

Omnia Año 27, No. 2 (julio–diciembre, 2021) pp. 51-84
Universidad del Zulia. ISSN: 1315-8856
Depósito legal pp 199502ZU2628

Comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena-Colombia: Análisis de las tendencias de sector con mayor contribución económica

José Morelos y Juan Carlos Vergara***

Resumen

El presente artículo tiene como propósito exponer los resultados del comportamiento de la coyuntura socio-económica del turismo informal en la ciudad de Cartagena para el periodo 2010-2017. Para el desarrollo de esta investigación de tipo cuantitativa, descriptiva y transversal, se consideró una muestra correspondiente a 196 turistas que utilizan los servicios turísticos informales de bajo costo. Para la recolección de la información se diseñó instrumento estructurado aplicado in Situ de ubicación de los turistas informales, de documentos e informes de coyuntura turística objeto de estudio, lo cual permitió obtener información pertinente la cual fue tratada y analizada sistemáticamente. Como resultados se encontró que la recepción del turismo informal en Latinoamérica corresponde a visitantes de países como Brasil, Argentina y Chile; en Europa lo lideran viajeros que hacen uso de los servicios formales no identificados en el Registro Nacional de Turismo en Colombia (RNT), provenientes de España, Alemania, Italia, Inglaterra y Holanda. Asimismo, se concluye que, los turistas informales que visitan la ciudad de Cartagena son mayoritariamente personas jóvenes entre 18 y 30 años, profesionales, que buscan una experiencia diferente, económica, con preferencia para viajar en grupo de amigos.

Palabras clave: Turismo informal; demanda; oferta; competitividad; economía; Cartagena- Colombia.

* Doctor en ciencia Sociales- Mención Gerencia, Universidad del Zulia. Director Maestría en Gestión de Organizaciones de la Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. Profesor investigador de la Maestría en Gestión Organizacional de la Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. E-mail: jmorelos@unicartagena.edu.co.

** Doctor en Ciencias Sociales- Mención Gerencia, Universidad del Zulia. Vicedecano Curricular, Facultad Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. Profesor investigador de la Maestría en Gestión Organizacional de la Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. E-mail: jvergaras@unicartagena.edu.co.

*Behavior of the informal tourism in the city of Cartagena-
Colombia: Analysis of trends in the sector of greater
economic contribution*

Abstract

This article aims to present the results of the behavior of the socio-economic situation of informal tourism in the city of Cartagena for the period 2010-2017. For the development of this quantitative, descriptive and transversal research, a sample corresponding to 196 tourists who use low-cost informal tourist services was considered. To collect information, a structured instrument was designed applied in situ to the location of informal tourists, documents and reports on the tourist situation under study, which allowed obtaining pertinent information which was systematically treated and analyzed. As results, it was found that the reception of informal tourism in Latin America corresponds to visitors from countries such as Brazil, Argentina and Chile; In Europe it is led by travelers who make use of formal services not identified in the National Tourism Registry in Colombia (RNT), coming from Spain, Germany, Italy, England and Holland. Likewise, it is concluded that informal tourists who visit the city of Cartagena are mostly young people between 18 and 30 years old, professionals, who are looking for a different, economic experience, with preference for traveling with a group of friends.

Key words: Informal turismo; demand; offer; competitiveness; economy; Cartagena-Colombia.

Introducción

En la última década la ciudad de Cartagena de Indias se ha caracterizado por ser un destino turístico sostenible y apetecido en el mundo, siendo ubicada por la BBC de Londres entre las cinco metrópolis amuralladas más bonitas de la tierra; y portales especializados como CNT Traveler la sitúan en el puesto 30 entre las 50 más espectaculares para visitar. También prestigiosas guías de turismo como Condé Nast Traveller la han catalogado entre los sitios imprescindibles para conocer en la vida (Portafolio, 2016). Su fácil acceso ofrece la posibilidad a los turistas de llegar

por vía aérea, marítima y terrestre, dado a que se encuentra interconectada por medio de carreteras con el resto del país, cuenta con el aeropuerto internacional Rafael Núñez que recibe vuelos de todas partes del mundo con diferentes rutas de conexión, así como puertos para atender a los viajeros que lleguen en cualquier tipo de naves marítimas, tanto recreativas, como de carga y cruceros turísticos con miles de turistas (Brida, et al. 2010).

Asimismo, Cartagena es considerada uno de los destinos preferidos por “sol y playa” y a pesar de no tener una oferta variada en comparación con otros destinos del caribe, se destaca por su centro histórico, reconocido por su riqueza patrimonial histórica, la oferta de servicios de alojamiento de alta calidad considerados hoteles exclusivos de lujo. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2012), sin embargo, en el ámbito de la actividad turística se distinguen variadas formas de uso de los servicios que ofrece el sector turismo; una de estas corresponde al acceso de los servicios que brinda el *turismo formal de alto costo*, y la otra, *corresponde al denominado el turismo mochilero o informal de bajo costo*; con relación a este último, el turismo informal comprende la práctica y uso de los servicios turísticos que no están categorizados dentro de las actividades ordinarias y el turismo establecido, cuyo propósito se orienta a la obtención del máximo beneficio y placer al menor costo posible. De igual manera, este tipo de turismo puede entenderse en tanto que lo practican las personas que se hospedan una o más noches en un albergue o alojamientos de bajo costo frecuentemente utilizado por el grupo de jóvenes denominados “mochileros”.

Algunas definiciones más complejas describen a los mochileros como el grupo de turismo cultural no estructurado, con una subcultura juvenil efímera y cambiante que buscan el disfrute de vacaciones extendidas, en lugares de buena reputación en zonas hoteleras informal y flexible de costos promedios racionales, con ambientes abiertos para conocer nuevas culturas y hacer nuevas relaciones de amistad para compartir experiencias. (Martín, 2014).

De otro lado, es apreciable la contribución económica que resulta de los servicios de las actividades formales e informales que el sector turístico de la ciudad de Cartagena viene registrando como creciente, particularmente, por la entrada constante de nuevas organizaciones al mercado, junto con la diversificación de su oferta turística y el arribo de un alto número de jóvenes y familias extranjeras cada año (Menchero, 2017).

Con base en lo anterior, y considerando la relevancia e importancia

económica del sector turismo de la ciudad de Cartagena, este estudio tiene como propósito evaluar el comportamiento de los diferentes servicios ofertados y demandados por los visitantes del turismo informal en la ciudad de Cartagena para el periodo 2010-2016. Asimismo, la investigación se justifica dado que permitirá comprender los aspectos propios de los demandantes del servicio y características del turismo informal, así como también, evaluará los establecimientos hoteleros, hostales, apartamentos, residencias, entre otros, permitiendo conocer los principales aspectos asociados a un nicho de mercado objeto de turismo informal objetos de estudio en la ciudad de Cartagena de Indias. ¿En consecuencia, con lo anterior, la investigación es pertinente para el sector turístico informal caracterizado por los servicios de bajo costo y calidad, dado que contribuirá a analizar e identificar cuáles son los servicios de mayor demanda y características comportamentales de los viajeros que integran el turismo informal de masas en Cartagena de Indias?

La metodología desarrollada en este estudio fue de tipo cuantitativo, descriptivo y de corte transversal, en la cual se aplicó instrumento estructurado *in situ* para la recolección de información numérica y cualitativa, que fue tratada sistemáticamente utilizando las herramientas estadísticas para su posterior tabulación e identificación de los resultados relacionados con las características e identificación de los patrones de comportamiento del sector turístico objeto de estudio. Así mismo, fue un estudio descriptivo debido a que se caracterizaron los aspectos relacionados con el problema objeto de estudio, sin mediar en las causas que los determinan y de corte transversal por el análisis del fenómeno (turismo informal) durante periodo de tiempo, el cual comprenderá entre los años 2010 al 2017. La muestra considerada fue de 196 turistas que utilizan los servicios turísticos informales de bajo costo en la ciudad de Cartagena de Indias.

Turismo internacional

El turismo en el mundo, es considerado por algunos autores como una actividad relevante para el jalamamiento y dinamimismo de las economías dependientes de este sector, en la medida en que contiene y vincula a una amplia gama de subsectores, lo que hace que se generen numerosos empleos

y cuantiosos niveles de ingresos (Camacaro, et al. 2012; Figuerola, 2012; Lima, et al. 2018; Moreno y Moreno, 2016). Para la Organización Mundial del Turismo (OMT) esta industria ha tenido un impacto impresionante en la economía mundial. Creó 292 millones de empleos y aumentó el PIB mundial en un 10,2% en 2016 (UNRIC, 2017). Y de acuerdo con el Consejo de Viajes y Turismo (WTTC) (2017), se prevé que la contribución de la industria del turismo al PIB mundial aumentará en cerca de 380 millones de empleos para el año 2027. Significando el 11% de los empleos en el mundo de este sector (Sokhanvar, et al. 2018).

