

TURISMO NÁUTICO: ESTRATEGIA DE IMPULSO AL TURISMO ALTERNATIVO
EXPERIENCIAL EN PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARU.

ESTHER JUDITH FUENTES OSPINO

ODAIR MARTINEZ VALDEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

CARTAGENA DT y C

2017

TURISMO NÁUTICO: ESTRATEGIA DE IMPULSO AL TURISMO ALTERNATIVO
EXPERIENCIAL EN PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARU.

ESTHER JUDITH FUENTES OSPINO

ODAIR MARTINEZ VALDEZ

PROYECTO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR EL
TÍTULO DE ADMINISTRADOR TURÍSTICO

ASESOR: ELISA CONDE

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

CARTAGENA D.T y C

2017

Nota De Aceptación



Firma Del Presidente Del Jurado

Firma Del Jurado

Firma Del Jurado

Cartagena De Indias, Mayo 2017.



Las directivas de la Fundación Universitaria Los Libertadores, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

TABLA DE CONTENIDO

		Pág.
1.	Introducción	13
2.	Planteamiento del problema	15
2.1	Descripción del problema	15
2.2	Formulación del problema	21
3.	Justificación	22
4.	Objetivos	25
4.1	Objetivo general	25
4.2	Objetivos específicos	25
5.	Marco Referencial	26
5.1	Antecedentes	26
5.2	Marco teórico	29
5.3	Marco conceptual	31
5.4	Marco Legal	36
6.	Diseño Metodológico	38
6.1	Tipo de investigación	38
6.2	Población	38
6.3	Muestra	38
6.4	Fuentes de información	40
6.5	Análisis y procesamiento de la información	41
7.	Diagnóstico de la oferta de Turismo Náutico en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	42
7.1	Situación actual de la oferta de Turismo Náutico en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	42
7.2	Descripción de las actividades náuticas ofertadas en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	47
7.3	Análisis de la oferta de turismo náutico en las playas	56

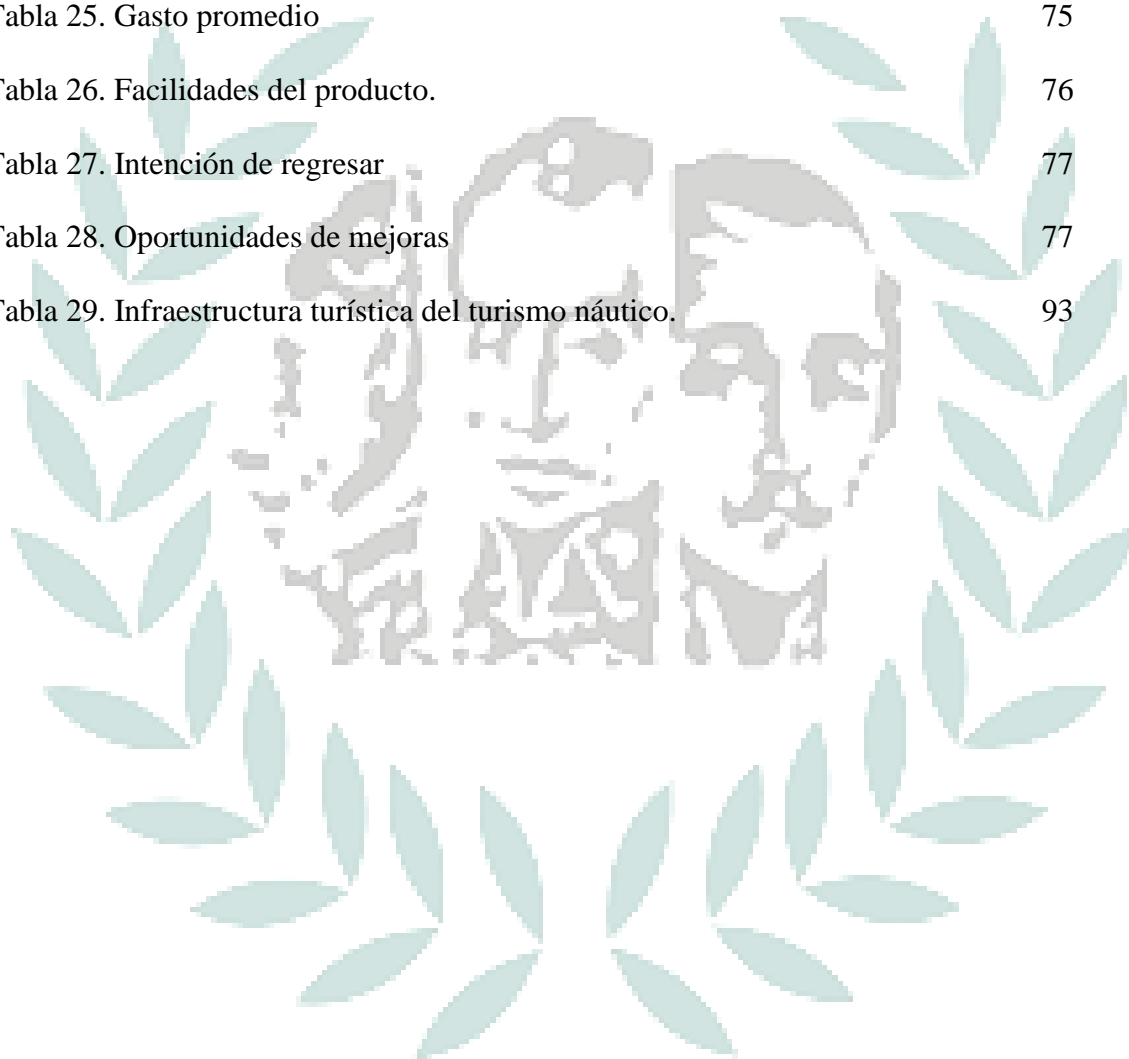
de Cartagena y Playa Blanca Barú.

7.4	Matriz DOFA de la oferta de Turismo Nautico en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	70
8.	Caracterización de la demanda actual de turismo nautico en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	75
8.1	Análisis de la demanda turismo nautico en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	75
8.2	Descripción de la demanda de turismo nautico en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.	92
9.	Turismo Náutico: Estrategia De Impulso Al Turismo Alternativo Experiencial En Playas De Cartagena (Boquilla, Bocagrande, Laguito) Y Playa Blanca Barú.	93
9.1	Ubicación del producto	93
9.2	Recursos Naturales y Atractivos Turísticos	94
9.3	Facilidades Turísticas	95
9.3.1	Planta turística.	95
9.4	Infraestructura turística en playas de Bocagrande, Laguito, Boquilla y Playa Blanca Barú.	100
9.5	Superestructura turística del Turismo Náutico.	104
9.6	Supraestructura Turística del Turismo Náutico	106
10.	Conclusiones	108
11.	Bibliografía	110

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Llegadas totales en aeropuertos de Colombia 2012 - 2014	10
Tabla 2. Principales temporadas	46
Tabla 3. Tipos de servicios ofertados	47
Tabla 4. Principales plazas	48
Tabla 5. Principales clientes	49
Tabla 6. Tiempo en el mercado turístico de Cartagena	50
Tabla 7. Garantías de seguridad	51
Tabla 8. Estrategias de promoción y mercadeo	53
Tabla 9. Valor agregado	54
Tabla 10. Estrategias para la conservación del medio ambiente	55
Tabla 11. Estrategias para el desarrollo de las comunidades cercanas	55
Tabla 12. Aspectos a mejorar	57
Tabla 13. Genero	63
Tabla 14. Nacionalidad	64
Tabla 15. Edad	65
Tabla 16. Actividades Náuticas durante su estadia en Cartagena	66
Tabla 17. Interés por actividades náuticas	66
Tabla 18. Playas para la práctica de actividades náuticas.	67
Tabla 19. Motivación principal	68
Tabla 20. Actividades nauticas	69

Tabla 21. Motivación principal.	70
Tabla 22. Frecuencia para realizar turismo náutico.	71
Tabla 23. Experiencia	72
Tabla 24. Comunicación	73
Tabla 25. Gasto promedio	75
Tabla 26. Facilidades del producto.	76
Tabla 27. Intención de regresar	77
Tabla 28. Oportunidades de mejoras	77
Tabla 29. Infraestructura turística del turismo náutico.	93



LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Principales temporadas	46
Grafica 2. Tipos de servicios ofertados	48
Grafica 3. Principales plazas	49
Grafica 4. Principales clientes	50
Grafica 5. Tiempo en el mercado turístico de Cartagena	51
Grafica 6. Garantías de seguridad	52
Grafica 7. Estrategias de promoción y mercadeo	53
Grafico 8. Valor agregado	54
Grafico 9. Estrategias para la conservación del medio ambiente	56
Grafica 10. Estrategias para el desarrollo de las comunidades cercanas	56
Grafica 11. Aspectos a mejorar	57
Grafica 12. Genero	63
Grafica 13. Nacionalidad	64
Grafica 14. Edad	65
Grafica 15. Actividades nauticas en Cartagena	66
Grafica 16. Interés por actividades náuticas	67
Grafica 17. Playas para la práctica de actividades náuticas.	68
Grafica 18. Motivación principal	69
Grafica 19. Actividades náuticas preferidas	70

Grafica 20. Motivación principal.	71
Grafica 21. Frecuencia para realizar turismo náutico.	72
Grafica 22. Experiencia	73
Grafica 23. Comunicación	74
Grafica 24. Gasto Promedio	75
Grafica 25. Facilidades del producto	76
Grafica 26. Intención de regresar	77
Grafica 27. Oportunidades de mejora	77



RESUMEN

Las actividades náuticas en Cartagena y su zona insular son representativas del sector turístico, la mayoría de los visitantes de la ciudad prefieren realizar algún deporte acuático o de recreo durante su estadia, lo cual ha contribuido a diversificar la oferta de actividades turísticas en el destino y ha permitido la creación y constitución de pequeñas y medianas empresas.

La demanda de estas actividades de ocio durante la estadia de un turista en Cartagena evidencia la existencia de una nueva tipología de turismo en la ciudad, por lo que es preciso revisar sus condiciones y características.

En el presente trabajo se plantea una estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en Cartagena y su zona insular, mediante la presentación del Turismo Náutico como producto turístico, tomando como muestra representativa de la actividad turística las playas de la zona continental de Cartagena (Bocagrande, Laguito y Boquilla) y Playa Blanca del corregimiento de Barú.

Para la consecución de los objetivos, se emplea una investigación de las condiciones actuales de la oferta y la demanda del turismo náutico en Cartagena, así como también el estado de la planta y las facilidades turísticas de su actividad, generando la estructura de un producto turístico alternativo experiencial en crecimiento.

Palabras claves: Deportes Acuáticos, Turismo Náutico, Cartagena, Producto Turístico

ABSTRACT

The nautical activities in Cartagena and its insular zone are representative aspects of the touristic sector, most of the visitors that come to the city prefer to do aquatic sports during their stay which has contributed to diversify the offer of tourism in the destination and has allowed different enterprises to be founded.

The demand of these leisure activities during the stay of a tourist in Cartagena shows the existence of a new type of tourism in the city, that is why it is important to study its conditions and characteristics.

This study proposes a strategy to encourage an alternative tourism in Cartagena and its insular zone through the presentation of the nautical tourism as touristic product, taking into account as a representative sample the touristic activity in the beaches in the continental zone of Cartagena (Bocagrande, Laguito y Boquilla) and Playa Blanca in Baru Island.

For achieving these goals, a research about the current conditions of offer and demand of nautical tourism in Cartagena is done, considering also the touristic advantages of the activity, creating a structure of alternative touristic product of experience in growth.

Key words: Aquatic sports, nautical tourism, Cartagena, touristic product

1. INTRODUCCIÓN

“El Turismo Náutico, son vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio, compartiendo la actividad náutica con el disfrute de la naturaleza y la oferta” (Viceministerio de Turismo de Colombia, 2016).

Cartagena de Indias es un destino con diversas tipologías de turismo, entre las cuales se encuentra la oferta de actividades náuticas como un segmento de turismo con potencial de desarrollo, en particular las playas del área continental de la ciudad y Playa Blanca en Barú cuentan con una demanda interesada en aprovechar las facilidades de este producto, por lo que es necesario brindar las condiciones apropiadas para el disfrute de estas actividades.

El presente estudio pretende diseñar un producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena (Bocagrande, Laguito, Boquilla) y Barú.

El curso de la investigación será dado en tres etapas, inicialmente se lleva a cabo el diagnóstico de la oferta de turismo náutico en Cartagena y Barú con el fin de establecer su estado actual, analizando sus condiciones a favor y aquellas con posibilidades de mejora para traer consigo oportunidades al destino.

En el siguiente paso de la investigación se caracteriza la demanda actual de turismo náutico en Cartagena y Barú, conociendo sus intereses, gustos y necesidades.

En el último capítulo de la investigación se construye el diseño del producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena (Bocagrande, Laguito, Boquilla) y Playa Blanca Barú mediante la presentación del Turismo Náutico como producto turístico.

Con base a lo anteriormente expuesto se espera que la presente investigación ayude a generar impacto local en cuanto al desarrollo de la actividad turística de Cartagena, incrementando la demanda nacional e internacional del destino.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Turismo Náutico es todo desplazamiento turístico cuya motivación principal es la realización de actividades con ánimo recreativo o deportivo, en cuerpos de agua como el mar, ríos y lagunas. A nivel global el turismo náutico está adquiriendo una creciente importancia en el contexto del turismo mundial, principalmente como propulsor de una oferta que complementa y diversifica el segmento de sol y playa. (Programa Think Tank, Tendencias., 2011).

El mercado europeo es principalmente emisor siendo la demanda interna prácticamente inexistente. Así, el Reino Unido, Alemania y Francia son los principales países emisores. Otros como el holandés, el belga y el escandinavo tienen también su relevancia, a pesar de que mueven volúmenes inferiores. España por su parte dispone de 28 destinos con estaciones náuticas, concentradas principalmente en las costas mediterránea y canaria. (Programa Think Tank, Tendencias., 2011)

En concordancia con lo anterior, en América, Estados Unidos es el principal referente dentro de la industria. El país cuenta con alrededor de 11 mil marinas, lo cual representa el 52% de la infraestructura náutica mundial; más de 1 millón de amarres, entorno al 37% del total mundial; el Estado de la Florida, se destaca como el líder de la industria a nivel nacional,

al contar con el mayor número de embarcaciones registradas y Los Cayos de la Florida con una extensa oferta de actividades acuáticas: pesca (Islamorada, la Capital Mundial de la Pesca Deportiva), buceo (arrecifes y naufragios de Cayo Largo) recorridos náuticos a través de los cayos. (MinCIT, Cámara de Comercio Cartagena)

En América Latina, se destaca Uruguay como un país que ha realizado estudios para potencializar el turismo náutico en el país, partiendo de un proceso para integrar las diversas actividades que lo componen y compaginarlo con un turismo activo, deportivo y en contacto con la naturaleza, con el fin de alcanzar el éxito que el turismo náutico está teniendo a nivel internacional. (Ministerio De Turismo y Deporte de Uruguay, 2011).

En cuanto a Colombia, de acuerdo con el Plan Nacional de Turismo Náutico del país, se considera que “El Turismo Náutico, son vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades acuáticas (marítima o fluvial) en tiempo de ocio, compartiendo la actividad náutica con el disfrute de la naturaleza y la oferta turística y recreativa de las diferentes regiones costeras de nuestro país”.

Actualmente Colombia tiene un segmento de turismo definido para el desarrollo de las actividades náuticas y ha identificado los destinos de potencial desarrollo en esta tipología de turismo, desde el Ministerio de comercio, industria y turismo se han presentado esfuerzos para impulsar la oferta de servicios de turismo náutico en el país y por consecuencia incrementar la demanda, es así como el viceministerio presenta la *Sesión Extraordinaria*

Comisión Colombiana del Océano, Julio 2016, en la cual visiona esta actividad como uno de los productos que ayudará a alcanzar las metas del Turismo para el año 2018.

