

## **EL TURISMO EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA EN COLOMBIA. ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA Y SU SOSTENIBILIDAD**

**Tourism in the city of Santa Marta in Colombia. Analysis of the advantages of foreign investment and its sustainability.**

**María Victoria Jiménez Aristizabal<sup>1</sup>**

### **Resumen**

Es indudable la importancia del sector turístico en la economía mundial, nacional y local, con avances ligados a la sociedad, cultura y desarrollo tecnológico desde sus orígenes, así como su aporte a la economía global. La ciudad de Santa Marta DTCH, con unas condiciones propias muy diferentes a las del resto de urbes en el mundo, recibe un considerable número de visitantes al año, lo cual influye de manera directa en su economía. Diferentes planeaciones y estrategias políticas han buscado un mayor desarrollo de esta actividad turística en la zona, pero es necesario preguntarse si han sido las medidas más apropiadas para tal objetivo, dado que parecen tener un alcance limitado para los problemas básicos de la ciudad; solucionar esto es imprescindible para un mayor desarrollo turístico y provocar una mayor inversión extranjera en la actividad turística. Se debe buscar, entonces, desarrollar aquellas medidas conforme a las particularidades culturales, históricas ambientales y sociales de la zona, a las cuales, tal vez, no se ha obtenido el rendimiento más apropiado. Para lograrlo, son necesarios distintos avances y esfuerzos mutuos de los sectores

---

<sup>1</sup> Abogada. Candidata a Magíster en Derecho Comercial y Financiero en la Universidad Santo Tomás, Bogotá.  
Correo: [vickyja13.mvja@gmail.com](mailto:vickyja13.mvja@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5249-2280> CvLAC: <https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/EnRecursoHumano/inicio.do>.

público o privado para la creación de una marca propia, que produzca el rendimiento adecuado a las características incomparables de la ciudad; y que, en consecuencia, genere el aumento de la inversión extranjera en la misma, siempre desde unas premisas de sostenibilidad para asegurar un futuro de equilibrio entre los diferentes factores.

**Palabras clave:** Turismo, Santa Marta, Inversión extranjera, sostenibilidad.

### **Abstract**

The tourism sector is vital in the international, national, and local economy, with multiple advances related to society, culture, and technological development since their beginnings, with undeniable input to the global economy. The town of Santa Marta is very different from the other cities of the world, receives a notorious number of visitors every year, which is redundant in her local economy. The various political plans and strategies have been looking for bigger development in this region. Still, it is necessary to question if the measures have been the most appropriate in this respect because they look like having a limited scope and don't sort up the basic problems of the town. This is necessary for the development of tourism and provokes an increase in foreign investment in this activity, which could pass for appropriate development of the region's cultural, historical, ambiental, and social. Maybe they have not been used enough, like this to create their creation of own brand that performance at the incomparable characteristics of Santa Marta, and as a consequence, an increase of foreign investment in the town, always since premises of sustainability to ensure a future of balance between the different factors.

**Keywords:** Tourism, Santa Marta, Foreign Investment, Sustainability.

## **Introducción**

Con esta investigación se busca proponer soluciones para mejorar la inversión extranjera para el sector turístico en la ciudad de Santa Marta DTCH, Colombia, teniendo en cuenta sus problemáticas ambientales, desde la sostenibilidad, las instituciones y la ley. Primero, es importante analizar el concepto de turismo, que es un fenómeno económico, social y cultural en el cual se genera el desplazamiento de personas a territorios que no hacen parte de su entorno habitual (Aguilera et al., 2016). Las personas que realizan estos desplazamientos se denominan viajeros y es una de las actividades económicas más importantes en el mundo, ya que genera 1 de cada 11 de la totalidad de empleos, además aporta el 10% del PIB a nivel mundial (OMT, 2016). Como cualquier actividad económica, el turismo necesita aportes importantes, es ahí donde entran los inversionistas públicos y/o privados que aportan el capital, la infraestructura, etc.

En segundo lugar, está el concepto de inversión extranjera. Que, en Colombia, se entiende como aquella inversión de capital del exterior en territorio colombiano, se incluyen las zonas francas. Este capital proviene de inversionistas que no residen en Colombia (Dec. 2080, 2000). Se ha registrado un aumento de la inversión extranjera a nivel mundial en las últimas décadas y, en el caso específico de Colombia – ubicada en América del sur y con presencia en los dos océanos (Atlántico y Pacífico) y un mar (el Caribe) – existe una pequeña ciudad a orillas del último gran cuerpo de agua. El nombre de esta ciudad es Santa Marta DTCH, la segunda ciudad más antigua del continente americano fundada por colonizadores.

Tercero, el sector turístico en la ciudad de Santa Marta DTCH es, en cuanto a su crecimiento y desarrollo a futuro, uno de los más prometedores de la nación. Esto no la exime de problemáticas o situaciones que distan mucho de ser perfectas, pues presenta falencias en diferentes aspectos, tales como el alcantarillado, el acceso al agua potable, el mal manejo de las basuras, la energía eléctrica deficiente, el mal estado de las carreteras, la informalidad, sin olvidar la caída del sector durante la Pandemia del COVID-19, aspectos que han amenazado el crecimiento económico local.

A pesar de lo anterior, en la ciudad de Santa Marta el sector turístico es uno de los más sobresalientes y con un mayor crecimiento y proyección al futuro. La ciudad cuenta con cualidades como riqueza natural, cultural y gastronómica; y en relación a la inversión extranjera en el sector turístico en Santa Marta, ha habido un gran crecimiento en los últimos años.

Esta investigación toma como base las problemáticas medioambientales. En primer lugar, es indispensable identificarlas con el fin de observar cómo pueden afectar el desarrollo y las inversiones al sector, para luego poder ofrecer soluciones. Además de esto, se propone analizar la ley colombiana, los planteamientos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, y también Organismos internacionales. Para, así, indicar soluciones o nuevos planteamientos al respecto. Es necesario preguntarse, por tanto, si el enfoque de la industria del turismo en Santa Marta es apropiado en la actualidad. O si, por el contrario, se basa en decisiones centradas en el beneficio económico inmediato, sin tener en cuenta las tendencias globales de sostenibilidad, el posicionamiento de marca de la ciudad y las reformas de tipo estructural. También, se busca proponer un concepto de turismo centrado en las ventajas naturales, culturales e históricas, que permitan un mayor desarrollo de esta industria en la

zona (Francesch, 2004). Todo para llegar a una promoción de esta que implique, como consecuencia necesaria, una mayor inversión extranjera en el turismo de Santa Marta.

El propósito de esta investigación es analizar estas problemáticas y plantear soluciones prácticas. Para realizarla se le dio a la investigación un enfoque cualitativo, con un alcance explicativo. Las técnicas de investigación fueron la conversación con inversores y expertos del sector turismo. Se llevó a cabo la revisión del Plan de ordenamiento territorial de la ciudad, pronunciamientos del ministerio de Industria, Comercio y Turismo, leyes afines, o pronunciamientos hechos por organismos internacionales como la OMT (Organización Mundial de Turismo), CAF (“Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe”). Las búsquedas de bases de datos, tales como, Scielo, Dialnet, así como revistas científicas, entre otros, se constituyeron en las herramientas de investigación.