El turismo es para muchas ciudades de Colombia, entre ellas Cartagena, una fuente de negocios e inversión tan buena como su renglón industrial más importante, pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios y a su efecto multiplicador sobre el resto de la economía (López, 2011). A continuación, en gráfico 1, se muestra el comportamiento en la llegada de turistas extranjeros a Colombia tomado en los puntos migratorios desde 1980. En promedio, el crecimiento en las llegadas de turistas al país durante el período 2004–2014, fue de 11,3% anual; muy superior al registrado en el turismo mundial, que creció a una tasa promedio de 3,9% anual en el mismo periodo (Corporación Turismo Cartagena de Indias, 2015).

Grafico I
Llegada de viajeros extranjeros a Colombia 1980-2014



Fuente: Corporación Turismo Cartagena, 2015.

Los resultados que se observan en gráfico 1, evidencian que la llegada de turistas internacionales creció en una tasa tres veces superior frente a cuando se presentó la mayor caída de visitantes extranjeros a Colombia a principios de la década de los 80's, época de máxima expresión de violencia

interna generada por los grupos insurgentes al margen de la Ley en el país. Sin embargo, Entre los efectos positivos del turismo para la economía nacional se encuentra en ingreso de divisas, el cual se ha triplicado en los últimos años pasando de USD \$1.650 millones en 2004 a USD \$4.980 millones en 2014, lo que coloca al turismo en el tercer lugar de los productos de exportación de Colombia. (Corporación Turismo Cartagena de Indias, 2015: 5).

Para el caso particular de la ciudad de Cartagena, considerada la capital turística de Colombia por excelencia en razón a su declaratoria de Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad por la UNESCO, gracias a sus fortificaciones y manifestaciones culturales en la ciudad antigua, pero además cuenta con ventajas naturales y climáticas, puertos industriales productivos, vida nocturna activa, reconocimiento para la celebración de convenciones y congresos, entre otros atractivos turísticos tanto a nivel nacional como internacional, junto con un gran legado histórico y cultural (Barreto, 2003), (Acerenza, 2009), lo que trae como consecuencia que sea una importante fuente generadora de empleos (directos e indirectos) e ingresos, y sirva de estímulo a los demás sectores económicos locales (Borja, 2010).

Lo anterior, en razón a que en los últimos años se ha ratificado su posición como destino preferido, pues las cifras de la Corporación de Turismo Cartagena de Indias, muestran que 206.066 extranjeros entraron a la ciudad por vía aérea, los visitantes en crucero se han multiplicado por 7 en los últimos 4 años, pasando de 247.145 en 2008 a 347.694 en 2012. Así mismo, el turismo de reuniones tuvo un incremento en el número de eventos desarrollados en comparación con la cifra de 2011; el crecimiento fue de un 27,4%, siendo el Hotel Las Américas el primero en la lista de los sitios en los que con mayor frecuencia se realizaron este tipo de actividades (Corporación de Turismo de Cartagena de Indias, 2013).

En este orden, el turismo extranjero en Cartagena duplicó su crecimiento (15.9%) respecto a la tasa nacional, cuya representación más alta estuvo dada por visitantes provenientes de los EE. UU., con un 17.4%, seguido de los viajantes de origen argentino con una participación de 14.6%. Desencadenando lo anterior, el jalonamiento de servicios turísticos de primera necesidad como el hospedaje, entretenimiento y comidas (Vázquez, et al. 2016; Tapia y Escobar, 2015).

En este sentido, el turismo en Cartagena se ha convertido en una de las actividades económicas más dinámicas, dado que intensifica los sectores sólidos de la ciudad como el comercio y la construcción. Si bien, la actividad turística en Colombia se extiende en la mayor parte de su territorio, solo contribuye con el 2,21% del PIB (Mendivelso y Rivas, 2010). No obstante, tanto la industria turística nacional e internacional ha venido desarrollándose progresivamente en aras a satisfacer cada una de las necesidades que origina el motivo de la llegada de turistas, tanto de la región, como del resto del globo (Aguirre, et al. 2018).

Acepciones y orígenes del turismo mochilero o informal

La órbita conceptual del turismo, si bien es posible abordarla a partir de múltiples elementos que la correlacionan en sus diferencias variedades de acuerdo con las riquezas naturales, históricas y culturales de las regiones que se estudian, este concepto, termina siendo muy amplio y diverso, por lo cual autores como Sancho (2008), Abrahão y Tomazzoni (2018), entre otros, expresan la dificultad que existe para construir una definición general que represente las diferentes situaciones e inherencias de las relaciones sociales que este conglomerado representa (Almirón, et al. 2006).

El turismo como propósito de estudio académico comenzó a interesarles a algunos académicos del pasado siglo XX, en donde autores como Hunziker y Krapf (1941), del área de las ciencias económicas presentan los primeros resultados investigativos relacionado con la variable turismo, el cual definieron: *“como la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”*. Esta definición resultó demasiado amplia y poco esclarecedora, por ejemplo al tener en cuenta el turismo de lasas que surgiría posteriormente, en la medida en que se presentan acepciones no precisas que merecían ser discutidas y revisadas (Muñoz, 2003).

En este sentido, el turismo resulta siendo una actividad social que busca el disfrute de las diferentes regiones locales, nacionales e internacionales que poseen atractivos naturales, históricos y culturales por espacios de tiempos cortos. Sin embargo, esta definición termina siendo reduccionista, dado que no representa aspectos que hoy están vigentes como las practicas que simbolizan la actividad de turismo, tales como, el turismo

de negocios, el turismo verde (Aniyar, 1996), el turismo de salud, el turismo colaborativo, entre otros (Ricaurte, et al. 2017; Lopes, et al. 2018).

Por su parte, autores como Mathienson y Wall (1982), utilizaron una definición más universal al considerar al turismo como el “*movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas*”. De esta acepción se destaca el intervalo de tiempo que limita el disfrute, pero que a la vez le da precisión al concepto de turismo, el cual lo enmarca dentro de los dinamismos propios y naturaleza de este negocio (Nechar, 2018). Contrastando lo anterior, con la definición declarada por OMT, en relación con la limitación del disfrute de la actividad turística considerándola inferior a un año, si ésta tiene fines de ocio, negocios, etc. (Iranzo, et al. 2005). Sin embargo, cabe resaltar dentro de las limitaciones de tiempo del negocio del turismo, su complejidad para lograr satisfacer las expectativas elevadas de los clientes, aun cuando los costos por los servicios disfrutados no compensen la oferta de bienes y servicios con la mayor calidad y sostenibilidad (Oyarzun y Taucare, 2018).

Antecedentes del turismo mochilero o informal

Se considera que uno de los antecedentes más notables tanto del turismo actual, como del turismo informal o mochilero en particular, es el viaje denominado *Grand Tour*, el cual se remonta a la antigüedad (S. XVIII), en la cual viajeros extranjeros europeos emprendían la búsqueda de nuevas oportunidades de formación y de disfrute de destacados sitios turísticos en el viejo continente (O’reilly, 2006; Richards y Wilson, 2005).

Dentro de los principales destinos del *Grand Tour* se encuentran los países de Italia e Francia. Este viaje tenía como finalidad que los jóvenes tuvieran experiencias cosmopolitas, que les brindaran un amplio conocimiento de la cultura clásica, como complemento a la formación académica personal para futuras oportunidades laborales (Garay, 2010). En este sentido, la participación en estas actividades turísticas informales que realizaban los jóvenes de clase alta, tenía como propósito final encontrar formas distintas de diversión, esparcimiento, pero también, identificar nuevas

coyunturas laborales temporales que les permitieran convertirse en ciudadanos ilustres de la comunidad (Richards, 2001).

A diferencia de la tipología de turismo informal descrito anteriormente, en el negocio del turismo global existen otras prácticas recreativas, tal como, la experiencia turística denominada *tramping*, con la marcada diferencia de que ésta última era practicada por las clases sociales de menor poder adquisitivo. A pesar de esta diferencia, ambas prácticas turísticas han sido útiles para la exploración de experiencias informales con sentido formativo y de crecimiento personal (Fernández y Puig, 2002). Como puntos de convergencia entre el turismo informal y el *tramping*, se identifican los restringidos presupuestos disponibles de los viajeros y los propósitos de consecución laboral temporal, para apoyar el sostenimiento alimenticio, transporte y hospedaje durante las estadías turísticas (Maior-Cabannemet al., 2018).