En cuanto a la oferta de actividades nauticas en Colombia, se centra en unos pocos destinos que tradicionalmente han sido posicionados como de sol y playa tanto a nivel nacional como internacional, especialmente en el Mar Caribe y recientemente se están desarrollando nuevos destinos sobre la Costa Pacífica.

Los proveedores de estos servicios en su gran mayoría son diferentes escuelas que ofrecen productos y paquetes recreativos para principiantes o para profesionales, estos proveedores son limitados y tienen desarrollada una promoción de sus servicios a través de internet, entre los productos que hacen parte de esta oferta, según se ha establecido en el Plan Nacional De Turismo Náutico De Colombia, se encuentran: la navegación a vela/motor Buceo, submarinismo, Chárter náutico, pesca deportiva, avistamiento de Cetáceos, Surf/kite/Windsurf, kayak, ski náutico y motos acuáticas. (Viceministerio de Turismo de Colombia, 2016)

El desarrollo y consolidación del turismo náutico y las actividades náuticas en la Costa Caribe y Pacífica Colombiana, deberán partir del diseño de una serie de actuaciones y recomendaciones que basadas en la sostenibilidad y la innovación, favorezca el desarrollo de este tipo de turismo, tanto para la demanda exterior, como para potenciar las actividades náuticas entre la población local. Por otro lado, el turismo náutico en Colombia requiere una

mejora de la competitividad del sector privado en relación a las instalaciones, los servicios, la formación, la promoción, comercialización, etc., pero también del sector público que regula y ordena estas actividades, esto último supone la conveniencia de acometer un cambio en los instrumentos de gestión de la náutica deportiva y turística, así como la eliminación de los factores limitantes que actualmente representan la normativa y tramitología aplicable al turismo náutico. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

La Costa Caribe Colombiana cuenta con la ventaja de su posición geográfica ya que tiene un escudo natural que supone la Sierra Nevada de Santa Marta, siendo la probabilidad de formación de huracanes relativamente muy baja. Debido a las condiciones climáticas y de relieve, esta región Colombiana posee una gran diversidad de ecosistemas y paisajes, destacando la existencia de diferentes recursos turísticos desde el punto de vista de la náutica, tales como: sistemas costeros-estuarinos y de ciénagas en la región central del Caribe continental; sistemas costeros-estuarinos y de ciénagas en la región central del Caribe continental; cayos y áreas de arrecifes coralinos en el Archipiélago de San Andrés y Providencia; manglares en el área del Golfo de Morrosquillo, la Bahía de Cispatá y Atlántico; selvas en el Golfo de Urabá. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012)

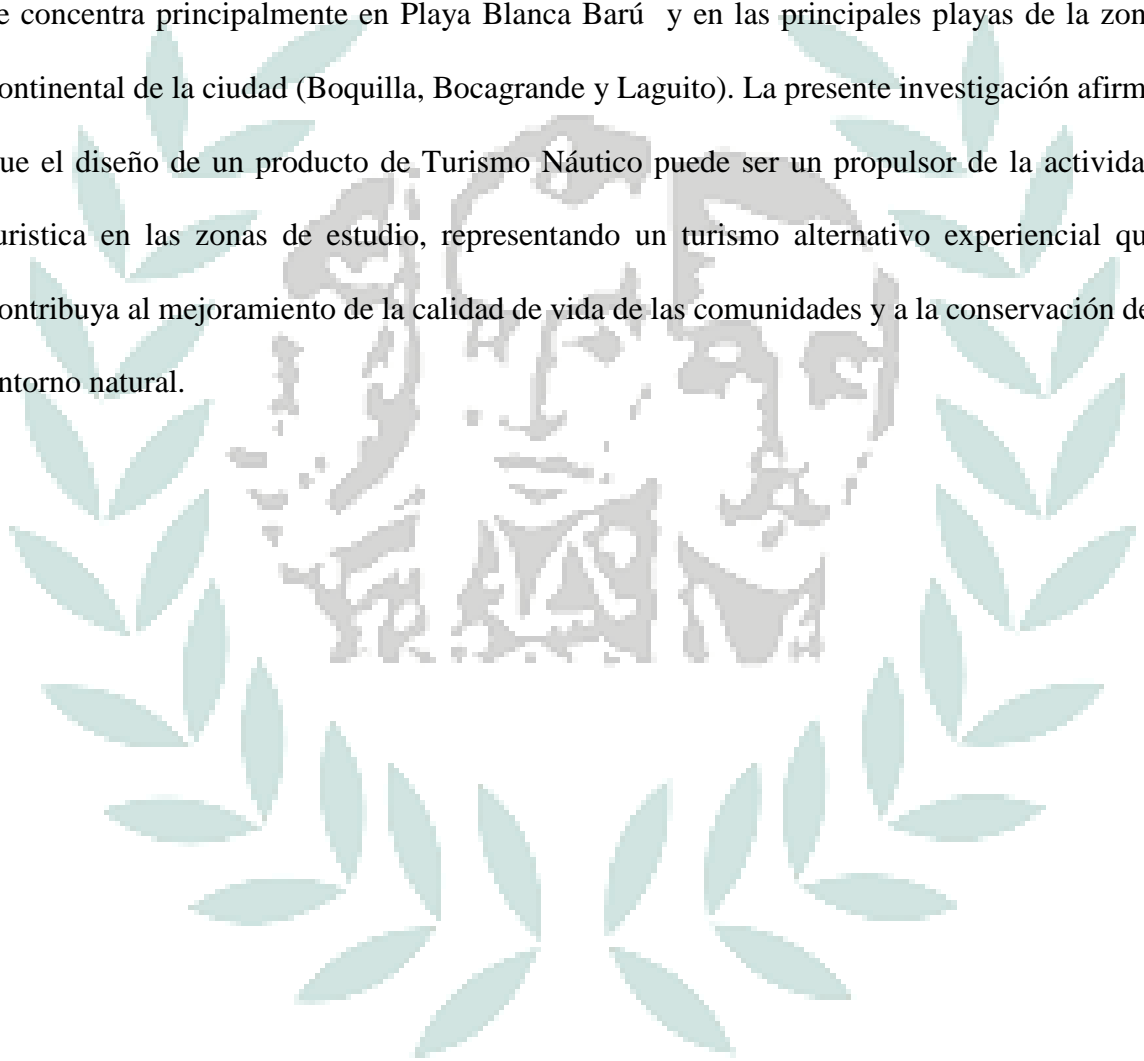
Cartagena de Indias, por las condiciones favorables de su bahía, es centro de encuentro de una importante cantidad de visitantes en veleros, yates y algunos pocos “megayates” que navegan el mar Caribe, pudiendo encontrar en la ciudad lugares de fondeo tranquilos y servicios náuticos básicos para mantenimiento y reparación. Por otro lado,

Cartagena es uno de los puertos con mayor peso histórico del Caribe. Es el puerto más importante de Colombia en materia de carga de contenedores y también en turismo de cruceros, lo que hace que tenga una vocación naval y náutica. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

Por su parte la Isla de Barú es una zona costera situada al sur oeste de Cartagena, se puede acceder por vía marítima, atravesando la bahía de Cartagena o por vía terrestre, cruzando el puente de Barú. La isla forma parte del Parque Nacional Corales del Rosario y su principal atractivo es la zona de playas, conocida como Playa Blanca, es un destino turístico para descansar y disfrutar de actividades como deportes acuáticos.

La situación que está afectando negativamente el tema objeto de estudio, radica principalmente en que hay poca oferta formal, los prestadores de servicios de deportes y actividades náuticas son en su mayoría nativos de las localidades, quienes carecen de la capacitación para ofrecer las garantías necesarias en cuanto a seguridad y precios establecidos por el uso de las máquinas y herramientas náuticas; por otra parte, el estado no ha organizado las playas para el uso de estas actividades, no hay una zonificación estipulada, señalización completa y un plan eficiente de manejo de residuos en las zonas de investigación, así como tampoco registros de los estudios de capacidad de carga, creando una sobrecarga ambiental que deteriora principalmente el ecosistema.

