas más hermosas, la gente es muy amable y posee diferentes tipos de sitios para satisfacer todos los gustos.
- ¿Conoce Ud. las playas del golfo de Morrosquillo (Tolú, Coveñas)? No

## Los que no conocen

- ¿Le interesaría conocer? ¿Porque? Si, Para conocer algo de mi país que desconozco.
- ¿Que referencias tiene de este destino? ¿Que ha escuchado? ¿A través de qué medios? Mis amigos de la costa dicen que las playas son muy bonitas y que es un sitio ideal para ir a descansar.
- ¿Por qué nunca ha ido? Porque siempre término viajando a otro destino.
- ¿Cuando tenga una nueva oportunidad de viaje pensaría en este como su destino? ¿porque? Si ya que es una nueva posibilidad de cambiar de ambiente y conocer diferentes tipos de playa.

## Pedro Mercado – 38 años

- ¿Cuando decide viajar porque lo hace, que lo impulsa a hacerlo? Primero el hecho de tener tiempo libre, conocer otros lugares, conocer.
- ¿Con quienes viaja, lo hace solo o con cuantas personas lo hace? La mayoría de veces viajo solo, cuando no lo hago viajo con amigos.
- ¿Cuál es el viaje que más recuerda? ¿cuéntenos de su buena experiencia? Recuerdo un viaje que hice con mi mejor amigo a Argentina y Perú conocimos mucho las pasamos delicioso.
- ¿Ha tenido malas vacaciones? ¿con malos recuerdos? Pues si en unas vacaciones en E.U me aburrí mucho, viaje con una tía y no la pase muy rico.
- ¿Por qué prefiere el turismo de sol y playa? Porque es el ambiente propicio para descansar mejor.
- ¿Qué le llama más la atención de los destinos turísticos de la costa atlántica? Todo lo que transmite las ciudades refiriéndose a la historia como lo son Cartagena y Sta. Marta y Las hermosas playas que hay.
- ¿Le parecen costosos, o cree que paga el precio justo? No creo que existen muy buenos planes para visitar estos destinos.
- ¿Cómo es la calidad del servicio (Infraestructura, Alimentación, Recreación. etc.) en las ciudades que visita de la costa? Dependiendo de la temporada cuando es temporada alta el servicio se vuelve nefasto ya que hay mucha gente que atender, hablando de la infraestructura existen muy buenos hoteles.

- ¿Entre Sta. Marta, Cartagena y San Andrés, cuales ya ha visitado? ¿cuales prefiere? Prefiero Cartagena pero no en temporada alta, porque la ciudad es mucho más tranquila. En temporada alta es un caos total.
- ¿Conoce Ud. las playas del golfo de Morrosquillo (Tolú, Coveñas)? No conozco.

### Los que no conocen

- ¿Le interesaría conocer? ¿Porque? Si por conocer un lugar nuevo, me encanta conocer.
- ¿Que referencias tiene de este destino? ¿Que ha escuchado? ¿A través de qué medios? He escuchado a través de amigos que tienes unas playas hermosas, que hay unas islas cercanas muy lindas para conocer, que la gente es muy alegre y servicial, en general que se pasa muy bueno.
- ¿Por qué nunca ha ido? No lo se simplemente no he tenido la oportunidad no lo se y además no conozco mucho acerca del destino pues refiriéndome a planes etc. no se promociona mucho.
- ¿Cuando tenga una nueva oportunidad de viaje pensaría en este como su destino? ¿porque? Pues depende de lo que ofrezca el destino en verdad no sabría decir, tendría que averiguar más acerca del sitio.

### Entrevista 2

Alberto Gómez

Personas que no turisteán

1. ¿Por qué no le gusta viajar?

Porque prefiero quedarme en mi casa descansando, soy una persona muy hogareña y estar en mi casa haciendo cosas muy relajadas me hace feliz. Viajar no me gusta, pues las largas jornadas que se tienen en los viajes me

dejan exhausto y prefiero invertir mi tiempo de vacaciones en descansar y dormir.

2. ¿El dinero o la disponibilidad de tiempo influyen en su poco deseo de viajar? Si hay otros factores por favor explíquelos.

En realidad pienso que es por el tiempo, pues mis obligaciones me mantienen muy ocupado, normalmente no cuento con tiempo para viajar y cuando tengo mis añoradas vacaciones estoy agotado y lo único que quiero hacer es dormir y descansar.

3. ¿Cuándo está de vacaciones que es lo que más le gusta hacer?  
Descansar, dormir, comer, ver películas, ver tv, leer.
4. Si es soltero(a), ¿Le gusta viajar solo o acompañado? ¿A sus amigos les gusta viajar?

Prefiero viajar siempre acompañado, no lo hago frecuentemente, pero cuando lo hago, prefiero hacerlo con mi novia, mis amigos o mi familia, tener alguien con quien compartir buenos momentos

5. Si es casado(a), ¿Tiene hijos? ¿Cuántos?

Soy soltero

6. ¿qué ventajas encuentra en no viajar en tiempo de vacaciones?