Otra de las similitudes entre las modalidades de turismo informal, es el rechazo conjunto ganado por la comunidad por las malas prácticas y cultura orientada hacia la pérdida de valores, del tiempo y los degradados modos de vida desbordados con adiciones tempranas en la clase joven de la época (Ávila, 2015).

Orígenes del turismo mochilero o informal

En esta sección, se describen los inicios del turismo mochilero y su evolución la histórica, destacando los principales aspectos que conllevaron a su actual desarrollo. Al respecto, cabe mencionar el auge acelerado de la actividad turística para mediados del siglo XX, y consigo, la dinámica de la economía del sector, generada por los procesos relacionados con el crecimiento económico de las familias y las externalidades sociales que impulsaron el llamado turismo de masas en el mundo a todas las clases sociales (Peralta-Petitjean, 2018). Este creciente turismo de masas jalador de la economía de las regiones con mayor influencia turística, coadyuvó al crecimiento en la demanda de los productos y servicios turísticos, impulsando la oferta de nuevos servicios a menores costos promoviendo el turismo informal o mochilero, particularmente a los jóvenes de clase media-baja, que compartían sus gustos por la aventura y la exploración de nuevos sitios turísticos en el mundo (Lu, 2013).

Ahora bien, puede afirmarse que el turismo informal o mochilero

surgió en respuesta a las oportunidades sociales y económicas identificadas por las crecientes masa de turistas, que podían disfrutar a un bajo costo los servicios y productos ofrecidos por este sector, así como también, por el intercambio cultural de las diversidades paisajísticas de las regiones. En esencia, la principal característica de este tipo de turismo informal, lo constituyó su naturaleza no institucional y, el interés de los viajeros de orientar sus rutas y destinos a lugares de interés menos congestionados, económicos y de mayor cercanía, sin la participación de agentes intermediarios de viajes en las ofertas de transporte, hospedajes y demás servicios relacionados con la oferta turística. En este sentido, se describe que el turismo de masas informal de las décadas de los 70 y 80, marcaron sus preferencias por el conocimiento de nuevas metrópolis y sus representaciones simbólicas de interés distintas a las de lugares ya conocidos (Cohen, 2002; Lillo y Taucare, 2018).

De otro lado, se destaca la planeación de las actividades turísticas previas al viaje, tales como tiquetes, hospedaje, visitas a sitios de interés públicos etc., que, a diferencia del turismo informal, son aspectos primarios y naturaleza formal inherentes al turismo formal. Asimismo, se destaca la espontaneidad de las actividades no preestablecidas del turismo informal, el cual despliega un abanico de alternativas turísticas experienciales no definidas por los procedimientos y protocolos informales (Matos, 2013), que a diferencia de los anteriores, éstos si son utilizados por los usuarios de los canales de servicios turísticos de lujo certificado (Kessler, 2015).

Contrario a los elevados presupuestos de gastos requeridos para el turismo formal, se destaca en el turismo masas o informal, la escasez de los recursos económicos financieros y restringidos presupuestos de gastos para la satisfacción plena de los productos y servicios turísticos con mayor calidad. Lo que conlleva a que el viajero informal busca nuevas alternativas de disfrute del viaje considerando la racionalidad en cada una de las necesidades tales como: alimentación, transporte, visita sitios turísticos, hospedajes, entre otros (Pardo y Pavia, 2013).

Relación turismo y crecimiento económico

La relación entre el crecimiento económico y los ingresos por turismo ha sido ampliamente estudiada en las últimas décadas, tanto para países desa-

rollados, como emergentes. En este sentido, a medida que la industria del turismo crece en muchos países, la relación causal entre el crecimiento económico, innovación (Castro, et al. 2018) e ingresos derivados de la actividad turística, se está volviendo importante para las regiones que tienen alta dependencia de estos recursos para el jalonamiento de las políticas públicas de las regiones (Bilen, et al. 2017).

En las últimas décadas, la industria del turismo ha experimentado un rápido crecimiento y ha surgido un sector importante que demuestra ser beneficiosa para la economía en términos de creación de empleo, ganancias de intercambio, ingresos del gobierno y reducción de la pobreza (Clancy, 1999; Yap y Saha, 2013). Al examinar la literatura relevante, se observa que la relación entre el desarrollo del turismo y el crecimiento económico se categoriza en cuatro líneas relacionadas con el crecimiento económico liderado por el turismo, el crecimiento del turismo impulsado por la economía, la relación recíproca entre el crecimiento económico y el desarrollo del turismo y sin relación causal (Chen y Chiou-Wei, 2009; Oh, 2005; Paramati, et al. 2017).

El turismo mochilero en el contexto internacional

La denominación oficial de turistas mochileros fue otorgada formalmente en los años 90 en la literatura académica turística, en razón de que estos individuos emplean generalmente una mochila que representa el valor característico del tipo de equipaje económico, flexible y limitada capacidad de almacenamiento de sus pertenencias. Es así como este tipo de turismo de masas en su recorrido evolutivo viene adaptándose a los cambios y nuevas tendencias (sociales y económicas) de las diferentes culturas regionales, redefiniendo una nueva forma mochilera de turismo explicativo y ecológico con mayor valor agregado cultural (Morris y tey, 2010).

Otro aspecto, que se resalta en la literatura relacionada con el turismo mochilero, es el no cumplimiento de las emociones y experiencias que demandan servicios turísticos de alto costo, para lo cual no logran satisfacer su estadía plena, es decir, se vive un momento limitado de pseudo- emociones que no refleja el goce real de los espacios turísticos visitados en este acto de consumo popular. De esta manera, se puede hablar de la falta de estimulación de los viajeros, el cual puede concebirse como uno de los aspectos que le restan atractivos al turismo masivo actual; siendo esto contrario, a las inten-

ciones características que le dieron vida al turismo informal, representado en el espíritu viajero libre e innovador, que podía intercambiar y disfrutar las vivencias intrarregionales (gastronomía, historia, etc.) (Soler, 2014; Cavalcanti, 2016).

Estudios como los desarrollados por Wilson, Richards y Macdonnel (2008), se enfocaron en el análisis de las consecuencias de este tipo de turismo para la comunidad en donde se desarrolla. En particular, abordaron las tensiones entre los mochileros y la comunidad de acogida, así como entre los diferentes grupos de interés dentro de la comunidad, en el enclave turístico de la playa de Bondi en Sídney- Australia. Aunque la expansión de enclaves mochileros en la ciudad ha impulsado la dinámica económica, el empleo y los ingresos para las empresas locales, desafortunadamente, ha causado muchos problemas a los residentes locales que viven cerca de los albergues para mochileros, así como para las autoridades locales que tienen que lidiar con el aumento de la carga financiera y administrativa de los residentes temporales adicionales (Seguí, 2006). En casos extremos, esto ha llevado a actitudes anti-mochilero por parte de los residentes de Bondi, que contrastan con la opinión positiva adoptada por el gobierno y grupos de interés para mochileros nacionales.

Por su parte, Ooi y Laing (2010), presentan un análisis del rápido desarrollo del turismo alternativo (en donde se encuentra el turismo mochilero y el turismo de voluntariado), lo cual ha contribuido a la crítica de los posibles efectos negativos, en particular de los impactos ambientales, culturales, económicos y sociales relacionados con el turismo mochilero. El turismo de voluntariado, por el contrario, se ha visto en términos positivos como más sostenible, combinando motivaciones altruistas con el concepto de viaje. Los autores aplicaron una serie de encuestas a mochileros en hostales para estos turistas en el centro de Melbourne, Australia, con lo cual se encontró que existe una superposición de motivación entre los mochileros y turistas de voluntarios, lo que indica el potencial para la creación de productos turísticos voluntarios que atienden específicamente para el mercado mochilero. Esto puede alentar a las experiencias de turismo más sostenibles dentro del mercado de mochileros floreciente, respondiendo así a algunas de las críticas negativas de este último (Orgaz, 2013). En el documento también se discutieron las implicaciones de estos hallazgos para la comercialización y desarrollo de productos enfocados a este tipo de turismo.