En base a lo anteriormente expuesto se considera el Turismo Náutico como un producto que incluye deportes acuáticos y actividades de recreo como el chárter náutico, con los resultados obtenidos en la aplicación de entrevistas a la oferta y demanda de turismo náutico deportivo y de recreo en Cartagena, se soporta que la práctica de actividades náuticas se concentra principalmente en Playa Blanca Barú y en las principales playas de la zona continental de la ciudad (Boquilla, Bocagrande y Laguito). La presente investigación afirma que el diseño de un producto de Turismo Náutico puede ser un propulsor de la actividad turística en las zonas de estudio, representando un turismo alternativo experiencial que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y a la conservación del entorno natural.



2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo puede el Turismo Náutico ser un producto turístico que impulse el Turismo alternativo local en las playas de Cartagena (Bocagrande, Laguito, Boquilla) y Playa Blanca Barú?



3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación acerca del segmento de turismo náutico en Cartagena se formula desde lo expuesto por Antonio Peláez quien descompone al turismo náutico en dos actividades principales: Turismo de cruceros y Turismo náutico deportivo, siendo este último dividido en dos segmentos: Náutico deportivo de corto alcance¹ y náutico deportivo de largo alcance (chárter náutico y recreativo). (Universidad Politécnica de Cataluña, 2008).

Otro fundamento conceptual es el aportado por la organización G.M.M. Consultores turísticos, S.A., la cual define al turismo náutico como “un turismo en sí mismo, son vacaciones activas en contacto con el agua que permiten realizar todo tipo de actividades náuticas en tiempo de ocio, compartiendo la actividad náutica con el disfrute de la naturaleza y la oferta turística y recreativa de las diferentes regiones (...)”. En este sentido se nutre la investigación por cuanto se integran recursos esenciales para el desarrollo del turismo náutico como una forma de impulsar su actividad en las áreas de estudio.

Otro tema al que hacer referencia es la infraestructura requerida para el desarrollo de este tipo de actividad, la cual se apoya fuertemente en la postura de Martín Pérez (1999) que entiende por instalación náutica de recreo el conjunto de servicios elementales prestados por una o varias organizaciones, destinados a satisfacer determinadas necesidades relacionadas

¹ Segmento del turismo náutico en el que el turista tiene interés por practicar deportes acuáticos. G.M.M. Consultores Turísticos SAS (2012).

con el uso y disfrute de embarcaciones deportivas o de recreo. Para lo cual es necesario tener en cuenta la normatividad requerida para la implementación de estas actividades dentro de las zonas de playas; contar con los equipos de seguridad para el uso y disfrute responsable; asistencia hospitalaria cercana; vías de acceso; comercio, alojamiento y restauración en el área e inclusión de la comunidad en la correcta prestación de los servicios.

El presente estudio les permitirá a los investigadores adquirir conocimientos acerca del tema y mejorar su experticia investigativa, identificando un producto que pueda diversificar la oferta de turismo en las playas de Cartagena y Barú, innovando en la promoción de los servicios para la práctica de actividades náuticas en las zonas objeto de exploración. El desarrollo en la actividad turística del mercado de deportes y actividades náuticas, traerá consigo un incremento en la demanda de visitantes al destino, acarreado con ello posibilidades de empleo y emprendimiento para las comunidades, contribuyendo así también a la economía de la ciudad de Cartagena y la Isla de Barú.

Es pertinente incluir en el estudio la importancia del respeto y la integración de las comunidades, así como también la conservación de los recursos naturales en uso de la actividad, tal es el caso de las playas, con el manejo de los residuos y el correcto uso de los equipos e implementos para la práctica de los deportes en playa.

La academia y en particular la Universidad Los Libertadores, realizará cumplimiento con sus fines filosóficos relacionados con el crecimiento del espíritu investigativo en sus estudiantes.

Lo anteriormente expuesto se fundamenta en el plan de Turismo Náutico del país, en el sentido que expone que esta tipología de turismo ayudará al desarrollo socioeconómico de las regiones del Caribe con el ordenamiento de las instalaciones y los frentes litorales y con la creación de más de 13.500 empleos. El Plan afirma que deben ser diseñados los equipamientos e infraestructura necesaria para suplir los déficits que actualmente presenta la costa colombiana, con la incorporación de la red de nuevas Marinas, una Red Nacional de Bases Náuticas: Centros de Vela, de buceo, wind, remo, pesca deportiva, entre otras. De acuerdo con el plan, la existencia de recursos suficientes y la superación de las deficiencias actuales en materia de infraestructura, seguridad y competitividad, permiten asegurar que el desarrollo del turismo náutico en el litoral Caribe pueda ser una realidad en un futuro inmediato. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

La ejecución del presente trabajo de investigación podrá ayudar al desarrollo de la actividad turística en las playas de la ciudad de Cartagena y Playa Blanca Barú, mediante la implicación e integración de los pilares de la sostenibilidad: Economía, sociedad y medio ambiente.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena (Bocagrande, Laguito, Boquilla) y Barú.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar la oferta de turismo náutico en Cartagena y Barú.
2. Caracterizar la demanda actual de turismo náutico en Cartagena y Barú.
3. Diseñar un producto de Turismo Nautico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena (Bocagrande, Laguito, Boquilla) y Barú.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 ANTECEDENTES

El presente estudio ubica dentro de su marco referencial dos tesis de grado que plantean su problema de investigación en la tipología de turismo náutico; un primer trabajo corresponde a Martos (2015), denominado “Nuevas Tendencias en el Turismo Náutico. Su impacto económico empresarial”. En el cual se pretende dar a conocer en profundidad la situación actual por la que atraviesa el turismo náutico en Andalucía, España, así como su posicionamiento y tendencias hacia el futuro. Para ello se lleva a cabo un análisis de la oferta de puertos deportivos², las características de la demanda, la competencia en el sector, tanto a nivel nacional como internacional, y las implicaciones socioeconómicas.

Mediante una metodología de investigación de tipo cualitativo, a partir de la observación de las diferentes debilidades y fortalezas del sector de la náutica de recreo en Andalucía, se proponen una relación de mejoras con la finalidad de hacer frente a los problemas actuales del sector. El autor empleó fuentes de información primarias como la observación directa de forma presencial en los puertos de la Costa del Sol como muestra representativa de los puertos andaluces y especialmente en el Club Náutico Benalmádena;

² Puertos especialmente contruidos o destinados para ser utilizados por embarcaciones deportivas. G.M.M. Consultores Turísticos SAS (2012).

así como también fuentes de información secundaria como referencias bibliográficas y disposiciones legislativas del país origen de la investigación. (Martos Sancho, 2015)

El estudio anteriormente mencionado se relaciona con la investigación en curso debido a que se lleva a cabo un análisis de la oferta del sector mediante un diagnóstico que permita identificar la situación actual del destino.

Por su parte la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (2013) realiza una investigación llamada la “Motivación del turista hacia la práctica de deportes náuticos: Un estudio en el destino turístico de gran canaria”. Este estudio examina si ciertos atributos del turista y sus actitudes hacia el deporte náutico influyen en su intención y determinación de practicarlo. Sugiere, además, que las decisiones de practicar deportes náuticos en destinos previos favorecen su posterior repetición.

La metodología empleada fue de tipo cuantitativo mediante fuentes secundarias, se realizaron 270 encuestas a turistas en el destino de Gran Canaria (España). Los resultados indican que estilos de vida ‘enérgicos’ y ‘prácticos’ predicen significativamente las intenciones de practicar deporte náutico como factores motivadores de empuje. También se constata que factores de atracción como ‘descansar’, ‘visitar’, ‘sentir’, y ‘salud y afecto’ presentan efectos significativos sobre las intenciones de los turistas de practicar deporte náutico. Por último, este estudio sugiere que las intenciones de los turistas se relacionaron positiva y significativamente con sus decisiones actuales y previas de practicar deporte náutico influyendo sobre las posteriores. Los hallazgos permitieron a los autores diseñar

estrategias que gestionen más eficientemente esta oferta de ocio. (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2013)

El estudio citado demuestra la pertinencia de conocer las características de la demanda para en base a estas ofertar productos que diversifiquen la oferta actual de deportes y actividades náuticas. Se relaciona con la presente investigación en el análisis de los gustos, preferencias, deseos y motivación de los turistas para la práctica de un turismo alternativo experiencial en las zonas de estudio.