El artículo se estructura de la siguiente manera: Primero, se aborda el concepto de turismo como fenómeno histórico, económico y cultural. Segundo, la inversión extranjera en el sector turismo, estudiando la definición de inversión extranjera, su importancia en el turismo, crecimiento económico, así como en la economía en los distintos niveles. Tercero, se trata el caso particular de Santa Marta DTCH como ciudad y, en relación a lo anterior, el turismo en el POT de Santa Marta. Por último, se hacen algunas propuestas para la mejora y crecimiento del sector.

Así las cosas, el problema jurídico planteado en la investigación es el siguiente: ¿cómo mejorar el flujo de inversión extranjera en el sector turismo en Santa Marta DTCH, pese a las problemáticas ambientales, teniendo como distintivo la sostenibilidad, las instituciones y la ley?

## **1. Concepto de Turismo**

Según la OMT, (2017) el turismo es un fenómeno económico, social y cultural, cuya característica principal es el desplazamiento de personas a lugares a los cuales no acuden de manera habitual; por lo que estas personas, al desplazarse, generan movimientos económicos. Puede considerarse, de este modo, el turismo como un pilar esencial para el desarrollo e impulso de las economías nacionales en distintos niveles, al requerir los bienes y servicios relacionados con la actividad (Álvarez y Gil, 2019).

### **1.1. Historia y evolución**

Los desplazamientos de la población a distintos territorios por razones diversas se han producido desde la antigüedad, pero estos viajes no pueden considerarse como turísticos en sí, pues fueron provocados a causa de guerras, movimientos migratorios, búsqueda de recursos o cualquier otra causa diferente a la del ocio, descanso, cultura, salud, negocios. El verdadero «fenómeno turístico» surge en el siglo XIX (Faraldo y Rodríguez, 2013).

Históricamente, el surgimiento del turismo masivo se da en paralelo a la Revolución Industrial, puesto que la modernidad permitió la existencia de factores determinantes que beneficiaron los viajes y procesos afines (Moreno, 2013). Estos factores serían la reducción en los costos de transporte por el desarrollo de la máquina de vapor, que se aplica en locomotoras y barcos; también, el nacimiento de la clase proletaria, que se constituye en fuente del turismo en masas (Faraldo y Rodríguez, 2013). Además, la burguesía como clase con recursos económicos se convierte en impulsora del turismo de élite.

En los inicios del siglo XX, destacan los avances tecnológicos aplicados al transporte. Entre ellos la producción en fábricas de automóviles, o el desarrollo del transporte por aire.

La transición de los viajes marítimos a aéreos supone un significativo avance, pues las distancias se ven disminuidas. También, se empiezan a generar en las ciudades servicios pensados para el sector turístico. Sin embargo, el crecimiento del sector se ve frenado por las dos Guerras Mundiales y por la decadencia en la Gran Crisis de los años treinta, volviéndose a activar décadas después, ya en la segunda mitad del siglo XX (Moreno, 2013).

Ahora bien, volviendo al contexto local, en la Perla de América el turismo nació como una actividad ‘salvadora’ para la economía, en la que aún están puestas las esperanzas para su progreso. El Camellón o Paseo Peatonal Rodrigo De Bastidas se encuentra en la bahía, bordea la playa y está en avenida del Fundador (carrera primera) entre las calles Cangrejalito (calle 10) y la Santa Rita (calle 22).

Según la Academia de Historia del Magdalena en 1907 Santa Marta tenía la necesidad de crear condiciones adecuadas para que las personas tuvieran a la Bahía como un lugar de recreación y esparcimiento (Moreno, 2013). Para reafirmar su incorporación a la actividad turística, se construyeron baños de mar sobre ruinas que pertenecieron a la batería de Santa Bárbara, e hicieron una zona elevada mar adentro con dos módulos sobre una plataforma, el segundo módulo contaba con un largo pasillo con baranda.

## **1.2. Clases de Turismo**

Las formas en las que el turismo puede realizarse son tan amplias como los viajeros mismos (Francesch, 2004). La ciudad de Santa Marta por su parte es una de las ciudades más atractivas para los turistas, pues las opciones que tiene para ofrecer son frescas, autóctonas y acordes con el turismo experiencial de hoy en día (Álvarez y Gil, 2019).

### **1.2.1. Turismo de sol y playa**

Este es un factor de impacto de la ciudad, pues la capital del Magdalena cuenta con decenas de playas, destacando las pertenecientes al Parque Tayrona, aunque no son las únicas. Esta modalidad ha tenido un mayor desarrollo en Colombia en los últimos años, con un aumento progresivo en el número de turistas interesados. Se ha visto esta modalidad de turismo como predatoria que afecta grandemente el entorno donde se desarrolla, pues no respeta la capacidad de carga de los destinos. Sin embargo, el turismo de sol y playa desarrolla la actividad económica de aquellos destinos turísticos donde se desarrolla, es uno de los principales ingresos de la ciudad, se opta por una modalidad responsable (Aguilera et al., 2016). Por ello, se trata de disminuir el impacto haciendo limpiezas de las playas periódicamente, se impide el acceso para que las playas se recuperen. El parque Tayrona cierra sus puertas algunas veces al año, teniendo en cuenta estrategias para la recuperación natural de las zonas costeras (Aguilera et al., 2016).

### **1.2.2. Ecoturismo**

Esta modalidad se desarrolla en áreas naturales donde lo que importa es apreciar y conocer cómo se compone la naturaleza de un lugar, entre estos componentes se encuentran la fauna y flora. En la ciudad y sitios aledaños se realizan actividades como senderismo, avistamiento de aves, camping, entre otras. Los lugares más reconocidos para ello son Minca y Parque Tayrona. Dentro de esta modalidad de turismo se incluye el turismo de aventura, el cual consiste en llevar a cabo actividades recreativas y de adrenalina siempre con el objetivo de permanecer en contacto con la naturaleza.

A pesar de lo interesante y llamativo de estas acciones, se deben considerar las consecuencias que pueden derivar de esas actividades, positivas y/o negativas. Algunos de los impactos negativos son las diferentes alteraciones físicas del medio natural que puede

generar el crecimiento de la industria turística (Soto de Anda y Santos, 2024); son tan variadas como las modificaciones y el deterioro del ecosistema natural que compone los ecosistemas terrestres o acuáticos. También, los residuos peligrosos que pueden generar contaminación en los suelos o fuentes hídricas (verter aguas residuales en los ríos, aceites, otros desechos industriales, etc.).

Otra modalidad es el turismo rural, que se caracteriza por buscar activamente la convivencia e interacción entre el turista y los campesinos que residan en el lugar, para así conocer el estilo de vida del campo, su cultura y distintas maneras de ver la vida, observando la diferencia con respecto a las grandes urbes. En la ciudad de Santa Marta, pobladores de fincas aledañas a Calabazo se están enfocando en este sentido; de igual manera, miembros de comunidades indígenas que viven en la Sierra Nevada de Santa Marta, optan por participar directamente como guías turísticos.