A pesar de los aspectos negativos abordados, es posible encontrar un equilibrio a la hora de promover el turismo mochilero y obtener provecho de ello. Esta línea de pensamiento es defendida por Scheyvens (2002), quien afirma que los gobiernos del tercer mundo a menudo desprecian mochileros internacionales, profesando su lugar un entusiasmo por perseguir el turismo de lujo.

Por otro lado, en relación con los factores demandantes del turismo mochilero, en los estudios empíricos existentes en la actualidad al respecto son diversos, autores como Uriely, et al (2002); Morris y Teye (2010), desarrollaron investigaciones enfocados en países desarrollados y, cuya metodología presentó un carácter sistemático con datos suficientemente contrastados con la realidad del objeto de estudio.

Entre los hallazgos más relevantes, se tiene que las intenciones de esparcimiento y exploración del turismo de masas o informal está caracterizado por grupos viajeros comprendidos en los rangos de edades entre los 21 y 25 años, muy cerca del segmento de turistas ubicados entre 27 y 33 años. Los resultados relacionados con género de los turistas, se encontró que el mismo se reparte con guarismos similares técnicamente del 50% y 48,8% para hombres y mujeres, respectivamente. Lo que evidencia la igualdad de libertades tanto para mujeres, como hombres en los países desarrollados. Lo anterior, contrasta con las marcadas diferencias culturales conservadoras del turismo informal identificadas en los países emergentes (Pousada, 2018). La procedencia u origen de los viajeros mochileros se relaciona con países desarrollados, entre ellos, Europa occidental, Norteamérica, Australia o Nueva Zelanda. De igual forma, este grupo de viajeros informales con restricciones económicas se encuentran cursando estudios universitarios de último año que requieren realizar alguna pasantía estudiantil o acceden a un año sabático después de culminado sus carreras profesionales (Díaz y Domínguez, 2017).

Dentro de los hallazgos identificados en el grupo de jóvenes amantes del turismo de mochileros, se encontró que estas personas poseen altas diferencias individuales relacionadas con las variadas intenciones de acceso, preferencias y gustos por los productos y servicios ofertados por el sector turístico de bajo costo. Preferencias estas que varían significativamente de un mochilero a otro, entre las que se destacan: visitar sitios desconocidos con grandes posibilidades de disfrute y costos de vida bajo, con el cual puedan permanecer por tiempos promedios de entre 5 y 10 días, encontrar espacios

sociales y culturales para fortalecer relaciones de negocios o laborales, como también, conocer la historia que envuelve a cada región en particular (Spreggero y Velázquez, 2017).

Turismo informal en Cartagena de Indias

Al efectuar la revisión de los estudios que hasta el momento se han desarrollado en torno al turismo informal, tanto en Cartagena de Indias, como en el resto de ciudades turísticas pertenecientes a Colombia, se encontró que éstos estudios han sido escasos, incluso, a nivel de América fueron muy pocos las investigaciones al respecto. Sin embargo, se tienen como referencia algunos documentos, aunque abarcan temas generales del turismo en Cartagena, sobre los cuales podemos hacer aproximaciones y menciones cercanas a nuestro objetivo de investigación.

Un referente importante en la ciudad Cartagena que responde a la oferta informal del sector turístico lo constituye la *para-hotelería*, por encima de los demás servicios y productos que demanda el turismo mochilero, la cual es una forma de hotelería informal altamente 85% demanda por el turismo de masas, en la cual que se alquilan apartamentos o habitaciones en apartamentos -pisos- que no hacen parte de las opciones de alojamiento certificadas por la autoridad turística, ni registradas legalmente. (Barrios, 2009). El turismo informal o para-hotelería desvía gran cantidad de los ingresos de la ciudad a particulares, de igual forma se incurre en la ilegalidad, debido a que estos establecimientos, o apartamentos no están debidamente reglamentados bajo las regulaciones establecidas para la prestación de servicios como el Registro Nacional de Turismo, no pagan impuestos, y en muchos casos no son sitios confiables o verificables para quienes acuden a ellos (Díaz, 2011).

Otra característica de los establecimientos informales es que manejan bajas tarifas en la ciudad de Cartagena, lo que racionalmente llaman la atención de un gran número de turistas. De igual forma, existen edificios residenciales, que son atractivos para los turistas debido a que estos poseen locaciones como piscinas, áreas de recreación, acceso a playas, y aunque son conscientes de la relación costo/beneficio que estos ofrecen, estos establecimientos no cuentan con el prestigio, reconocimiento y la legalidad

con la que lo hacen los establecimientos certificados, que además de cumplir con los requisitos de ley prestan mejor servicio y brindan seguridad a sus usuarios (Ávila y Pérez, 2014).

En contraste con lo anterior, para mejorar esta problemática, fue expedido el Decreto 2590 del 9 de julio del año 2009 por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que reglamenta y pone en cintura a la para hotelería en Colombia, lo cual ha sido tomada con mucho agrado por el gremio del turismo formal tanto en Cartagena como en todo el país. Sin embargo, no ha logrado eliminar la oferta de servicios de hospedajes mediante la alternativa de la para-hotelería (Vergara, 2014). De otro lado, este decreto legitima el sector turístico y hotelero de la ciudad de Cartagena, brindando nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo a las empresas de integran y dinamizan el clúster turístico de Cartagena (Arenas, 2009).

Metodología

Para el desarrollo de este estudio fue considerado el tipo de investigación cuantitativa, descriptiva y transversal, el cual permitió mediante el análisis racional y lógico, conocer las variables asociadas a la evaluación del comportamiento del turismo de masas en la ciudad de Cartagena de Indias. Es de tipo cuantitativo dado que el estudio utiliza variables cuantitativas relacionadas con los ingresos, presupuestos, consumo, etc., de los turistas mochileros; descriptivo debido a que se realizó caracterización de los elementos comportamentales desde el análisis del mercado de la oferta y demanda del grupo objeto de estudio, y de corte transversal, por el análisis del fenómeno temporal del turismo informal durante un periodo de tiempo en la cual se desarrolla la investigación, durante los años 2010 a 2017.

La población o mercado objetivo considerado correspondió al conjunto de turistas informales desconocidos que llegaron a la ciudad de Cartagena a vacacionar bajo la modalidad de turismo mochilero para el periodo 2010-2017. Y para el cálculo del tamaño de la muestra se estimaron los siguientes parámetros necesarios (Otzen y Manterola, 2017), relacionados a continuación:

Z: parámetro crítico del nivel de confianza del 95%, correspondiente a un valor de 1.96.

E: porcentaje de error 7%.

P: probabilidad de éxito 0,5.

Q: probabilidad de fracaso 0,5.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 p * q}{E^2}$$

Teniendo como resultado un tamaño de muestra de 196.

Para la recolección de la información primaria, se diseñó instrumento estructurado aplicado in Situ en 5 barrios de la Ciudad de Cartagena, San Diego en el Centro, Bocagrande y Marbella, de mayor preferencia para disfrutar de las experiencias turísticas y el valor patrimonial¹ (Brida, et al. 2011), del Corralito de Piedra. Como fuentes secundarias, se consideraron los documentos e informes de coyuntura económica turística objeto de estudio, provenientes de fuentes oficiales de entidades estatales y revistas científicas de alto impacto investigativo que aportaron información pertinente y valiosa a la investigación.

La información fue tratada y analizada sistemáticamente, utilizando las herramientas de la estadística descriptivas e inferencial correspondientes a las medidas de tendencia central (media, moda, mediana) y de dispersión (desviación estándar, valores mínimo y máximo). Seguidamente, luego de obtenida, procesada y analizada la información, se procedió al registro sistemático de los hallazgos más relevantes de la investigación.

Resultados

Análisis de la caracterización de las variables del turismo informal.

A continuación, se presentan los resultados del comportamiento de las variables más relevantes relacionadas con la oferta, demanda y preferencias en la práctica del turismo del grupo de jóvenes mochilero que visitan la ciudad de Cartagena.

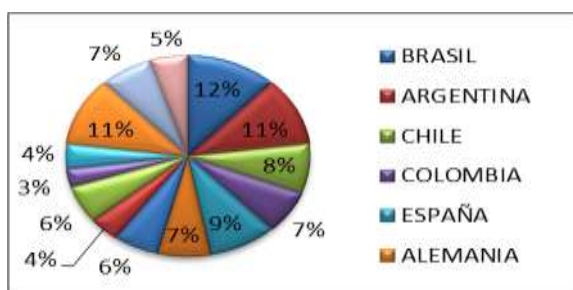
¹ La ciudad de Cartagena de Indias o Corralito de Piedra como también se le denomina, fue declarada patrimonio histórico de la humanidad por la UNESCO el 2 de noviembre de 1984, por sus fortalezas y conjunto de fortificaciones.