Principalmente evitar encontrar los hoteles llenos, sin ruidos y muy relajados, solo para mi, así puedo descansar mejor y esa tranquilidad me hace feliz.

7. ¿Qué emociones negativas experimenta cuando viaja en cuanto a alojamiento, comida, desplazamiento etc.?

En cuanto al alojamiento normalmente vamos a lugares que no son tan tranquilos como yo deseo, pues en temporada son hoteles muy concurridos, con ruido y no me siento alejado de la sociedad, no puedo

conseguir la tranquilidad que dese en esos momentos y respecto a desplazamiento preferiría que fueran mucho mas cercanos, para no deber gastar medio día de las vacaciones solo en el desplazamiento, perdiendo tiempo en las salas de espera de los aeropuertos, en lugar de estar disfrutando si fueran mucho mas cercanos.

8. ¿Qué necesita para que sus vacaciones sean ideales?

Necesito un lugar que llame la atención de mis familiares, novia y amigos, donde ellos quieran ir y a la ves se preste mucho para mi descanso, que sea muy tranquilo, silencioso, donde pueda relajarme y olvidarme de todo lo que hace parte de la vida cotidiana. Un lugar donde ellos y yo encontremos lo que deseamos, lo podamos hacer y de paso compartir mucho tiempo.

José Bitar

1. ¿Por qué no le gusta viajar?

Porqué tengo problemas de salud y prefiero quedarme en mi casa tranquilo. Cuando viajo los trayectos en carro son largos y me agoto mucho. No me gusta viajar en avión porque me sube la presión. Mis prioridades en este momento son otras, me gusta estar en mi casa tranquilo.

2. ¿El dinero o la disponibilidad de tiempo influyen en su poco deseo de viajar? Si hay otros factores por favor explíquelos.

Si la verdad es que hay veces que no cuento con los recursos económicos para viajar y prefiero gastarme la plata en otras cosas que son necesarias para mí. Como decía antes, los motivos que me motivan a no viajar es la salud.

3. ¿Cuándo está de vacaciones que es lo que más le gusta hacer?

Compartir con mi familia, mis hijos y esposa. Los llevo a los parques, vamos a comer, pasamos tiempo juntos. Trato de aprovechar el tiempo para estar con ellos pero no viajamos mucho.

4. Si es soltero(a), ¿Le gusta viajar solo o acompañado? ¿A sus amigos les gusta viajar?

Viajo con mi familia y a veces amigos de mis hijos.

5. Si es casado(a), ¿Tiene hijos? ¿Cuántos?

Si. Tengo 3 hijos. Dos hombres y una mujer.

6. ¿Qué ventajas encuentra en no viajar en tiempo de vacaciones?

De pronto que en estas épocas el costo de todo se incrementa por ser temporada de vacaciones; es más económico viajar en temporadas de no vacaciones pero igual es muy difícil. Lo principal sería el costo y también que en esas fechas hay mucho movimiento de gente; las carreteras se vuelven peligrosas.

7. ¿Qué emociones negativas experimenta cuando viaja en cuanto a alojamiento, comida, desplazamiento etc.?

En este tema lo único negativo es el desplazamiento. Se me hace muy agotador y en contra de mi salud. Los aviones me alzan la presión y el viaje en carro a veces es muy largo; me agota bastante.

8. ¿Qué necesita para que sus vacaciones sean ideales?

Que sean baratas, tranquilas y los lugares a visitar sean cercanos a Bogotá.

Patricia Álvarez

1. ¿Por qué no le gusta viajar?

No me gusta viajar por la dificultad de adquirir visas a los lugares de mi interés y los altos costos de trámites sin garantías.

2. ¿El dinero o la disponibilidad de tiempo influyen en su poco deseo de viajar? Si hay otros factores por favor explíquelos.

Más que todo es por dinero. Para una familia de clase media resulta ser un lujo. Hoteles, comida, seguros, tiquetes, traslados, etc.

3. ¿Cuándo está de vacaciones que es lo que más le gusta hacer?

Me gusta descansar y visitar a los familiares más cercanos y en lo posible en climas calientes por la ropa ligera.

4. Si es soltero(a), ¿Le gusta viajar solo o acompañado? ¿A sus amigos les gusta viajar?

5. Si es casado(a), ¿Tiene hijos? ¿Cuántos?

Si soy casada tengo 2 hijos

6. ¿Qué ventajas encuentra en no viajar en tiempo de vacaciones?

Encuentro el bajo costo en las tarifas hoteleras y en los tiquetes.

7. ¿Qué emociones negativas experimenta cuando viaja en cuanto a alojamiento, comida, desplazamiento etc.?

El buen servicio solo lo ofrecen los hoteles cinco estrellas y mis ingresos no alcanzan para ese tipo de alojamiento.

8. ¿Qué necesita para que sus vacaciones sean ideales?

Dinero.

Andrés Vento

1. ¿Por qué no le gusta viajar?