### **1.2.3. Turismo cultural**

Es aquella modalidad que se compone de las actividades realizadas por el turista con el objetivo de adquirir conocimientos y experiencias al presenciar, estudiar y aprender las características de un destino geográfico en particular. Dentro de este se pueden encontrar modalidades como el gastronómico y el religioso. El turismo gastronómico no se encuentra limitado a un solo periodo de tiempo y se desarrolla todo el año, atrae a poblaciones que buscan la comida como su principal atractivo. A este respecto, Santa Marta goza de una gastronomía rica y variada desde dulces (cocadas) hasta salados (productos del mar, arroces mixtos, cayeye), también bebidas y demás para alegrar el paladar. Por otro lado, debido a la riqueza cultural la ciudad es visitada por personas que buscan enriquecimiento educativo, que tienen el propósito de aprender sobre temas como monumentos históricos (Quinta San

Pedro Alejandrino, Parque de Bolívar), museos (Museo del Oro), cosmogonías (Ciudad Perdida, Pueblito), entre otros.

#### **1.2.4. Turismo LGBT+**

Es una forma de turismo que ha tomado importancia en las nuevas generaciones. Aunque el viajero LGBTQ+ no realiza una actividad específica, las condiciones que buscan para realizar turismo son la tranquilidad, la no discriminación, respeto a la diversidad y que existan espacios abiertos con seguridad para su integridad. En este sentido, Santa Marta, famosa por su calidez, brazos abiertos y apertura a las diferencias, es el sitio perfecto para recibir a visitantes de esta comunidad.

### **1.3. Importancia del turismo en la economía**

#### **1.3.1 Escala nacional**

Según el artículo 1 de la Ley 300 de 1996 que versa sobre la importancia de la industria del turismo en el país, aunque este artículo fue modificado por la Ley 1558 (art.2) de 2012, dice la industria del turismo es esencial para el desarrollo de Colombia (entidades territoriales, regiones y provincias). Además, el turismo cumple con una función social para las comunidades.

Así, la OMT (2012) y otros entes internacionales, han reconocido los méritos del país para generar confianza hacia los diferentes mercados emisores, así como también en lograr consolidar los atractivos y recursos turísticos que tiene por ofrecer y su aprovechamiento de la realidad. Así, se ha cimentado el puesto de Colombia como destino turístico a nivel internacional, con una considerable recuperación en las industrias vinculadas al turismo colombiano, visible en varios indicadores principales (Montoya y Peña, 2017). En este

contexto, se abre la posibilidad al planteamiento de retos novedosos, para aprovechar las oportunidades existentes en el entorno actual.

En consonancia con lo anterior, Colombia es un país líder en el desarrollo de la actividad turística dentro de Latinoamérica que se ha destacado, especialmente, por su dinamismo. Según informes (Mincit, 2023), durante el mes de julio del año 2023, Colombia albergó a 494.607 viajeros que provenían del exterior, esta cifra tiene un alza de 12,6 % ante la cifra del mismo periodo de 2022, donde se registró el ingreso de 439.161 visitantes. De igual manera, la cifra de viajeros, entre los meses de enero y julio de 2023, aumentó a 3'246.478, que representa un porcentaje de 32,3 % por encima de la misma época del año anterior. De estos viajeros que abordaron en los primeros siete meses del año anterior, entre ellos 2 '331.132, provenían de fuera de Colombia, con motivos como descanso y esparcimiento. De manera análoga, los visitantes que ingresaron a los Parques Nacionales Naturales aumentaron de enero a julio de 2023 con 947.062 visitantes; esta cifra es superior en un 13,1% respecto al mismo periodo del año 2022 (Mincit, 2023).

Por lo cual, al revisar estas cifras se refleja la importancia del turismo para el Gobierno del país llamándolo “el nuevo petróleo de Colombia”. Mostrándose como la opción factible y rentable para el desarrollo sostenible, que aprovecha las características de la nación (diversidad biológica, de paisajes y culturas) con el objetivo de aumentar su competitividad y tomar esta actividad como opción para mayores beneficios económicos, como la generación de divisas; particularmente, para la creación de trabajo y mejorar la calidad de vida de la ciudadanía (Montoya y Peña, 2017). En otras palabras, el turismo ha provocado un redescubrimiento de la nación, generando un nuevo concepto de oferta turística articulando elementos naturales y culturales, tales como playa, montaña, sabana, selva, historia

(prehispánica, hispánica) o gastronomía. Así pues, el turismo puede así constituirse como una manera de unir a las distintas regiones, conseguir mayor estabilidad de la economía y la mejora de la imagen del país (Soto de Anda y Santos, 2024).

### **1.3.2 Escala Local**

El turismo desempeña un papel vital en la actividad económica del Magdalena. En dicho Departamento el turismo aporta 9,32 % al PIB departamental; adicional a ello, el turismo genera empleos dentro del 5,82 % y el 27,87 % para la población que se encuentra laborando en el departamento. En particular, Santa Marta tiene potencial turístico en especial en turismo verde, de ecosistema terrestre y marítimo, cultural y de deportes, entre otros (Gobernación del Magdalena, 2016).

En los últimos años, gracias a su posición, la oferta de turismo enfocada en sol y playa, naturaleza y cultura, se ha generado crecimiento en la inyección de capital privado extranjero a la capital del Magdalena. De esta manera, aquello ha repercutido en el desarrollo de la industria hotelera de la ciudad, mejorando la infraestructura, ampliando su oferta inmobiliaria y dinamizando la economía local (Afanador y Hernández, 2020).

Así bien, en la última década han llegado a Santa Marta más de cinco cadenas hoteleras de índole internacional, entre las que se encuentran Mercure Santa Marta Emile, AC Hotel Santa Marta by Marriott, Karisma Hotels & Resorts (Irotama), Best Western Plus Santa Marta Hotel y Hilton Garden Inn. Como muestra de ello, han llegado no solo a fortalecer el sector hotelero de la ciudad, sino sitios como el Centro Histórico o Bello Horizonte, donde se ubican la mayoría de los cinco hoteles.

La magia de tenerlo, es el eslogan con el que se promociona la ciudad dos veces santa. Este eslogan abarca todo lo que la ciudad tiene para ofrecer, y pugna al interés por invertir. Existe, para facilitar esa inversión, una organización llamada Invest in Santa Marta que es la Agencia para la Promoción y Facilitación de la Inversión de la ciudad y el Departamento. Tiene como misión atraer inversionistas nacionales y extranjeros que generen desarrollo, empleo formal y fortalecimiento de la economía local (Afanador y Hernández, 2020).