Procedencia u origen de los turistas

De acuerdo con los datos aportados por las encuestas realizadas, del total de turistas consultados el 24% presentan nacionalidad brasilera, 16% argentinos, el 10% chilenos y 7% colombianos (provenientes del interior del país), con lo que se puede aseverar que el 57% del total de los turistas mochileros, son originarios del cono sur de América. Por su parte, el otro 12% restante de los encuestados, son originarios de países europeos, tales como España con el 7%, Alemania e Italia 6%, Inglaterra, Holanda, Francia y otros países 4%.

De lo anterior, se correlaciona que más de la mitad de los turistas visitantes a Cartagena derivan de países emergentes, cuyo ingreso per cápita promedio para año 2016 fue de U\$15.358.16 dólares anuales, lo que contrasta con los bajos ingresos disponibles que poseen los turistas informales a la hora de acceder a la oferta servicios y productos turísticos formales de calidad. Contrario a lo anterior, el ingreso per cápita anual de regiones desarrolladas como EE. UU. y la Unión Europea, con U\$48.977.85.358.16 y U\$39.317.20 dólares, respectivamente, representa más del doble, respecto a las economías menos avanzadas (FMI, 2017). Otra de las razones, de la migración del turismo informal procedente de Latinoamérica, obedece a la cercanía de los países que integran esta última región, con la ciudad de Cartagena de indias (Colombia), contrario, a la lejanía que se tiene con países de la Unión Europea y Asia, cuando se evalúan los presupuestos de gastos relacionados con el transporte, alimentación, hospedaje y otros costos de viajes del turismo de masas (Mendoza, 2012).

Grafico II. Procedencia u origen de los Turistas.



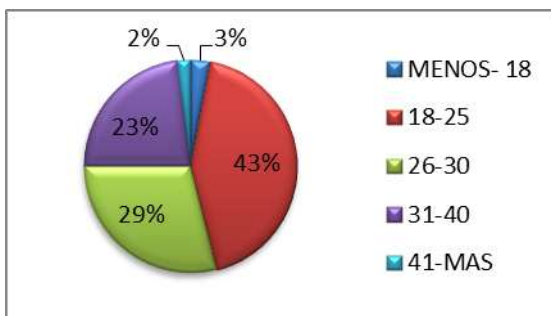
Fuente: Autores (2021).

Rango de edades de turistas

Dentro de los resultados del estudio se encontró que cerca del 72% de los encuestados poseen rangos de edades entre 18 y 30 años, mientras que 23% presentan edades entre 31 y 45 años, 3% son menores de 18 años y solo el 2% son mayores de 45 años. Es evidente, que estos rangos de edades contrastan con los identificados por las investigaciones realizadas por Uriely, et al (2002); Morris y Teye (2010), descritos en el marco referencial, confirmando que la relación ingresos y edad es directa, lo que explica que este grupo de jóvenes recién egresados de sus estudios universitarios, amantes de la libertad y la buena vida, poseen limitaciones de recursos económicos para cubrir todos los gastos en los que se incurre cuando se eligen destinos turísticos internacionales.

Otro elemento que se destaca, es la vocación de alto riesgo y gusto por las aventuras dentro de este grupo de jóvenes, lo que impulsa la toma de decisiones para realizar este tipo de turismo informal aún conociendo las dificultades y necesidades inherentes no disponibilidad de los recursos económicos suficiente para disfrute pleno de este tipo de turismo mochilero (Lugo, et al. 2014).

Gráfico III. Edades de los Turistas



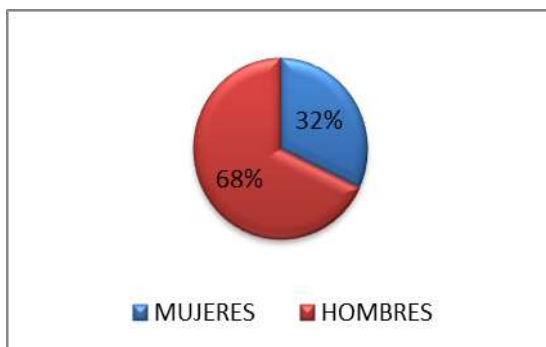
Fuente: Autores.

Genero

En cuanto al género del turista informal o mochilero, se encontró que

cerca del 68% son hombres y el 32% restantes son mujeres. El hecho de tener mayor cantidad de turistas jóvenes hombres se correlaciona con la mayor libertad de este género provenientes de países europeos y asiáticos para realizar turismo recreativo informal. También el género masculino se asocia con el riesgo, el cual es mayor cuando éste es asumido por los hombres, lo que permite tener comportamiento con mayor confianza en relación con las decisiones que impulsan el aprovechamiento de turismo de aventura y ecológico (Muñoz, 2016). Contrario al turismo del género masculino, el turismo informal realizado por el género femenino es menor dado que los factores impulsores relacionados con los recursos económicos, el riesgo y el miedo a viajar sin acompañante son determinantes en la decisión de hacer turismo informal (Díaz, 2012)-.

Grafico IV. Genero de los Turistas



Fuente: Autores.

Nivel educativo

En cuanto al grado de educación de las personas que acuden al turismo de masas, se tiene que el 67% de éstos posee estudios universitarios, el 22% estudios de postgrado, 7% estudios secundarios y solo el 3% estudios primarios. Estos resultados nos permiten inferir el alto nivel cultural y educativo que tienen los turistas que visitan Cartagena, dado que provienen de países desarrollados europeos, asiáticos y de EE. UU, como se evidencia en párrafo anterior relacionado con la procedencia de los turistas. Lo que con-

verge con el alto nivel cultural y nivel de ingresos de los jóvenes para visitar lugares turístico formales que ofertan productos y servicios de mayor calidad y costos (Riquelme, 2010; Lescano, 2017).

Grafico V. Nivel educativo de los turistas



Fuente: Autores.

Características del viaje

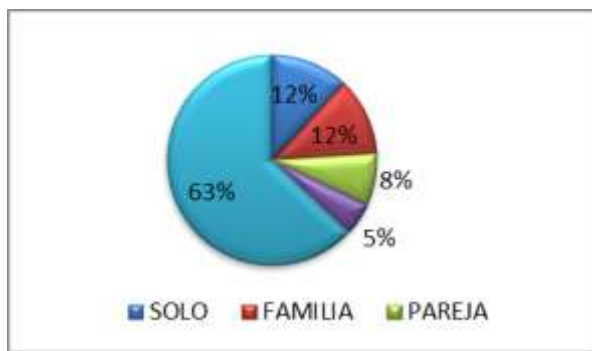
A continuación, se muestran cada uno de los resultados encontrados con relación a cada pregunta realizada a los turistas consultados en cuanto a las características y aspectos específicos del viaje, entre ellos, se destacan: ¿con quiénes viajan los turistas?, ¿tiempo de permanencia en la ciudad de Cartagena?, ¿presupuesto para estancia en Cartagena?, lugar de preferencia de alojamiento?, ¿motivo de viaje a Cartagena? y ¿nivel de satisfacción en la visita turística a la ciudad de Cartagena?

¿Con quiénes viajan los turistas?

A este primer interrogante mencionado en ítem anterior, los turistas respondieron con 63% en la preferencia de viaje con amigos, lo que se correlaciona, tanto con la tendencia en el rango de edades de los turistas encuestados, como con la preferencia de hacer viajes grupales con amigos y conocidos a fin de disfrutar y compartir sus experiencias. Contrario a lo anterior, solo el 12% de los turistas prefieren viajar solos por razones personales, dado que esto les permite tener contacto directo con nuevas culturas, participando de las actividades y exploraciones que puedan desarrollarse con estos nuevos grupos de amigos teniendo mayor libertad para estre-

char nuevas relaciones interpersonales. Otro 12% optan por viajar con la familia, principalmente, con esposos o esposas jóvenes (8%), hermanos con edades similares y familiares con edades cercanas (5%), dado que esto les permite apoyarse en los riesgos, exploraciones y aventuras significan, el pleno goce del turismo de masas.

Grafico VI. ¿Con quiénes viajan los turistas?



Fuente: Autores (2021).

¿Tiempo de permanencia en la ciudad de Cartagena?