Las dos investigaciones utilizadas como antecedentes al presente estudio le aportan un marco de referencia al tema desde un enfoque en el estudio de la demanda y la oferta del sector del turismo náutico, así como también la metodología utilizada para conseguir los resultados que permitan la consecución de los objetivos.

5.2 MARCO TEORICO

Los fundamentos teóricos en los que se basa el tema objeto de este estudio, gira en torno a lo expuesto con relación al turismo náutico, lo cual en el concepto de (Gómez Javaloyes, Enrique, 2012) es un producto altamente dinamizador del espacio turístico litoral que ayuda a mejorar destinos, ya consolidados y puede servir a destinos que no tienen un producto atrayente a desarrollarse.

Un referente teórico que permite afianzar de manera directa la investigación, guarda estrecha relación con lo expresado por Streanger & Pearce (1984), quienes manifiestan que las experiencias turísticas aportan disfrute al turista por su oposición a la vida cotidiana, así, el turista tiene una “mirada” previa a estas experiencias en las que anticipa, imagina e incluso crea las diferencias entre las experiencias que le esperan y su vida ordinaria.

Es importante resaltar que la oferta turística debe buscar alternativas de diferenciación, que pretendan añadir valor al producto, en este sentido, según expresa García, Fernando 1998, se hace necesario basar la experiencia turística en el significado y la distinción, aspectos que se manifiestan en la temática objeto de estudio. El concepto de distinción se basa principalmente en el consumo, pero en el consumo de signos y significados. De igual forma las distintas prácticas turísticas y deportivas vienen determinadas por la adscripción de clase, ya que los hábitos son generados en el seno de la

familia, ente otros: deportes distinguidos y no violentos (tenis, esquí, squash...) o elitistas (golf, polo, navegación). (Garcia Fernando y otros, 1998).

Las teorías antes expuestas son los referentes que sirven basamento al presente proyecto, que pretende diseñar un producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú.



5.3 MARCO CONCEPTUAL

Comunidad local: Grupo de personas que conviven en un espacio geográfico determinado y comparten intereses, creencias, sentimientos, valores, actitudes y expectativas. Poseen un determinado grado de organización, pueden llegar a compartir un gobierno, y se diferencian de los demás por una herencia histórica y cultural que comparten.

Desarrollo Turístico Sostenible: El desarrollo turístico sostenible es el crecimiento de los destinos satisfaciendo las necesidades de la demanda turística actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Este desarrollo integra tres pilares fundamentales: medio ambiente, economía y sociedad. Busca proporcionar experiencias de la más alta calidad de acuerdo con las exigencias de los turistas, ofreciendo productos turísticos que reúnan experiencias en contacto con la naturaleza y con los atractivos culturales de cada región, cuidando su identidad propia y mejorando el nivel de vida de las comunidades receptoras, por medio de fuentes de trabajo y emprendimiento en la población.

Experiencia Turística: La experiencia turística es el conjunto de sensaciones y percepciones que recibe el viajero durante el proceso de visita al destino, lo que permite transformar el viaje en una vivencia memorable que desee repetir e influenciar a otros a conocer el destino. Actualmente, la experiencia turística es una estrategia para fortalecer la oferta turística, consiste en involucrar al viajero a sentir una vivencia alejada de lo cotidiano

para volverse inolvidable. Se ofrece experiencia creando emociones a los clientes, integrando sus cinco sentidos.

Infraestructura Turística: El destino turístico necesita tener una plataforma que soporte su actividad, por tanto la infraestructura turística es la dotación de bienes y servicios básicos que permitan ofrecer al visitante accesibilidad, comodidad y seguridad. La infraestructura turística se compone de las siguientes redes de servicio: transporte aéreo, fluvial, marítimo y terrestre; terminales terrestres (aeropuertos, terminal de buses, puertos); vías de acceso (carreteras, puentes); redes de servicios básicos (agua potable, electricidad, saneamiento, bombas gasolineras), redes de comunicación (internet, telefonía, tecnología); servicios hospitalarios accesibles y con suficiente cobertura; servicios financieros; servicios de hospedaje, comercio y restauración.

Playa Turística: Espacio geográfico delimitado dentro de una zona costera que se extiende hasta tierra firme desde la más baja marea. Se caracteriza por contar con alta demanda turística para el disfrute de sus recursos naturales y cuenta con una infraestructura con completo equipamiento para la prestación de servicios turísticos.

Producto turístico: Bienes y servicios de la oferta turística que integra recursos naturales y/o atractivos turísticos, se caracteriza por ser intangible antes de su compra, no se

puede separar de quien lo ofrece y no es posible ser almacenado para su posterior consumo.

Un producto turístico es diseñado para ser una experiencia.

Superestructura Turística: Es el soporte de la actividad turística compuesto por las entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo a nivel local, regional y nacional.

Supraestructura Turística: Es el marco normativo y legal que soporta la actividad turística.

Turismo Alternativo: El turismo alternativo es una tipología de turismo que busca una interrelación más estrecha con la naturaleza, preocupada en la conservación de los recursos naturales y sociales del área en que se efectúa la actividad turística; en estos viajes el turista tiene como motivación principal realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales del destino, con el compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos. El ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural son las tres vertientes del segmento alternativo en la actividad turística.

Turismo Náutico: Tipología de turismo que abarca actividades realizadas en cuerpos de agua por motivos de ocio, integrando la interacción con la naturaleza y la oferta turística

del destino. Se compone de dos actividades principales, el Turismo Náutico de Cruceros y el Turismo Náutico deportivo.

La oferta de turismo de cruceros se caracteriza por el uso de grandes embarcaciones para el transporte de pasajeros que son considerados turistas náuticos, siendo esta la actividad turística más antigua; por su parte el Turismo náutico deportivo se caracteriza por tener como motivación del viaje realizar actividades deportivas dentro de cuerpos de agua en el destino. Entre los productos que hacen parte de esta oferta, según se ha establecido en el Plan Nacional De Turismo Náutico de Colombia, se encuentran: la navegación a vela/motor, buceo, submarinismo, Chárter náutico deportivo, pesca deportiva, avistamiento de Cetáceos, Surf/kite/Windsurf, kayak, ski náutico, motos acuáticas.

Zona costera: Espacio del territorio nacional con características naturales, demográficas, sociales, económicas y culturales propias y específicas, cuenta con un espacio marítimo donde existen procesos de interacción entre el mar, la tierra y el aire; reuniendo ecosistemas marino- costeros muy ricos y diversos con capacidad de proveer bienes y servicios que sostienen actividades como la pesca, el turismo, la navegación, el desarrollo portuario, entre otras. Es un recurso natural único, frágil y limitado del país, que exige un manejo adecuado para asegurar su conservación y la preservación de los valores culturales de sus comunidades.

Zonificación de Playas: La zonificación de playas turísticas es el proceso de delimitación del territorio o espacio geográfico comprendido desde tierra firme hasta baja mar, teniendo en cuenta el uso y actividades propias de la playa, debe regirse por la reglamentación vigente que le es aplicable por su naturaleza. El tamaño de las zonas establecidas depende de las dimensiones de la playa y estas deben ser señalizadas y separadas de las demás zonas.



5.4 MARCO LEGAL

El presente proyecto de investigación que pretende diseñar un producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena y Barú, tiene fundamento en las normas, decretos, resoluciones y leyes aplicables a la tipología de turismo náutico deportivo y a los destinos de sol y playa que propenden por el desarrollo sostenible de los espacios geográficos en los cuales se desarrolla la actividad.

Las siguientes disposiciones legales son referentes importantes en la actividad turística objeto de estudio, por lo que su análisis resulta fundamental para la aceptación y consecución de la investigación.