A pesar de la presencia de esta organización en la ciudad, los problemas de índole ambiental siguen sin resolverse, por lo cual es necesario plantear soluciones eficaces para que los esfuerzos no sean en vano (Morera, 2020). A pesar de no solucionar las problemáticas, Invest in Santa Marta se ha esforzado en ampliar la oferta turística, por ejemplo, al liderar la estrategia de atracción de turismo de reuniones y creación del Bureau de Convenciones, que surgió como iniciativa del grupo de los principales hoteles de la ciudad: Hotel Zuana, Estelar Santamar, Hotel Decameron, Best Western, Mercure, Irotama, Santorini, AC Marriot, el Hilton, y otros de importancia en el centro urbano.

## **2. Inversión Extranjera en el Sector Turismo**

### **2.1. Inversión Extranjera Directa**

La IED es la inversión que realiza una empresa a otra residente en un país distinto al suyo, una característica de la IED es que el inversionista extranjero es poseedor, de al menos un 10% de la empresa a la que le realiza dicha inversión. Con esta inversión se constituye una relación beneficiosa con fines a largo plazo entre la empresa inversora y aquella en la que se invierte. En la IED se incluye no solo la transacción realizada inicialmente entre ambas empresas, sino también las operaciones a futuro que se relacionen de capital entre ambas,

pueden encontrarse o no dentro de la sociedad (OCDE, 2011). Estas sociedades poseen tres modalidades: sociedades subsidiarias (cuando poseen un poder de voto de más del 50%), sociedades asociadas (posee un poder de voto de entre el 10% y el 50%); cuasi-sociedades, por ejemplo, las sucursales, que son propiedad enteramente de su respectiva matriz (OCDE, 2011, p. 17).

## **2.2. Turismo e inversión**

El turismo en la economía nacional es un sector en crecimiento constante, el cual se ha convertido en el principal candidato para liderar el proceso de transformación energética impulsada por el Gobierno actual (Cerquera y Rojas, 2020). Uno de los objetivos de este gobierno es dejar de lado el petróleo, para obtener otras modalidades de impulso económico, así, desde el Mincit, se evidencia en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 el lugar del turismo como uno de los motores que permitan el impulso para la economía nacional.

Según Arturo Bravo, viceministro de Turismo, el turismo en Colombia genera un porcentaje de 2,1% del PIB, en el año 2022 creó más de 700.000 puestos de trabajo en todo el país, además de ocupar un lugar destacado entre las 20 actividades que generan mayor valor agregado a la economía con un 4,4 % (Murcia, 2023). En el turismo interno las cifras presentan evidentes mejoras: 3,6 millones de nacionales realizaron viajes internos en el segundo trimestre del 2023, es decir, un crecimiento del 16 % respecto al 2022.

## **2.3. Inversión y Desarrollo Sostenible**

En palabras del secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili, el turismo es un motor reconocido para generar desarrollo sostenible, crecimiento y mayores oportunidades

para los territorios (CAF, 2023a), tal como las regiones de América Latina y el Caribe, donde se encuentra ubicada la ciudad de Santa Marta.

De esta manera, la actividad turística es motor en desarrollo territorial y como estrategia de desarrollo local y regional, por lo que los distintos gobiernos y entidades privadas le otorgan especial atención de distintas maneras (Escobar, 2019). Una de ellas, al promover diferentes programas y actividades para fomentarla, realizando cambios en la infraestructura, esto, para mantenerse al ritmo de las preferencias de los turistas e inversionistas, al adaptarse a los cambios de la oferta que amplían cada vez más las modalidades turísticas. La OMT (2003), realizó un estudio donde se demuestran las ventajas del turismo en el desarrollo económico y social para los países subdesarrollados (Gambarota y Lorda, 2017). Algunas son:

- a. El consumo generado por el turismo es realizado en el lugar donde se crea el producto.
- b. Es una actividad que se lleva a cabo mediante el aprovechamiento de todos los recursos que se tienen a la mano.
- c. Necesita una mano de obra que puede emplearse en los locales.
- d. Su producción está sujeta al capital financiero y productivo, pues es una actividad económica, pero al desarrollarse de manera sostenible busca la ampliación y mejora del capital humano y la protección de lo natural y cultural.
- e. Respecto a los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), se cumple más de un objetivo, pues en las actividades turísticas hay más puestos ocupados por mujeres en comparación con otros sectores.

En definitiva, para llegar a ese desarrollo de igualdad y sostenibilidad, es necesario que la ciudadanía participe con cierta transparencia, pues forman parte del proceso para lograr cierto grado de confianza entre la comunidad y sus instituciones gubernamentales. Así, se procura la construcción de una planeación que se caracterice por la inclusión y la diversidad, que permita el desarrollo de alianzas estratégicas entre los distintos actores de la sociedad, con el objetivo de que esa actividad impacte positivamente dentro de los territorios, y que contribuya al desarrollo económico y en las condiciones en las que vive la población (Gambarota y Lorda, 2017).

Sin embargo, la alta presencia turística puede generar aspectos negativos que influyen directamente en la población local (Escobar, 2019). Aspectos negativos, tales como la alta dependencia de la actividad turística, el aumento de precio del metro cuadrado y los bienes inmuebles, aumento de precios de los productos y contaminación del agua, el suelo, el aire, entre otros, se han convertido en el objeto principal de las estrategias y planificación, para atenuarse o evitarse.

Precisamente, para contribuir al crecimiento sostenible de los territorios en vías de desarrollo, entre la OMT y CAF se establece un acuerdo de asociación en el año 2023. En este acuerdo ambas organizaciones acuerdan trabajar de la mano “para impulsar la inversión en el sector turístico y orientar esa inversión hacia proyectos e iniciativas que hagan la diferencia en sociedad” (CAF, 2023a, párr. 5).

### **3. Turismo en Santa Marta**

#### **3.1. Realidad de la Ciudad**

Santa Marta, en tanto capital del departamento del Magdalena, funciona como centro de comercio y de servicios. La ciudad dos veces Santa ostenta el reconocimiento de ser el asentamiento colonial europeo más antiguo de Colombia, y por consiguiente una de las ciudades más antiguas del continente (Aguilera et al., 2016). La ciudad se fundó el 29 de julio de 1525 por Rodrigo de Bastidas oriundo de España, quien decidió instalarse en la base de la Sierra Nevada de Santa Marta, motivado por leyendas sobre el oro de los indígenas Tayrona, para así llevarlo hacia España. El pueblo Tayrona luchó contra los conquistadores tanto como pudo, pero a finales del siglo XVI los españoles habían diezmado a las comunidades y su oro enviado a España.

En la actualidad, el turismo se constituye como una de las principales partes del renglón productivo local. En esta urbe, independientemente del atractivo de su arquitectura colonial, Santa Marta cuenta con riqueza natural, lugares de gran valor histórico; entre ellos la formación natural “Sierra Nevada de Santa Marta” de reconocido valor geográfico y natural.