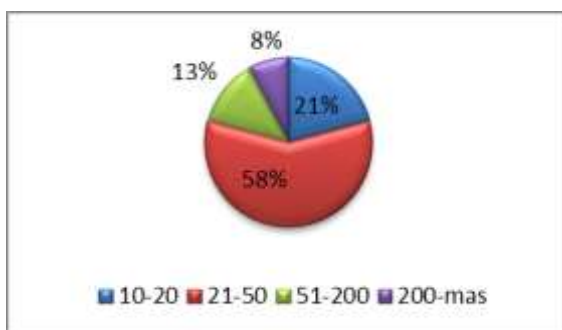
En cuanto a la permanencia en la ciudad de Cartagena, el mayor valor con 42% de los turistas, expresaron disfrutar solo entre, tres y cinco días, seguido del 22% que se quedan más de seis y menos de 10 días disfrutando del turismo informal y, de todas las formas de alegría y diversión que derivan de este tipo de alternativas turísticas. Para los rangos entre 1 y 3 días, se tiene el segundo valor más alto con 16%, no obstante, el disfrute de la estancia en los lugares seleccionados para hospedarse y disfrute en la ciudad, es menor, lo anterior, en razón a que estos jóvenes por la naturaleza misma del viaje informal, no poseen los ingresos suficientes para cubrir todos los gastos asociados con la demanda de bienes y servicios. Otra razón, se relaciona con la intención de conseguir empleo no formal con el propósito de cubrir sus gastos de viaje en la ciudad de destino. Otro grupo de viajeros con el 9% prefieren estar por dos semanas y un grupo menor al anterior 15%, tienen estadías por más de dos semanas. No obstante, esta alta permanencia está sujeta al aprovechamiento de ofertas en los paquetes turísticos de bajo costo, como también a las temporadas de baja ocupación turística en la ciudad

de Cartagena.

Presupuesto de los turistas para estancia en Cartagena

En relación con el presupuesto considerado para los turistas encuestados, éste tiene directa relación con la tasa de cambio de las monedas extranjeras de mayor valor como el Euro y el Dólar, los cuales presentan un efecto positivo en su cambio frente a monedas con menor valor como el peso colombiano, lo que genera ventajas y accesibilidad de los bienes y servicios ofertados por el sector turístico de alojamiento en la ciudad de Cartagena. En este sentido, el poder de cambio de las monedas antes mencionadas, hace que con poco presupuesto este grupo de jóvenes informales, puedan realizar sus aventuras informales considerando como destinos aquellos países emergentes con monedas de menor poder adquisitivo. Es así como, el 79% de los jóvenes mochileros logran viajar con bajos presupuestos que oscilan entre los U\$10 y U\$50 dólares. Otro grupo de turistas informales con rango de edades entre los 26 y 30 años, correspondientes al 21%, presupuestan para sus viajes entre U\$51 y más de U\$200 dólares en promedio para sus estancias turísticas en la Ciudad de Cartagena.

Grafico VII. Presupuesto de los turistas

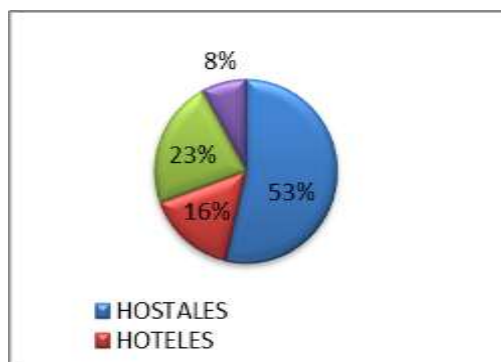


Fuente: Autores.

Lugar de preferencia de alojamiento

De acuerdo con los resultados de encuesta aplicada, los turistas mochileros expresaron como preferencias de primer orden con el 16% y 54%, contratar servicios básicos de alojamiento relacionados con la acomodación en hoteles económicos y hostales, respectivamente. Y, en segundo lugar, teniendo en cuenta las características relacionadas con las limitaciones en los ingresos de los turistas informales, cerca del 30 respondió preferencialmente alojarse en espacios de subarriendo como habitaciones, aparta estudios u hospedarse en casa de un amigo y/o familiares.

Grafico VIII. Preferencias de alojamiento de turistas



Fuente: Autores (2021)

Motivo de viaje a Cartagena

Entre las variadas razones que los turistas informales consideraron importantes para visitar la ciudad de Cartagena, se tienen las actividades que están relacionadas con el disfrute del sol y la playa, seguidas de las visitas ecoturísticas con 46% y 25%, respectivamente. Un grupo minoritario lo hacen con la intención de conocer de la historia y cultura de la ciudad de Cartagena (15%), así como también, para asistir a eventos de negocios o convenciones de estudios (6%).

Grafico IX. Motivo de viaje a Cartagena



Fuente: Autores.

Nivel de satisfacción en la visita a Cartagena

El nivel de satisfacción evaluado por los turistas mochileros estuvo relacionado con las visitas a los diferentes sitios turísticos visitados por éstos. Y los resultados observados permitió identificar que cerca del 69%, se sintieron plenamente satisfecho con las visitas realizadas a los monumentos históricos, las plazas, las iglesias, las playas y la cultura relacionada con la historia de la ciudad de Cartagena. Otro grupo con el 20% y edades menores a 26 años, expresaron su satisfacción por las visitas a bares, discotecas, restaurantes de bajos costos y plazas públicas.

Conclusiones

A partir de la caracterización y análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena, se logró conocer en este estudio de investigación, las causas, características y tendencias relacionadas, con las intenciones concretas del grupo de jóvenes mochileros para realizar sus viajes a los diferentes destinos del mundo, particularmente, a regiones emergentes, tales como los países que integran la región Centro y Sur de América.

Entre las principales características de este grupo de turistas informales se concluye que más de la mitad de los turistas visitantes a Cartagena derivan de países emergentes, cuyo ingreso per cápita promedio para el

año 2016 fue de U\$15.358.16 dólares anuales, lo que contrasta con los bajos ingresos disponibles que poseen los turistas informales a la hora de acceder a la oferta servicios y productos turísticos formales de calidad. Asimismo, se encontró que cerca del 72% de los encuestados poseen rangos de edades entre 18 y 30 años, mientras que 23% presentan edades entre 31 y 45 años, 3% son menores de 18 años y solo el 2% son mayores de 45 años.

Se destaca el alto porcentaje 67% en cuanto al nivel de formación profesional que poseen este grupo de jóvenes viajeros. Estos resultados nos permiten inferir el alto nivel cultural y educativo que tienen los turistas que visitan Cartagena, dado que provienen de países desarrollados europeos, asiáticos y de EE. UU.

Como preferencias de primer orden con el 16% y 54%, los turistas informales contratan servicios básicos de alojamiento en hoteles económicos y hostales, respectivamente. Y, en segundo lugar, dadas las limitaciones en los ingresos prefieren alojarse en espacios de subarriendo como habitaciones, aparta estudios u hospedarse en casa de un amigo y/o familiares. Entre las limitaciones en este proyecto de investigación se tienen que el estudio no consideró la aplicación de herramientas cuantitativas de correlación de variables, por lo que para investigaciones futuras relacionadas se recomienda el uso de técnicas multivariadas de datos que faciliten la correlación de las variables evaluadas.

Referencias bibliográficas

- Abrahão, Cinthia y Tomazzoni, Edegar (2018). **Conflictos de poder y estrategias territoriales: Un estudio de caso sobre las segundas residencias turísticas en Matinhos, Costa de Paraná-Brasil.** Estudios y Perspectivas en Turismo. Vol. 27, No. 1. Maracaibo, Venezuela. Pp. 01-23.
- Acerenza, Miguel Angel (2009). **Profesionalidad del agente de viajes y formación de su personal.** Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 1, No. 1. Buenos Aires, Argentina. Pp. 44-53.
- Aguirre, Patricia, Martínez, Luis y Banda, Humberto (2018). **Eventos culturales y alojamiento de lujo: El caso de la ciudad de Guanajuato, México.** Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 27, No. 1. Buenos Aires, Argentina. Pp. 43-64.