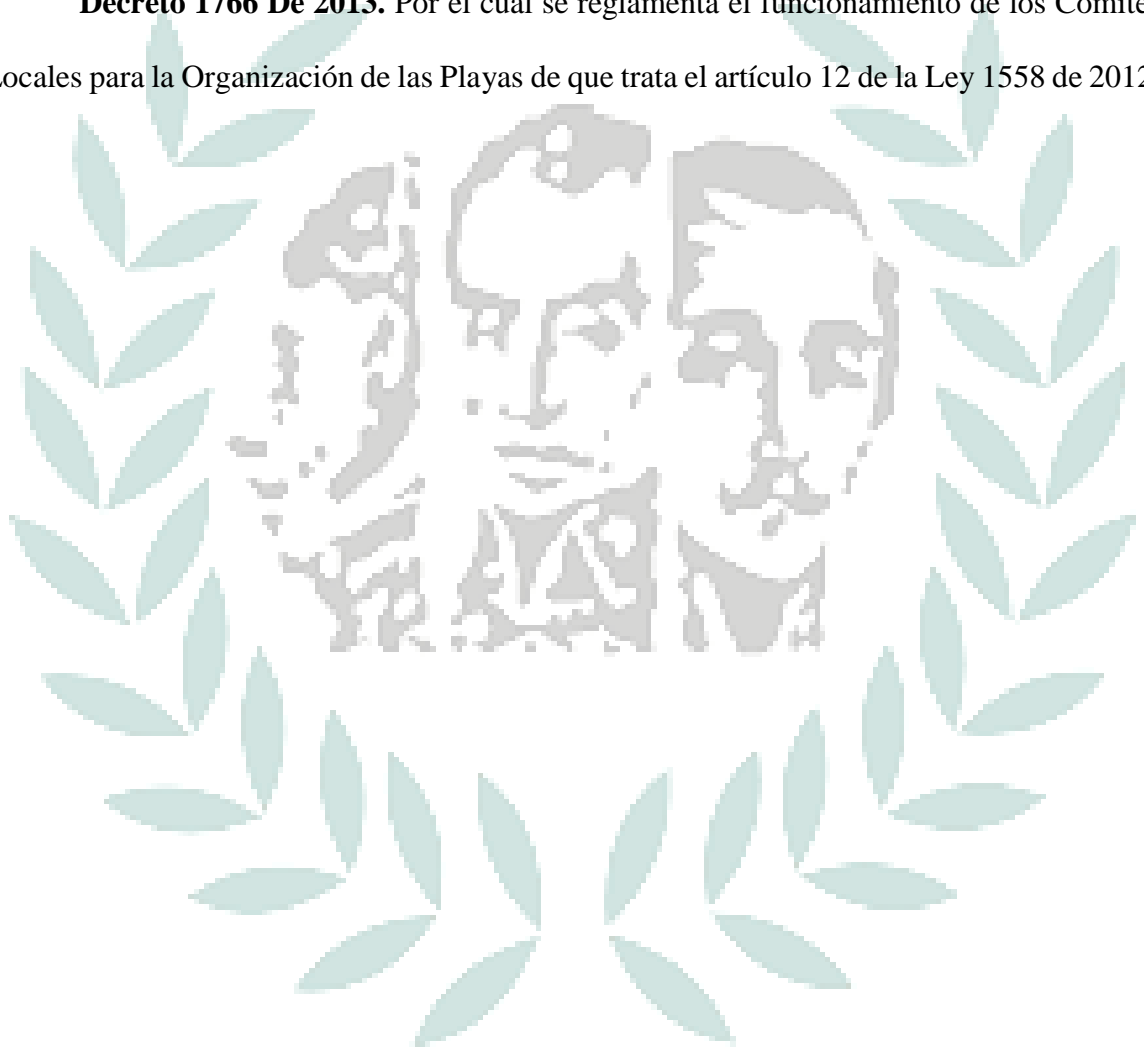
Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-2. Mediante la cual se establecen los Requisitos De Sostenibilidad de los destinos Turísticos De Playa.

Resolución 0408 De 2015. En la cual se establecen disposiciones de seguridad para el ejercicio de las actividades marítimas de recreación y deportes náuticos en Colombia.

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Decreto 2372 De 2010. Por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, las categorías de manejo que lo conforman y los procedimientos generales relacionados con este.

Decreto 1766 De 2013. Por el cual se reglamenta el funcionamiento de los Comités Locales para la Organización de las Playas de que trata el artículo 12 de la Ley 1558 de 2012.



6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de metodología utilizada en la elaboración del presente proyecto es de corte mixto, por cuanto maneja un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo. En este sentido se tiene en cuenta el análisis de las características de la demanda turística presente en las playas de Cartagena (Boquilla, Bocagrande y Laguito) y Playa Blanca Barú, utilizando instrumentos de encuesta; de igual manera se emplean técnicas de observación y guía de entrevistas para conocer la oferta participante en el mercado de turismo náutico.

6.2 POBLACIÓN

El universo poblacional que compete al presente proyecto está constituido por 1.700.378 turistas nacionales y extranjeros que arribaron a Cartagena en el periodo comprendido entre Enero y Diciembre de 2014 con base en los resultados del SITCAR del mismo año.

6.3 MUESTRA

Las unidades muestrales corresponden al resultado obtenido en la aplicación de la siguiente fórmula estadística.

Ecuación 1: Fórmula estadística maestra

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra a hallar

N= Total de la población = 1.700.378 turistas

Z= Valores de confiabilidad del estudio

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%).

P= proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

e= Error muestral que es igual al 5%

1 - p = (en este caso 1-0.05 = 0.95)

$$(1700378)(3.8416)(0.5)(0.95)$$

$$n = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

$$(0.0025)(1700377) + (3.8416)(0.5)(0.95)$$

$$310278.17$$

$$n = \frac{\text{-----}}{\text{-----}} = 72.48$$

$$4251.12$$

La encuesta será aplicada a 72 turistas (nacionales y extranjeros).

Nota: el presente proyecto es de tipo mixto, por lo cual se le da importancia a los aspectos cuantitativos para la aplicación del instrumento a los turistas de la ciudad y a los aspectos cualitativos para la aplicación a los participantes de la oferta del turismo náutico.

Tabla 1. Llegadas totales en aeropuertos de Colombia 2012 - 2014

Llegadas de pasajeros totales (nacionales+internacionales) por aeropuerto en Colombia, 2012-2014

Aeropuerto	2012	2013	2014	% part 2013	% part 2014	% Var 2013/2012	% Var 2014/2013
1 Bogotá - El Dorado	11.257.149	12.505.133	13.721.518	46,4%	47,3%	11,1%	9,7%
2 Rionegro-Jose Maria Cordova	2.536.506	3.276.585	3.272.869	12,2%	11,3%	29,2%	-0,1%
3 Cali-Alfonso Bonilla Aragón	1.847.194	2.185.980	2.339.637	8,1%	8,1%	18,3%	7,0%
4 Cartagena-Rafael Núñez	1.414.828	1.676.111	1.700.378	6,2%	5,9%	18,5%	1,4%
5 Barranquilla-E. Cortissoz	959.711	1.096.036	1.196.472	4,1%	4,1%	14,2%	9,2%
6 Bucaramanga-Palonegro	685.943	765.704	855.788	2,8%	2,9%	11,6%	11,8%
7 San Andrés-Gustavo Rojas Pinilla	636.888	692.875	749.927	2,6%	2,6%	8,8%	8,2%
8 Pereira-Matecañas	491.715	587.437	686.307	2,2%	2,4%	19,5%	16,8%
9 Santa Marta-Simón Bolívar	505.967	631.133	607.644	2,3%	2,1%	24,7%	-3,7%
10 Cúcuta - Camilo Daza	449.497	438.169	494.485	1,6%	1,7%	-2,5%	12,9%
11 Medellín-Olaya Herrera	464.265	485.105	500.452	1,8%	1,7%	4,5%	3,2%
12 Montería - Los Garzones	280.956	358.025	398.753	1,3%	1,4%	27,4%	11,4%
Resto	2.396.398	2.603.020	2.885.941	9,7%	9,9%	8,6%	10,9%
Total	23.646.061	26.943.288	29.011.418	100%	100%	13,9%	7,7%