Por otro lado, las diferentes formas de llegar a Santa Marta son por medio de aire (Aeropuerto Simón Bolívar), por medio de mar y por medios terrestres. Existe gran oferta hotelera urbana, con lugares como hostales, hoteles, o airbnb, en los últimos tiempos. También cuenta con distintos atractivos turísticos: a) Parque Nacional Tayrona donde se encuentran: Playa Cañaveral, Playa Arrecifes, La Piscina, Cabo San Juan, Playa Siete Olas, Bahía Concha; b) Quinta de San Pedro Alejandrino, donde se encuentra el Museo Bolivariano; c) Buritaca; d) Quebrada Valencia; e) Rio don Diego; f) Museo del Oro Tayrona; g) Pueblito, ubicado en la Sierra Nevada de Santa Marta; h) Estatua del Pibe Valderrama; i) Bahía de Santa Marta, donde se encuentran la Marina y el Paseo de Bastidas; j) Centro Histórico, donde se encuentra el Parque de Bolívar, Parque de los Novios, La

Catedral de Santa Marta; k) El Rodadero donde se encuentra el Acuario Mundo Marino; l) Taganga; m) Minca.

Por su parte, la ciudad posee una importante posición geopolítica que ha tratado de ser aprovechada durante años. Su puerto es el tercer puerto marítimo más importante del país, siendo considerado un destino creciente del turismo mundial, que cuenta con presencia viva de pueblos y comunidades ancestrales.

Pero no todo es positivo para la ciudad, ya que cuenta con situaciones desfavorables como los problemas ambientales y de sanidad, tal es el caso de la Sierra Nevada de Santa Marta, en situación de amenaza por falta de alcantarillados. En la actualidad la ciudad obtiene el agua de los ríos Piedras, Manzanares y Gaira, en esos caudales se ha visto seriamente afectada la pureza del agua por la nefasta cultura natural de sus habitantes y a que no existen políticas factibles para una solución efectiva. Tal situación coloca a la ciudad en una situación crítica debido a la escasez del líquido vital, lo que afecta a gran parte de sus ciudadanos. En efecto, existe además una palpable ineficacia de la empresa de recolección de basuras; en algunos sectores, los ciudadanos han de suplir las necesidades de su día a día obteniendo agua de otras maneras como pagando carrotaques o buscando agua en fuentes cercanas e insalubres.

A pesar de ello, tanto habitantes como las organizaciones gremiales, sociales, medios de comunicación, reconocen que la ciudad se encuentra en un despertar sin precedente. Esa experiencia, con sus virtudes y con sus desafíos por resolver, requiere de continuidad, desde el convencimiento de que muchas de las prácticas de buen gobierno puestas en marcha son útiles, para cumplir el objetivo de proporcionar un mayor nivel de vida a la comunidad.

En la actualidad, las aspiraciones de los visitantes han cambiado con respecto al pasado, pues ahora se da un renovado cliente turístico, que prima en demasía la satisfacción de sus necesidades, y cuyas opiniones, tras su experiencia, van a tener influencia en la adaptación de la oferta y demanda de las actividades turísticas (Vanegas y Muñetón, 2024). Por esta razón, para que la ciudad de Santa Marta se mantenga al día con las nuevas tendencias, debe tener en cuenta que este tipo de cliente responde a las siguientes características:

**a)** Impaciencia: la mayoría de las ofertas turísticas de la ciudad como tours, restaurantes, hostales, cabañas, entre otras, cuentan con reservaciones y comunicación online. Lugares como el Parque Nacional Natural Tayrona también cuentan con reservación online.

**b)** Búsqueda de nuevas experiencias, entre ellas, modalidades de turismo sostenible como las caminatas ecológicas a Minca o al Parque Nacional Natural Tayrona; también las modalidades deportivas como el surf, y el acercamiento a las culturas ancestrales por medio de los miembros de estas comunidades.

**c)** Bien informado y alto nivel de exigencia: actualmente la facilidad en el acceso a la información permite que los turistas puedan averiguar sobre diferentes destinos o actividad ofertada, esperando una retribución del tiempo y dinero invertido en el viaje.

**d)** Relación calidad-precio: buscar calidad en la actividad turística es un factor determinante, además de producirse un proceso acelerado en la aplicación de los sistemas de calidad (Vanegas y Muñetón, 2024).

### **3.2. Turismo en el POT de Santa Marta**

Antes de mostrar la presencia del turismo en el POT de la ciudad, se debe tener en cuenta la presencia de los ODS en la planeación local y departamental, en especial, aquellas íntimamente relacionadas con el medioambiente o el turismo. A continuación, se enuncian las estrategias del Plan de Desarrollo Departamental alineadas con los ODS (Gobernación del Magdalena, 2016):

- Promover un manejo responsable del medioambiente en el territorio que sea sostenible a largo plazo.
- Generar mayores oportunidades para vencer las vulnerabilidades socioeconómicas.
- Sentar las bases de una economía que sea diversa, incluyente y orientada a la innovación.
- Generar mayor efectividad en el gobierno local.

Por su parte el POT de Santa Marta, llamado “POT 500 Años” – qué pertenece al Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta durante el periodo que abarca 2020 al 2032 – versa de la siguiente manera sobre el turismo en la ciudad.

Para las áreas rurales de la ciudad, propender por usos turísticos en todas las áreas, teniendo en cuenta la protección de los ecosistemas en donde se ubican los alojamientos turísticos teniendo en cuenta la fragilidad de los mismos. Frente a esto, los usos complementarios para el turismo deben ir orientados a la sostenibilidad, y considerando la legalidad establecida en las Unidades de Planificación Rural. Es así que, para el uso turístico de estas áreas, las prácticas de ejecución deben tener el menor impacto negativo en el medio natural, por lo que se definen las siguientes condiciones de funcionamiento:

- a. Los niveles de sonido podrán funcionar hasta 55 decibeles, para no afectar el suelo y el ecosistema. Si no se cumple se iniciará un proceso de sanción con razón en la mala praxis.
- b. La utilización del suelo con fines turísticos en áreas rurales será regulada de la siguiente manera: con vigencia máxima de uso de 6 meses, y una renovación, podrá ser revocado si existen infracciones por funcionamiento.
- c. Podrán llevarse a cabo actividades controladas como ferias o festivales en los que se produzca sonido en lugares sostenibles de Centros Poblados y Suburbano.

El numeral 9 del artículo 2 de la Ley 300 de 1996 (Ley general de turismo), dice:

“Desarrollo sostenible. La actividad del turismo se encuentra contenida de los derechos sociales de las personas, y contribuye al bienestar las mismas. La actividad turística se desarrolla observando los principios del desarrollo sostenible contenidos en la ley nacional en el artículo 3 de la Ley 99 de 1993” (L. 300, art. 2, 1996).

Dicha actividad debe ir enfocada a conservar e integrar el patrimonio cultural, natural y social. De la misma manera, debe conducir a mejorar las condiciones de vida de la población (local o receptora), el crecimiento económico y el bienestar de la sociedad, sin olvidar la satisfacción de quien visita. Todo lo anterior, con la base en los lineamientos de protección al medioambiente y de sostenibilidad para las futuras generaciones.