- Almirón, Analía, Bertoncetto, Rodolfo y Troncoso, Claudia Alejandra (2006). **Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina.** Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 15, No. 2. Buenos Aires, Argentina. Pp. 101-124.
- Aniyar, Sara (1996). **Política económica y recursos naturales: El caso de Saint Thomas, una economía turística caribeña.** Revista de Ciencias Sociales. Vol. 2, No.1. Maracaibo, Venezuela. Pp. 47-72.
- Arenas, Julio Enrique (2009). **Aproximacion a la Catagena Empresarial: Un analisis Coyuntural.** Fundacion Universitaria Tecnologico de Comfenalco. Recuperado el 22 de Junio de 2018, de <http://www.eumed.net/librosgratis/2009d/614/sector%20turistico%20en%20cartagena.htm>.
- Ávila, Agustín (2015). **Análisis del Turismo alternativo en comunidades indígenas de Chiapas, México.** Études Caribéennes. Vol 1. No. 1. Francia. Pp. 31-32.
- Ávila, Juan de Dios y Pérez Jhony Javier (2014). **Diseño de un plan estratégico a la corporación para la prevención y el salvamento marino (Corpresermar) la cual agrupa al cuerpo de salvavidas de la ciudad de Cartagena de indias año 2014-2015.** Doctoral dissertation. Universidad de Cartagena. Recuperado el 15 de Junio de 2018, de <http://190.242.62.234:8080/jspui/handle/11227/1330>.
- Barreto, Margarita (2003). **El aura de los objetos reales, el tiempo y el futuro del turismo.** Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 2, No. 3. Buenos Aires, Argentina. Pp. 227-237.
- Barrios, Eduardo (2009). **Proyecto de ley busca frenar la parahoteloría.** El Universal. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de <http://www.eluniversal.com.co/v2/cartagena/politica/proyecto-de-ley-busca-frenar-la-parahoteloria>.
- Bilen, Mahmut, Veli Yilanci y Hakan Eryüzlü (2017). **Tourism development and economic growth: a panel Granger causality analysis in the frequency domain.** Journal Current Issues in Tourism, Vol. 20, No. 1. London, England. Pp. 27-32.
- Borja, Luis (2010). **Fundamentos de Economía de la Empresa Turística.** Barcelona. Antoni Bosch. Pp. 215.

- Brida, Juan Gabriel, Zapata Sandra y Giraldo Claudia (2010). **Análisis del perfil y satisfacción de los pasajeros de cruceros que visitan el puerto de Cartagena de Indias.** Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local, Habana, Cuba. Vol. 3, No. 8. . Pp.1-8
- Brida, Juan Gabriel; Monterubbianesi, Pablo Daniel y Zapata Sandra (2011). **Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia.** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 9, No. 2. España Pp. 291-303.
- Camacaro, Leriz, Rodríguez, Maritza, Caldera Nelly y Cestary Janet (2012). **Visión actual del desarrollo turístico urbano de Maracaibo. Método Delphi.** Revista de Ciencias Sociales. Vol. 18, No.3. Maracaibo, Venezuela. Pp. 152-167.
- Castro, Judith Alejandra, Cruz, Erika y Vargas, Elva Esther (2018). **Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística.** Revista de Ciencias Sociales. Vol. 24, No.3. Maracaibo, Venezuela. Pp. 9-20.
- Cavalcanti, Sofia (2016). **Etnopaisajes en las metrópolis brasileñas: migración, comunicación y sentimiento de pertenencia.** Barcelona. Editorial UOC. Pp. 170.
- Chen, ChingFu y Chiou-Wei, SongZan (2009). **Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea.** Tourism Management, Vol. 30, No.6. Oxford. Pp. 812-818.
- Clancy, Michael (1999). **Tourism and development evidence from Mexico.** Annals of Tourism Research, Vol. 26, No.1. Londres. Pp. 1-20.
- Cohen, Erik (1972). **Toward a sociology of International Tourism.** En Social Research, Vol. 39, No.1. Canadian. Pp. 164-182
- Corporación de Turismo de Cartagena de Indias (2013). **Indicadores Turismo Cartagena de Indias.** Cartagena. CTC. Recuperado el 15 de Mayo de 2018, de http://www.cartagenadeindias.travel/corporacion-institucional_sitcar-5
- Corporación Turismo Cartagena de Indias (2015). **Retos y realidades: El Sector Turístico en Cartagena de Indias.** CTC. Recuperado el 26 de

- Abril de 2018, de www.cartagenadeindias.travel/cargar_imagen.php?tipo=21&id=725&thumbnail
- Díaz, Elena y Domínguez, David (2017). **Conflictividad en el desarrollo de un destino turístico emergente. Notas para el estudio de la gobernanza en Mompiche, Ecuador.** Revista El Turismo en el Mundo Rural, Vol. 18, No.1. España. Pp. 91-110.
- Díaz, Isis (2012). **Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México).** *Pasos.* Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 10, No.5. España. Pp. 531-542.
- Díaz, Jaime (2011). **La hotelería informal y la competitividad turística de la ciudad de Cartagena.** Revista Aglala, Vol. 2, No.1. Cartagena, Colombia. Pp. 70-103.
- Fernández, Manuela y Puig, Antonio (2002). **El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana.** *CIRIEC-España.* Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, Vol. 41, No.1. España. Pp. 183-212.
- Figuerola, Manuel (2012). **Teoría Económica del Turismo.** Madrid: Alianza Universidad Textos. Pp. 434.
- Fondo Monetario Internacional (2017). **Promover el crecimiento inclusivo.** Recuperado el 25 de Octubre de 2018. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2017/eng/assets/languages/IMF-AR17-Spanish.pdf>
- Garay, Lluís (2010). **La Estructura del Turismo Genérico .** Catalunya: Editorial UOC. Pp. 134.
- Hunziker, Walter y Krapf, Kurt (1941). **Tourism as the sum of the phenomena and relationships arising from the travel and stay of non-residents.** Publications Aiest Association International expert scientific tourism. Vol. 1, No.1. Pp. 17.
- Iranzo, Juan, Pedrosa, Mónica y Salido, Javier (2005). **Estructura Económica de los Mercados Turísticos.** Madrid: Instituto de Estudios Económicos. Pp. 202.
- Kessler, Linneth (2015). **Diagnóstico y propuestas para el desarrollo del turismo de lujo en Tenerife.** Universidad de la Laguna. Recuperado el 18 de Julio de 2018, de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915->

/925/Diagnostico+y+Propuestas+para+el+Desarrollo+del+Turismo+de+Lujo+en+Tenerife.pdf;jsessionid=91ce7affb28c977160826ba5fa1c4060?sequence=1

- Lescano, Diana (2017). **Perfil del Turista Mochilero que Visita la Provincia de Trujillo en el Año 2017**. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado el 6 de Mayo de 2018, de http://repositorio.ucv.edu.-pe/bitstream/handle/UCV/10016/lescانو_ad.pdf?sequence=1
- Lillo, Fernando y Taucare, Héctor (2018). **El cambio de paradigma en el turismo sustentable Las implicancias para su gestión**. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 27, No.1. Buenos Aires, Argentina. Pp. 140-157.
- Lima, Sergio, Lima, Diego, Araujo, Francisco y Lucio, Aurio (2018). **Materialismo, individualismo y consumo colaborativo en turismo**. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 27, No.1. Buenos Aires, Argentina. Pp. 24-42.
- Lopes, Cibele, Melo María y França, Ailine (2018). **Turismo colaborativo: Un nuevo modelo de negocios en el rubro de la alimentación brasileña**. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 27, No.1. Buenos Aires, Argentina. Pp. 84-101.
- López, Tomás, Borges, Osvaldo y Castillo, Ana María (2011). **Desarrollo económico local y turismo comunitario en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso**. Revista de Ciencias Sociales. Vol. 24, No.3. Maracaibo, Venezuela. Pp. 113-130.
- Lu, Zhijian (2013). **Plan de promoción de rutas turísticas del destino turístico China**. Universidad de Málaga. Recuperado el 18 de Mayo de 2018, de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630-5786/Lu%20ZhiJian%20Trabajo%20fin%20de%20master_2013.pdf?sequence=1.
- Lugo, Ismael, Pontón, Fabiana Bula, Kristina (2014). Diagnóstico del Turismo Aventura en el Uruguay. **Universidade de Caxias Du Soul**. Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de https://www.ucs.br/ucs/-eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/06/04_35_33_lugo_ponton_bula.pdf.