Fuente: Aerocivil, Elaboración Corpoturismo

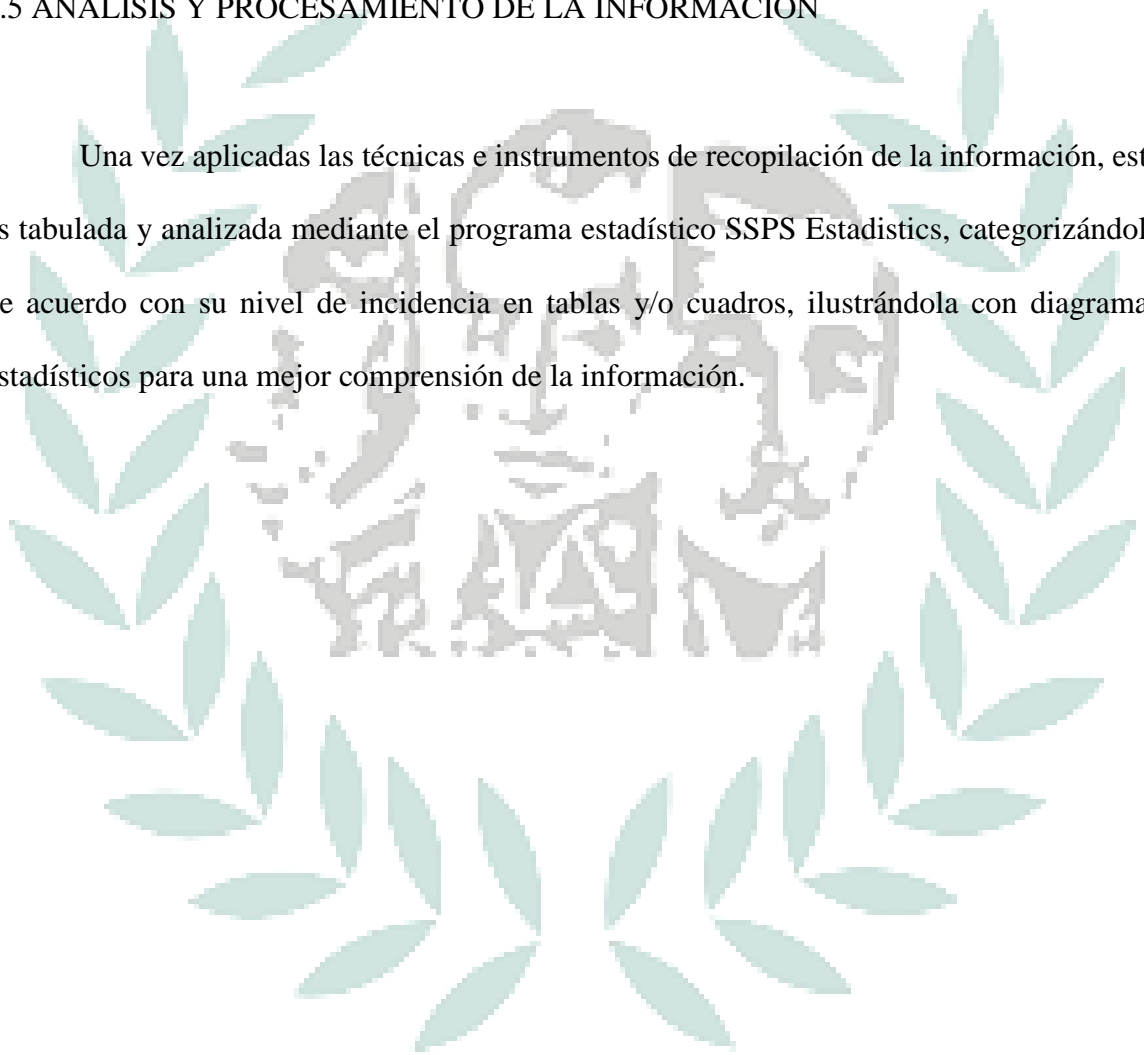
6.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

La presente investigación emplea fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias que sustentan el estudio son: un instrumento de encuesta a 72 turistas y una guía de entrevista a 12 empresas del sector; por su parte las fuentes secundarias son basadas en la

información recopilada de libros, bases de datos, páginas de internet y el estudio del arte relacionado con la temática.

6.5 ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez aplicadas las técnicas e instrumentos de recopilación de la información, esta es tabulada y analizada mediante el programa estadístico SSPS Estadistics, categorizándola de acuerdo con su nivel de incidencia en tablas y/o cuadros, ilustrándola con diagramas estadísticos para una mejor comprensión de la información.



7.0 DIAGNOSTICO DE LA OFERTA DE TURISMO NÁUTICO EN LAS PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARÚ.

7.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA DE TURISMO NÁUTICO EN LAS PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARÚ.

En base a los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de investigación a la oferta del turismo náutico deportivo y de recreo en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú, se describen las principales características y condiciones del mercado.

En los últimos años las playas de Laguito, Bocagrande y La Boquilla se han convertido en unas de las principales plazas para la oferta y demanda de deportes náuticos en Cartagena, entre la oferta de turismo náutico deportivo y de recreo se encuentran los siguientes tipos de negocios: escuelas para la enseñanza y certificación de deportes náuticos, tiendas para la venta y comercialización de equipos, así como también agencias intermediarias entre el cliente y el prestador de servicios.

Las principales actividades náuticas que se ofertan en las playas de Cartagena, en la zona de Laguito, Bocagrande y Boquilla, son los deportes acuáticos como el Surf y sus derivados (Kitesurf, windsurf, Paddle Surfing), Jet ski y parasailing.

Por su parte en Playa Blanca, Barú, los principales deportes náuticos realizados son el buceo y snorkling. El chárter náutico³ también es una actividad altamente demandada por turistas que prefieren tranquilidad y autonomía para conocer y disfrutar los atractivos del lugar mediante la renta de botes y yates.

Según la presidenta de ANATO Paula Cortes Calle, “Cartagena se ha venido consolidando como un referente náutico en Colombia y América Latina, no solo ha aumentado la llegada de visitantes en cruceros provenientes de todo el mundo, sino que también se ha convertido en epicentro de actividades para veleristas y deportes como kitesurf, windsurf, bodysurf, surf y paddle surf. Lo anterior sumado a hechos como las inversiones en las marinas y en el ordenamiento de playas, lo que fortalece aún más las probabilidades de esta ciudad”. (Viaja Colombia Travel Bloggers, 2014).

No obstante, hechos como el comercio informal en las playas mediante la venta de alimentos y bebidas, artículos como ropa y accesorios de playa y renta de equipos náuticos como los Jet ki, sin ningún control y organización de los mismos, provoca insatisfacción en los visitantes por el frecuente acoso y abuso en los precios. Así mismo, la organización en las playas del área continental y Playa Blanca Barú, no ha sido implementada en su totalidad, hay registros en el departamento de Planeación Distrital acerca de la socialización del modelo

³ Alquiler de una embarcación en la que el usuario tiene acceso a la navegación de recreo sin la necesidad de realizar la gran inversión que conlleva comprar una embarcación. Se puede decidir tanto el lugar de destino como la duración del viaje, sin estar sujeto a programaciones o rutas preestablecidas como en otros servicios turísticos. G.M.M. Consultores Turísticos SAS. (2012).

de playas diseñado en 2015 por la Secretaria De Planeación, Espacio Público Y Movilidad y La Corporación De Turismo De Cartagena, sin embargo la zonificación del espacio y la reglamentación estipulada no se observa en marcha hasta la fecha.

La situación que afecta negativamente la actividad turística en general y el segmento de turismo náutico es fundamentado en las problemáticas económicas, sociales y ambientales de las comunidades presentes en las zonas de estudio, la más representativa es Playa Blanca Barú que aunque siendo un recurso natural de notable importancia para Cartagena y Bolívar, al carecer de la infraestructura turística necesaria impide su consolidación como un destino turístico competente. Esta zona merece suplir necesidades básicas para sus comunidades y de esta forma generar una actividad turística con calidad en los servicios ofrecidos, incrementando la demanda del destino y contribuyendo al desarrollo de la población.

Aunque actualmente Playa Blanca es una zona más accesible desde la inauguración del Puente Campo Elías Teheran⁴, 2014, la problemática ambiental ha aumentado con el número de turistas que visita el destino. Esta obra de avance en infraestructura no fue un proyecto sostenible ya que contribuyó al desarrollo económico de la actividad turística pero la comunidad y el medio ambiente han sido afectados, con el ingreso de un mayor número de personas se generan mayores cantidades de residuos que no cuentan con un plan de manejo adecuado y la isla no tiene servicios de alcantarillado y agua potable.