En este plan se observa la importancia del elemento ambiental como una de las mayores fortalezas de este territorio, y la relación que posee con aquellas actividades productivas completamente orientadas hacia la naturaleza. Actividades como el ecoturismo, el turismo de sol y playa, por mencionar algunas, se relacionan con el cuidado y mantenimiento de los

mismos ecosistemas; es por ello que este plan se fundamenta sobre la sostenibilidad. Igualmente, dentro del mismo se considera el mar como un elemento de crucial relevancia para la mejora de la vida de los samarios, proyectando una cultura del cuidado en relación al entorno. Por su parte, los procesos de urbanización no deben impedir el acceso a las playas, ni impactar negativamente en los ecosistemas marinos. Según lo estipulado, el POT debe seguir los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo y de la Ley 300 de 1996.

### **3.3. Inversión Extranjera Directa en la ciudad**

La IED en la ciudad debe orientarse a los emprendimientos, empresas turísticas innovadoras que busquen desarrollar la sostenibilidad del medio ambiente, la economía y las comunidades locales, de manera que se asegure la conservación y regeneración de los ecosistemas y biodiversidad de los atractivos naturales (Orgaz y Moral, 2016). Esta concepción del turismo va de la mano con el turismo actual de la ciudad, en el que se esperan ideas innovadoras para desarrollar un turismo ambientalmente responsable y bajo en niveles de carbono, que sea consciente del cambio climático, promoviendo proyectos de conservación de áreas protegidas, la regeneración de los ecosistemas y la biodiversidad. Actualmente, desde el gobierno local de la mano con el gobierno nacional y organismos internacionales, se impulsan iniciativas para la creación de proyectos que siguen esas pautas de sostenibilidad; el objetivo, además de la protección y mantenimiento, es que Santa Marta como destino turístico sea más inversor, en proporcionalidad al aumento del interés de los turistas (Cerquera y Rojas, 2020).

Ahora bien, distintos organismos internacionales se han interesado específicamente en el caso del Caribe colombiano. Entre ellos, se encuentra CAF, banco de desarrollo encargado de generar líneas de acción para nuevas propuestas de turismo. Son cuatro líneas, en

particular: 1) Identidad, Equidad Social y Patrimonio Cultural; 2) Biodiversidad y Servicios ecosistémicos; 3) Sostenibilidad y Economía Circular; 4) Regeneración Urbana y Economías Creativas (CAF, 2023b).

En consecuencia, con la intención de conocer las opiniones de los inversores se realizó una entrevista al señor Alex Griffin, extranjero inversor en la capital del Magdalena con un proyecto propio. En primer lugar, se plantearon preguntas generales sobre el turismo y la inversión en la ciudad; luego sobre la Casa Marina, nombre de su empresa en particular, que recientemente celebró su aniversario, proyecto que tiene como objetivo mostrar las cosas que lo apasionan del destino Santa Marta. En otras palabras, Casa Marina es un centro de encuentro para los curiosos y apasionados de Magdalena, Santa Marta y sus alrededores; espacio donde se busca mostrar su cultura, sus productos, la vida samaria, aspectos de donde surgió el concepto del proyecto.<sup>2</sup>

Siguiendo con lo anterior, este proyecto del señor Griffin cuenta con una oferta muy amplia de posibilidades turísticas, que van desde la gastronomía, tours dentro del casco urbano, para mostrar los activos históricos, culturales, etnográficos y arqueológicos. En cuanto al trabajo, solo se realiza con proveedores revisados, calificados, con historias de operativa, con referencias, además de que se investiga y se trabaja con ellos. Lo principal en la promoción del destino, no se encuentra en la obtención de beneficios económicos sino la promoción a nivel internacional de ese destino en particular, reflejando una noción saludable, positiva, un destino abierto a familias, parejas y todo aquel interesado en una experiencia de turismo responsable. Siendo así, este proyecto busca influir en la ciudad desde acciones

---

<sup>2</sup> La página web de Casa Marina es <https://visitsantamarta.com/blog>.

caracterizadas por su excelente servicio, hecho por los mismos samarios, con el objetivo de recibir visitantes para mostrarles lo mejor de Santa Marta y manifestar el orgullo local, de manera muy respetuosa sin apropiación o similares.

#### **4. Comparación entre la realidad y el POT: Propuesta de soluciones**

Habiendo hecho un recorrido por el turismo, la inversión, la ciudad y las problemáticas que dieron razón a esta investigación, se procederá a mostrar algunas propuestas prácticas para dar solución a los desafíos. A continuación, se presentan las propuestas para el mejoramiento de la ciudad como foco de inversión extranjera en el sector turismo (Fedesarrollo, 2016).

**1. Solución de problemas endémicos.** Desde hace décadas se ha presentado una sucesión de propuestas para la resolución de situaciones problemáticas a la ciudadanía o visitantes de la ciudad, como alcantarillado, acceso al agua, transporte, sistema de basuras, entre otras. En los planes de desarrollo e ideas de emprendimiento turístico sobre la ciudad y sus zonas de influencia, se suelen plantear las necesarias reformas en estructura que esta necesita, pero la realidad lleva a proyectos y construcciones parciales, que de hecho dejan de lado esos problemas existentes en la ciudad y que limitan su mayor desarrollo (Escobar, 2019). Como ejemplo de ello, posibles reformas imprescindibles en el centro histórico y en las zonas aledañas a la terminal de transporte terrestre, jamás se llevan a cabo y se observan agujeros en la calle que pueden llegar a costar serias lesiones a los transeúntes.

Es evidente que, con la falta de voluntad para solucionar aquellos problemas mencionados por parte de los gobiernos, es necesario que el gobierno local establezca planes reales de solución (Morera, 2020). Por ejemplo, en la actualidad se adelantan arreglos

interminables en la calle 30, una de las vías principales; también se realizaron arreglos a la carrera quinta y a la carretera del Ziruma, vía de acceso al Rodadero; y a metros de esos arreglos la Santa Rita (calle 22), otra vía de gran importancia, se inunda en cada precipitación.

Por esta razón, es necesaria una intervención de importancia con los recursos existentes desde el gobierno local. Desde este punto de vista, mientras no se encuentre una solución adecuada a estos problemas no va a ser posible continuar con el desarrollo adecuado que la ciudad de Santa Marta y zonas aledañas requieren para implementar y gestionar una idea de turismo apropiada y exportable. Así, se deben hacer esfuerzos conjuntos entre el gobierno local, la academia e instituciones públicas y privadas para ofrecer soluciones, en las que el orden distrital se comprometa a llevar a cabo las reparaciones.

En relación a la problemática del agua, en palabras de Corrales Celedón, ingeniero consultor, y otros entendidos del tema, se tienen unas posibles soluciones: a) construir represas en los caudales que ya se utilizan para abastecer a la ciudad, b) obtener agua por gravedad de ríos que descienden de la Sierra Nevada, c) captar el agua del río Magdalena, además de parte de agua de los ríos Toribio y Córdoba, d) captar y tratar el agua del Río Guachaca.