- Maior-Cabanne, Cibele, Luft, María y De Abreu, Aline (2018). **Turismo colaborativo**. Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 27, No.1. Buenos Aires, Argentina. Pp. 84-101.
- Martín, Antonio (2014). **El turismo «backpacker» en Chile como expresión de una subcultura juvenil global**. Cuadernos de Turismo, Vol. 34, No.1. Madrid, España. Pp. 165-188.
- Mathienson, Alister y Wall, Geoffrey (1982). **Tourism: Economic, Physical and Social Impacts**. Londres: Longman. Pp. 208.
- Matos, Nelson (2013). **Opciones turísticas para la comunidad minera de Moa en Baracoa** (Doctoral dissertation). Instituto Superior Minero Metalúrgico de MOA. Recuperado el 13 Junio de 2018, de <http://ninive.ismm.edu.cu/bitstream/handle/123456789/2782/matos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Menchero, Miriam (2017). **Las fortificaciones de Cartagena de Indias y su función turística en el turismo cultural de la ciudad**. Methaodos, Revista de Ciencias Sociales. Vol. 5, No.1. Colombia. Pp.100-118.
- Mendivelso, Jeffer y Rivas, Daniel (2010). **Institucionalización del turismo internacional en Cartagena de Indias durante la primera década del siglo XXI**. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Vol. 331, No. 74. Barcelona, España. Recuperado el 25 de Junio de 2018, de <https://www.raco.cat/index.php/ScriptaNova/article/view/200053>.
- Mendoza, Gloria (2012). **Análisis del sector turismo en Cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad** (Doctoral dissertation). Universidad del Rosario. Recuperado el 28 Junio de 2018, de HYPERLINK <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3662/1018407436-2012.pdf?sequence=3>.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2012). Fondo de Promoción Turística de Colombia. Investigación Internacional de Mercados para la Región de América. Recuperado el 05 de Marzo de 2018, de HYPERLINK "https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/INVESTIGACION_INTERNACIONAL_DE_MERCADOS_PARA_LA_REGION_DE_AMERICA.PD" https://fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/investigacion_internacional_de_mercados_para_la_region_de_america.pdf.

-
- Moreno, Marysela y Moreno, Milángela (2016). **Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela.** Revista de Ciencias Sociales. Vol. 22, No.2. Maracaibo, Venezuela. Pp. 111-131.
- Morris, Cody y Teye, Victor (2010). **Backpacker Motivations: A Travel Career Approach.** En Journal of Hospitality Marketing & Management, Vol. 19, No.1. United Kingdom. Pp. 244–259.
- Muñoz, Francisco (2003). **El turismo explicado con claridad.** Madrid: Libros en Red. Pp. 148
- Muñoz, Raúl (2016). **Turismo cultural: la experiencia mexicana.** Cuaderno Virtual de Turismo, Vol. 3, No.1. Mexico. Pp. 18-33.
- Nechar, Marcelino (2018). **Epistemología del turismo. Regiones y Desarrollo Sustentable,** Vol. 1, No.1. Mexico. Pp. 133-155
- O'reilly, Camille (2006). **From drifter to gap year tourist. Mainstreaming Backpacker Travel.** Annals of Tourism Research, Vol. 33, No.1. Londres. Pp. 998-1017.
- Ok-Oh, Chi (2005). **The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy.** Tourism management, Vol. 26, No.1. Oxford. Pp. 39-44.
- Ooi, Natalie y Laing, Jennifer (2010). **Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivation.** Journal of Sustainable Tourism, Vol. 18, No.2. England. Pp.191-206.
- Organización Mundial del Trabajo (2012). **El turismo internacional alcanza la cota de los mil millones.** OMT. Recuperado el 20 de Abril de 2018, de <http://www.unric.org/es/actualidades-/499-omt-el-turismo-internacional-alcanza-la-cota-de-los-mil-millones>.
- Orgaz, Francisco (2013). **El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados.** Nómadas. Revista Científica Complutense, Vol. 38, No.2. Madrid. Pp. 1-13

- Otzen, Tamara y Manterola, Carlos (2017). **Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio**. International Journal of Morphology, Vol. 35, No.1. Chile. Pp. 227-232.
- Oyarzun, Fernando Taucare, Héctor (2018). **El cambio de paradigma en el turismo sustentable: Las implicancias para su gestión. Estudios y perspectivas en turismo**, Vol. 27, No.1. Buenos Aires, Argentina. Pp.140-157.
- Paramati, Sudharshan Alam, Samsul y Chen, Cchin Fu (2017). **The effects of tourism on economic growth and CO2 emissions: a comparison between developed and developing economies**. Journal of Travel Research, Vol. 56, No.6. United State. Pp. 712-724.
- Pardo, Jennifer y Pavia Gabriela (2013). **El mercadeo de turismo rural en el departamento del Quindío**. Universidad Icesi. Recuperado el 2 Agosto de 2018, de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76682/1/mercado_turismo_rural.pdf.
- Peralta, Luis (2018). **Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico del impacto del turismo receptivo en la economía peruana en el periodo 2004-2015**. Universidad de Lima. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/6054>.
- Pousada, Rafael (2018). **España, un país turístico emergente, 1900-1939**. Revista Pasado Abierto, Vol. 4, No.8. España. Pp. 27-51
- Ricaurte, Carla y Baquerizo, Susan (2017). **Asociación, auto organización y agencia: Características del trabajo ambulante en cuatro playas de la costa ecuatoriana**. Revista de Ciencias Sociales. Vol. 23, No.4. Maracaibo, Venezuela. Pp. 65-80.
- Richards, Greg (2001). **El desarrollo del turismo cultural en Europa**. Estudios turísticos, Vol. 1, No.150. España. Pp. 3-13.
- Richards, Greg y Wilson, Julie (2005). **Backpacker tourism: the contemporary face of youth tourism**. Academia, Vol. 1, No.1. Pp. 1-25
- Riquelme, Carlos, Oyarzún, Eduardo y Peña, Karina (2010). **Caracterización de la demanda turística en un destino de intereses**

- especiales: Caso Caleta Tortel (Chile).** Revista Líder, Vol. 16, No.12. Chile. Pp. 173-193.
- Sancho, Amparo (2008). **Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.** Recuperado el 16 de Abril de 2018, de HYPERLINK "<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/-INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>" <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introduccion-al-turismo-omt.pdf>.
- Scheyvens, Regina (2002). **Annals of Tourism Research**, Vol. 29, No.1. Great, Britain. Pp. 144-164.
- Seguí, Miguel (2006). **La difícil implantación de modelos de turismo sostenible en países en vías de desarrollo a través de la cooperación.** Aportes y Transferencias, Vol. 10, No.1. Argentina. Pp .78-87.
- Sokhanvar, Amin, Çiftçioğlu, Serhan y Javid, Elyeh (2018). **Another look at tourism-economic development nexus.** Tourism Management Perspectives, Vol. 26, No.1. Pp. 97-106.
- Soler, Ana (2014). **¿Es el turismo mochilero sostenible?: Consecuencias del turismo mochilero en Laos.** Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/36961/6/asolerjefg0614memoria.pdf>.
- Spreggero, Matías y Velázquez, Florencia (2017). **Turismo Backpacker: viajar como mochileros.** Instituto Superior en Turismo. Recuperado el 18 de Mayo de 2018, <http://repotur.yvera.gob.ar/bitstream/handle/-123456789/10471/turismo%20backpacker%20viajar%20como%20mochileros.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Tapia, Adriana y Escobar Cristian (2015). **La Parahotelería en el Distrito Turístico y Cultural de Cartagena y sus efectos Economico-sociales.** Universidad de Cartagena. Recuperado el 22 de Junio de 2018 <http://190.242.62.234:8080/jspui/handle/11227/2094>.
- Uriely, Natan, Yonay, Yuvay y Simchai, Dalit (2002). **Backpacking experiences.** Annals of Tourism Research, Vol. 29, No.2. Londres. Pp. 520-538.

- Vázquez, Genoveva, Pérez, Leonor y Martínez Rogelio (2016). **Factores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos.** Revista de Ciencias Sociales. Vol. 22, No.1. Maracaibo, Venezuela. Pp. 85-97.
- Vergara, Emmanuel (2014). **La economía informal y las pymes en Cartagena.: la informalidad económica en los centros urbanos.** Universidad de Cartagena. Recuperado el 19 de Mayo de HYPERLINK <http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/2435/1/LA%20ECONOMIA%20INFORMAL%20Y%20LAS%20PYMES.pdf>.
- Wilson, Juie, Richards, Greg Macdonnel, Ian (2008). **Intracommunity tensions in backpacker enclaves: Sydney's Bondi Beach. Backpacker tourism: Concepts and Profiles**, Vol. 1, No.1. United Kingdom. Pp. 199-214.
- Yap, Ghialy Saha, Shrabina (2013). **Do political instability, terrorism, and corruption have deterring effects on tourism development even in the presence of UNESCO heritage? A cross-country panel estimate.** Tourism Analysis, Vol. 18, No.5. United State. Pp. 587-599.