La verdad no me gusta viajar porque cuando uno va a viajar lo hace en el tiempo libre que le da la empresa donde trabaja y pues ya que es un gasto exagerado mas si uno tiene hijos, en este tiempo libre lo que uno quiere hacer es descansar y la verdad cuando uno viaja el descanso es mínimo ya que tiene que madrugar, estar caminando por toda la ciudad para de verdad conocer al sitio al que viajó. Además de esto tener que lidiar con todo el papeleo que tenemos que incurrir por ser colombianos (visado, estratos bancarios, etc.) que también es un costo adicional.

2. ¿El dinero o la disponibilidad de tiempo influyen en su poco deseo de viajar? Si hay otros factores por favor explíquelos.



El dinero no es un problema pero la verdad el costo de los tiquetes son exagerados y es lo que sube el precio de todos los viajes que quiero hacer. También las vacaciones son muy cortas como para hacer de verdad un viaje turístico como a Europa o Asia que la verdad uno necesita mínimo un mes y medio, entonces la única opción es la de los hoteles que tienen todo incluido pero eso para mí no es un viaje. Sumándosele a todo esto todo el tiempo que uno tiene que gastar para sacar la visa de donde vaya a viajar.

3. ¿Cuándo está de vacaciones que es lo que más le gusta hacer?

Lo que mas me gusta hacer cuando estoy de viaje no es solo una cosa, sino mas bien la unión de conocer un país o ciudad culturalmente, también en su parte de entretenimiento, la vida nocturna y asi poder conocer como las personas viven en ese país y no quedarse con lo que uno ve en televisión.

4. Si es soltero(a), ¿Le gusta viajar solo o acompañado? ¿A sus amigos les gusta viajar?

La verdad me gusta viajar acompañado porque cuando se está conociendo algo es muy bueno poder tener a alguien con quien disfrutarlo y poder hablar sobre lo que conoce. Tengo algunos amigos que les gusta viajar mucho y otros prefieren la estadía en su hogar.

5. Si es casado(a), ¿Tiene hijos? ¿Cuántos?

No soy casado y no tengo hijos

6. ¿Qué ventajas encuentra en no viajar en tiempo de vacaciones?

La verdad las ventajas de cuando uno viaja y no es temporada es que los precios normalmente de todo son más económicos y además de esto si uno quiere ir a atracciones turísticas en estas no se gasta tanto tiempo como cuando es temporada, aunque cuando es temporada la vida nocturna es mucho mejor ya que se puede conocer gente de diferentes culturas.

7. ¿Qué emociones negativas experimenta cuando viaja en cuanto a alojamiento, comida, desplazamiento etc.?

Eso depende mucho del país por ejemplo en los países subdesarrollados el sistema de transporte normalmente es malo o regular pero el alojamiento es

muy bueno y barato que en los países desarrollados es lo contrario ya que el transporte es exageradamente bueno pero la estadía en un hotel y la comida es bastante costosa.

8. ¿Qué necesita para que sus vacaciones sean ideales?

Yo creo que para que unas vacaciones sean ideales se necesita un poco de todo como lo dije anteriormente un buen precio sumado a conocer cosas nuevas culturalmente como a personas ya que esto es lo que le da el toca inolvidable de un viaje, además de esto que también haya un poco de descanso.

#### Humberto Vergara

1. ¿Por qué no le gusta viajar? Cuando tengo momentos libres para descansar prefiero hacerlo en mi casa, cuando viajo no descanso realmente al contrario llego mas cansado, cuando lo hago es por complacer a mi familia.
2. ¿El dinero o la disponibilidad de tiempo influyen en su poco deseo de viajar? Si hay otros factores por favor explíquelos. No como dije anteriormente el poco deseo de viajar se debe a que el sitio donde estoy mas comodo y recargo energias es en mi casa.
3. ¿Cuándo está de vacaciones que es lo que más le gusta hacer? compartir con la familia y descansar.
4. Si es soltero(a), ¿Le gusta viajar solo o acompañado? ¿A sus amigos les gusta viajar?
5. Si es casado(a), ¿Tiene hijos? ¿Cuántos?
6. ¿qué ventajas encuentra en no viajar en tiempo de vacaciones? la mayoría de ciudades son un caos en épocas de vacaciones prefiero quedarme en la tranquilidad de mi ciudad y hogar.
7. ¿Qué emociones negativas experimenta cuando viaja en cuanto a alojamiento, comida, desplazamiento etc.? principalmente la cantidad de personas que pueden estar en las playas, hoteles y sitios en general es mucha, repito que las ciudades turísticas se vuelven imposibles en esa

época por la cantidad de gente y pienso que nose disfrutan como se debería.

8. ¿Qué necesita para que sus vacaciones sean ideales? descansar solo eso, desconectarse de los problemas.



**Playas Golfo del Morrosquillo.**



**Artesanías realizadas en Morroa.**



**Iglesia De Tolú, Municipio pionero en turismo religioso en Sucre.**



**Corralejas en Sincelejo.**



**Bailarines de Fandango, baile típico de Sucre.**



**Ciénaga La Caimanera**



**Ciénaga La Caimanera**



**Cuevas de Toluvejo.**



**Cuevas de Tolu Viejo.**