2. Fomentar los elementos diferenciales que hacen única a la ciudad. En esta medida, se trata de hacer énfasis especial tanto en la inversión económica como en la transmisión de la idea publicitaria de la ciudad en sus características particulares y diferenciales. Entre estos elementos, estarían la conjunción de montaña y mar, su diversidad natural, los elementos culturales autóctonos o el ser una de las ciudades más antiguas de la América colonial, aspectos que deben subrayarse para el desarrollo de Santa Marta como potencia turística de primer nivel mundial. Hasta ahora, no se ha desarrollado una propuesta que sepa explotar de

manera adecuada esta enorme ventaja de la ciudad, y que sepa integrar a su vez una estrategia de desarrollo cuyo objetivo central sea su enorme riqueza natural y ambiental.

Así pues, dentro del plan a seguir, es necesario aplicar un enfoque diferencial a la conocida Perla de América dentro del panorama turístico mundial, que la caracterice frente a otros destinos en competencia. Para ello, es necesario un plan de desarrollo que le dé verdadera relevancia a la riqueza medioambiental y cultural de manera completa, y no solo con relación al aspecto marítimo como se ha acostumbrado. Siendo así, se ha olvidado a menudo dentro de estos planes geografías tales como la montaña y su potencia turística, más allá de ser la morada de comunidades indígenas protegidas; por lo que este plan debe ser específico y adaptado, según las características geográficas de cada una de las zonas incluidas.

3. Implementación de medidas para lograr un desarrollo sostenible. La finalidad principal es buscar un adecuado crecimiento económico de la ciudad respetando la sostenibilidad del medioambiente y la conservación de los recursos naturales, los ecosistemas y las comunidades, cuya presencia debe tenerse en cuenta dentro de los ODS. Todo para conseguir el posicionamiento de Santa Marta como referente de turismo, de desarrollo económico y social. Teniendo eso en cuenta, los ODS que se relacionan con el caso de Santa Marta, como ciudad costera del Caribe y en una nación en proceso de desarrollo son:

- Trabajo decente y crecimiento económico. Las mejoras a la ciudad deben buscar no solo el crecimiento de la misma sino de la ciudadanía, pues para un crecimiento económico real este debe ser incluyente y sostenible, con trabajo digno para todos.

- Ciudades y comunidades sostenibles. Lograr que la ciudad sea inclusiva, con oportunidades para todos, mejorar la seguridad y proveer de estabilidad a la comunidad.
- Producción y consumo responsables. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles, teniendo presente la protección de los ecosistemas, el cuidado del medio ambiente (basuras, suelos, etc.) y la protección y seguridad de las comunidades indígenas.
- Vida submarina. Buscar la conservación y el uso consciente de los océanos, los mares y otros recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible. Santa Marta es una ciudad profundamente ligada al mar, no solo debido al atractivo sino por economía e historia, pues la presencia del mar es crucial para vida de los samarios y la ciudad misma.
- Vida de ecosistemas terrestres. Gestionar de manera sostenible los bosques, impedir la desertificación, detener y reparar el daño a las tierras para detener la degradación y pérdida de la biodiversidad. En este sentido, Santa Marta no es solo mar, ya que la Sierra Nevada es reguladora de vientos, temperatura, proveedora de recursos y cuna de las comunidades originarias.

El progreso para Santa Marta, de cara a un mayor impacto en la faceta del turismo, necesita una evolución sobre premisas de sostenibilidad a nivel ambiental, y por supuesto, a nivel económico, pues ha de buscar poder ser financiado por los propios recursos que la ciudad genera constantemente en su mismo desarrollo.

**4. Adecuación para conseguir financiación extranjera.** En este aspecto cabe destacar la necesidad de marketing apropiado, independientemente de considerar adecuaciones económicas y en materia impositiva que resulten beneficiosas para inversiones en el

desarrollo turístico de la ciudad desde el extranjero. Sumado a esto, el desarrollo apropiado de la idea de la ciudad y su marca, y por supuesto, la solución de los problemas clásicos de la ciudad, resultan imprescindibles para la formulación de las soluciones, para transmitir ese atractivo que aumente exponencialmente la inversión económica en la ciudad desde otras zonas del mundo.

5. Articulación entre la administración, inversores interesados por el crecimiento de la ciudad y ciudadanía capaz de generar negocio o participar en ello. Según algunos inversionistas, como el ciudadano estadounidense Alex Griffin, el Estado se ha mostrado ausente hasta el momento en algunas iniciativas presentadas, demostrando que el sistema de gobernanza no se interesa en conversar con el sector inversor, dejando de lado potentes oportunidades, como el provecho que puede obtener de las grandes cadenas hoteleras presentes en la ciudad.

En este caso, si más ciudadanos se interesan en realizar proyectos propios para el turismo se genera más interés para el inversor, pues la ciudad genera crecimiento propio. Los esfuerzos conjuntos son indispensables según la experiencia propia del sector en la ciudad, marcando por ello un precedente importante a la hora de emprender diferentes proyectos; por su parte, los samarios deben mostrar lo que aman de su ciudad y compartirlo con alguien de afuera. Así pues, inversores como el señor Griffin están interesados en tomar la iniciativa frente a actos responsables empresariales y comunitarios, enfocados en mostrar lo bello de la ciudad.

6. Marca “Santa Marta”. Es necesaria la creación de una “Marca Santa Marta”, exportable y que pueda publicarse. El eslogan “Santa Marta, 500 años” es insuficiente como

atractivo publicitario; para ningún foráneo en Santa Marta ese aniversario es llamativo, considerando que en Europa hay ciudades mucho más antiguas. Más oportuno sería publicitar a Santa Marta como una de los asentamientos urbanos más antiguos fundados por colonizadores del continente, lo cual es totalmente desconocido en el extranjero.

### **Conclusiones**

En esta medida, Santa Marta, como una de las primeras ciudades fundada en América del Sur, tiene una historia propia e inigualable dentro del contexto, aspecto central que debe tenerse en cuenta para pensar una nueva noción de turismo sostenible. Esto radica no solamente en la representatividad cultural del Caribe, sino en sus procesos de colonización y en la riqueza vital de la región del Magdalena; además, su ubicación geográfica, sus playas, la proximidad de la Sierra Nevada, la rica cultura indígena, entre otros, la dotan de un enorme margen diferencial frente a otros destinos turísticos continentales, tanto de Colombia como del extranjero.

En conclusión, la ciudad de Santa Marta posee riquezas naturales, culturales e históricas que brindan un gran escenario donde el sector turismo puede ser pensado desde un enfoque sostenible, siempre y cuando exista la articulación entre inversores, administración local y normatividad. En esta ciudad la actividad turística es esencial, según el considerable número de visitantes al año, por lo que la IED es crucial para la mejoría del sector, sobre todo, para buscar soluciones a problemas ambientales que no han encontrado solución según los planteamientos del POT, o las intenciones de los órganos externos.

Para poder dar solución a este tipo de problemáticas, se deben implementar las medidas normativas que articulen los esfuerzos de las entidades gubernamentales con el apoyo de la

comunidad residente. A partir de esto, se puede generar un mayor desarrollo turístico y una mayor inversión extranjera; por ahora, según el estudio realizado, las entidades gubernamentales han mostrado poco interés en dialogar con el sector de los inversores, llegando incluso a no realizar los acompañamientos necesarios a pesar de las regulaciones normativas. Por el contrario, la batuta es llevada por empresas privadas como hoteles y otros centros de entretenimiento, pero estos, aunque con buenas intenciones, no pueden solucionar las problemáticas reales de la ciudad, pues son de competencia gubernamental.

Finalmente, se generaron algunas propuestas para ser incluidas en el POT y otras estrategias políticas desde el enfoque diferencial de turismo sostenible, todo con miras al desarrollo de la región, siendo de carácter necesario el tener en cuenta las disposiciones presentes en las iniciativas los ODS. Asimismo, es importante propender hacia la creación de una marca propia que saque el rendimiento adecuado a esas características incomparables de la ciudad, para así lograr el tan ansiado desarrollo y florecimiento de la ciudad.

### **Referencias bibliográficas**

Afanador, S., Hernández, N. (2020). *Inversiones públicas y privadas en infraestructura turística en Colombia en el periodo 2003-2019*. [Trabajo de Maestría en Gerencia para el Desarrollo]. Universidad Externado de Colombia.  
<https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/4d900ad3-98fa-4c9f-a8e9-4c4856beea5d>

Aguilera, D., Bernal, C., Quintero, P. (2006). Turismo y desarrollo en el Caribe Colombiano.

*Documentos de trabajo sobre economía regional*, (79). 1-64.

<https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-79.pdf>

Alcaldía de Santa Marta (s.f.). *Plan Santa Marta 500 años*.

<https://www.santamarta.gov.co/plan-santa-marta-500>

Álvarez, S., Gil, M. (2019) Turismo como motor de crecimiento económico en Colombia:

análisis del potencial económico y competitivo del sector. Universidad de los Andes.

<https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/4519b330-aa51-4be9-a156-30b7b509a074/content>

CAF (2023a, 18 de enero). CAF y OMT se asocian para fomentar las inversiones turísticas.

Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe.

<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2023/01/caf-y-omt-se-asocian-para-fomentar-las-inversiones-turisticas/#:~:text=El%20turismo%20como%20motor%20del,Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.>

CAF (2023b, 11 de enero) Hacia un turismo vivo y regenerativo en América Latina y el

Caribe. Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe.

<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2023/01/hacia-un-turismo-vivo-y-regenerativo-en-america-latina-y-el-caribe/>

Cerquera, O., Rojas, L. (2020). Inversión extranjera directa y crecimiento económico en

Colombia. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 28(2). 9-26.

<https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/4202/4488>

Decreto 2080/2000. Octubre 18, 2000. Presidencia de la República. (Colombia).

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=75434#:~:text=El%20presente%20decreto%20constituye%20el,inversiones%20colombianas%20en%20el%20exterior.>

Escobar, S. (2019). *Turismo sostenible y desarrollo: análisis del desarrollo turístico sostenible colombiano mediante el estudio de la efectividad de los programas de asistencia al desarrollo como modelos de ayuda a la sostenibilidad local*. [Tesis doctoral]. Universitat de Girona.

[https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/667297/tdmse\\_20190307.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/667297/tdmse_20190307.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Faraldo, J., Rodríguez, C., (2013). *Introducción a la historia del turismo*. Alianza.

Fedesarrollo, (2016) *Impacto Económico de la Inversión Extranjera Directa en Colombia 2007-2015*. Centro de Investigación Económica y Social.

[https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3336/Repor\\_Sep\\_tiembre\\_2016\\_Reina\\_et\\_al.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/3336/Repor_Sep_tiembre_2016_Reina_et_al.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Francesch, A. (2004). Los conceptos de turismo. Una revisión y respuesta. *Gazeta de Antropología*, 20. 1-16. [https://www.ugr.es/~pwlac/G20\\_29Alfredo\\_Francesch.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G20_29Alfredo_Francesch.html)

Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista geográfica venezolana*, 58(2), 346-359.

<https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>

Gobernación del Magdalena (2016). *Magdalena Social es la vía!. Plan de Desarrollo Departamental 2016-2019*. Departamento del Magdalena.

[https://magdalena.micolombiadigital.gov.co/sites/magdalena/content/files/000180/8979\\_plandedesarrollomagdalena20162019.pdf](https://magdalena.micolombiadigital.gov.co/sites/magdalena/content/files/000180/8979_plandedesarrollomagdalena20162019.pdf)

Ley 2068/2020. Diciembre 31, 2020. Diario Oficial No. 51.544. (Colombia).  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_2068\\_2020.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html)

Ley 300/1996. Julio 26, 1996. Diario Oficial No. 42.845. (Colombia).  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0300\\_1996.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0300_1996.html)

Montoya, Y., Peña, D. A. (2017). Turismo en Colombia ¿Es el turismo una alternativa real para enfrentar el déficit externo? *Ploutos*, 6(2), 48–55.  
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/plou/article/view/1585>

Moreno, A. (2013) *Historia del turismo: Una introducción necesaria*. Uned.

Morera, N. (2020). *Potencialidades y obstáculos del sector turismo en Colombia*. Dirección de Estudios Económicos - Archivos de Economía.  
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Econmicos/513.pdf>

Mincit (2023, septiembre 1), Colombia alcanzó 3,2 millones de visitantes no residentes en los primeros siete meses de 2023. Ministerio de Comercio, Industria y Comercio.  
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/visitantes-no-residentes-en-primeros-siete-meses#:~:text=Los%20visitantes%20no%20residentes%20aumentaron,al%20mismo%20periodo%20de%202022>

Murcia, J. (2023, 25 de mayo) Sector turismo contribuyó a 2,1% al PIB en 2022, con un gasto total de \$40,2 billones. La República. <https://www.larepublica.co/economia/sector->

[turismo-contribuyo-a-2-1-al-pib-en-2022-con-un-gasto-total-de-40-2-billones-3622933](#)

OCDE (2011). *Definición Marco de Inversión Extranjera Directa*. Cuarta edición, Éditions OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264094475-es>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. Edición 2016. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Edición 2017. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2003). *Turismo y atenuación de la pobreza*. [https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/04/177-turismo\\_y\\_pobreza-omt.pdf](https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/04/177-turismo_y_pobreza-omt.pdf)

Orgaz, F., Moral, S., (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico en zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, 31. <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n31/1870-9036-eps-31-00008.pdf>

Rodríguez, J. R. (2022). El turismo como motor de crecimiento económico en Colombia (2000-2019). *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*, 6(1), 57-83. <https://journals.uco.es/riturem/article/view/14056/13455>

Soto de Anda, I., Santos, R. (2024). Aproximaciones y contrastes analíticos para la consolidación de espacios en la industria turística. *Anuario turismo y sociedad*, 34. 51-65. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/9190/15274>

Vanegas, J., & Muñetón, G. (2024). Satisfacción del turista usando factores motivacionales: comparación de modelos de aprendizaje estadístico. *Anuario turismo y sociedad*, 34. 149-178. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/9194>