⁴ Puente que conecta Cartagena con la Isla de Barú y lleva el nombre del alcalde gestor de la obra. Redacción Cartagena, (2014). El Universal.

Playa Blanca es considerada un área protegida, al hacer parte del Parque Natural Corales del Rosario y San Bernardo. Sin embargo, las tortugas, corales, pastos y mangles que ahí habitan están en riesgo por la desmesurada actividad humana.

La situación problema de Playa Blanca Barú se fundamenta en lo expuesto a continuación por representantes de la superestructura turística y ambiental del destino:

Según la Directora del Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo, Stephanie Pauwels “Todas esas aguas residuales van para el mismo lado, las ciénagas se llenan de desperdicios que finalmente pueden terminar en el mar. Otra amenaza para los corales, son las lanchas y motos acuáticas que pasan a alta velocidad, generando un ruido que puede afectar la salud de las especies marinas y coralinas, además de la seguridad de los bañistas.” (El Espectador, 2017)

De acuerdo con lo expuesto por el viceministro de Medio Ambiente y desarrollo sostenible, Carlos Botero Lopez, “Tenemos que realizar censos, una recolección de los residuos sólidos y buscar cómo disminuir las cargas que están llegando a Playa Blanca. El último estudio habla de una carga de 3.200 personas al día y llegan 15.000 en temporada alta; así que estamos buscando soluciones con la comunidad para organizar y articular con ellos el ingreso a este sitio. Por otro lado está el daño al hábitat de las tortugas de carey, que anidaban en la zona y se han ido a otros lugares del Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo, este es uno de los temas a los que, como cabeza del sector ambiente,

debemos buscar una solución en conjunto con las autoridades locales’’. (Ministerio de Ambiente, 2017).

En la zona continental de Cartagena, la falta de inversión y mantenimiento en las playas es la principal causa del estado actual de las mismas, problemas como la erosión costera⁵ producto por la construcción masiva de edificaciones en sectores como Bocagrande, ha fortalecido la infraestructura pero no ha sido un desarrollo sostenible ya que ha producido el deterioro de los balnearios de Cartagena. Es imperativo la atención y conservación que deben merecer estas zonas ya que son la planta turística del producto de Turismo Náutico.

⁵ Una playa está en erosión cuando disminuye el volumen de arena de alguno de sus subambientes a largo plazo. Lopez, M. (2006). Riesgo de erosión costera y de playa.

7.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES NÁUTICAS OFERTADAS EN PLAYAS DE CARTAGENA (BOQUILLA, BOCAGRANDE, LAGUITO) Y PLAYA BLANCA BARÚ.

Surf: nació en Hawái, los nativos aprovechaban las olas para pescar y volver a la orilla sin tener que nadar. El padre del surf moderno fue el príncipe hawaiano Duke Kahanamoku que en 1920, fundó el primer club deportivo de surf en Waikiki. El surf consiste en mantenerse en equilibrio, deslizándose sobre una tabla, arrastrada por una ola, el mayor tiempo posible y sin caerse al agua. Además de buenos reflejos y equilibrio, exige un dominio de la natación y un gran conocimiento del mar; así los surfistas pueden elegir las mejores olas.

La ISA es la entidad reconocida por el COI como representante del surf ante las autoridades olímpicas. Desde los 70 la ISA ha querido lograr la inclusión del surfing en los juegos olímpicos. En 2009 la Federación brasileña de Surf formulo petición oficial para que este deporte fuera incluido como disciplina en los Juegos de Brasil 2016, pero finalmente fue superado por el golf y el rugby.

Kitesurf: (llamado también Flysurf) En este deporte, se combina el surf con el parapente. La tabla permite al deportista presentar mayor resistencia al aire y deslizarse sobre el agua mediante una tabla diseñada para tal efecto, además de efectuar rotaciones y giros a

velocidades asombrosas, con un gran riesgo para las articulaciones del cuello y la espalda. En la práctica de esta modalidad deportiva se sustituyen los dos esquís del acuático por el mono esquí, más corto y estrecho que los normales y provisto de una importante deriva. Lleva generalmente 4 fijaciones, una normal, para el pie delantero, dos fijas a la barra, y las 2 restantes pasan por el centro de la barra y se sujetan al cuerpo mediante un arnés.

El windsurf: consiste en deslizarse sobre el agua sobre una tabla que lleva una vela. Las tablas de windsurf son ligeras, rápidas y fáciles de manejar. Para practicar correctamente este deporte, hoy que aprender a dominar las olas y el viento. Los saltos más impresionantes son posibles por la vela y a la propia habilidad para sacar el máximo rendimiento.

La vela y la tabla pueden ser de varios tamaños, adaptándose así al deportista o a la modalidad o competición, las tablas más grandes miden 3,50m, aunque las más utilizadas rondan los 3 metros.

Los estadounidenses fueron los primeros en practicar este deporte que, en la actualidad, ha adquirido ya una gran relevancia en todo el mundo. El windsurf nació cuando dos californianos quisieron comprobar si era posible añadir una vela a la tabla de surf. Después de algunas pruebas lo consiguieron, y pudieron así realizar fantásticas acrobacias que siguen mejorándose y ampliándose hoy en día, ya que cada vez aparecen nuevas técnicas y modalidades.

Paddle surf: Este deporte consiste en mantenerse de pie en una tabla más grande y estable que las propias del surf, mientras se lleva un remo de una sola pala para poder navegar por el mar, lagos o ríos. Su principal ventaja es que se puede salir al mar sin necesidad de que ese día haya ni viento ni olas, ya que no son imprescindibles como en el surf; aunque, si aparecen, se puede surfear también con la misma tabla.

Al igual que la mayoría de las nuevas modalidades deportivas, su origen se encuentra en Hawái. Ésta en concreto se sitúa en la década de los 60 en la famosa playa de Waikiki, donde los instructores de surf empezaron a utilizar tablas más largas y estables para poder fotografiar a su grupo. Así, y empleando remos de canoas, podían desplazarse para comprobar también la técnica de sus pupilos y ver con mayor antelación los posibles riesgos y las olas que iban a venir.

No obstante, su popularidad no se extendió hasta principios del siglo XXI, cuando varios surfistas hawaianos famosos empezaron a incorporar el paddle surf a sus entrenamientos de forma habitual para completar su preparación.

Kayak: El kayak o Remo es un deporte náutico donde el atleta compite en embarcaciones impulsadas mediante la fuerza muscular de uno o varios remeros, usando uno o dos remos como palancas simples de primer grado, sentados de espaldas en la dirección del movimiento.

Buceo: El buceo o scubadiving tuvo sus inicios por lo menos hace 6500 años al estar la comida fuera de nuestro alcance, los buceadores se entrenaron desde la infancia para la capacidad pulmonar y la resistencia. Permanecer más tiempo bajo el agua de forma natural era imposible, por lo que el concepto de buceo fue abandonado hasta que la recuperación de las mercancías procedentes de barcos hundidos se convirtió en un desesperado motivo de empezar a desarrollar nuevas ideas que cambiarán la historia del buceo.

El buceo, también denominado submarinismo y escafandrismo, es el acto por medio del cual el ser humano se sumerge en cuerpos de agua, ya sea el mar, un lago, un río, una cantera inundada o una piscina, con el fin de desarrollar una actividad profesional, recreativa, de investigación científica o militar con o sin ayuda de equipos especiales. Al buceo tradicional (sin aparatos de respiración) se le llama sencillamente buceo, aunque a su modalidad deportiva se le llama apnea o buceo libre. El término submarinismo define con exactitud la práctica del buceo en el mar, que es además, y con creces, el buceo más practicado en todo el mundo. Al buceo practicado en cuevas o galerías inundadas de minas se le llama espeleobuceo y al buceo en lagos de montaña buceo de altura.

Hoy en día, miles de nuevos buceadores se certifican en todo el mundo, los nuevos equipos de buceo han transformado la industria y el buceo es no sólo más seguro, pero mucho más cómodo y accesible para todos. Viaje para el buceo se ha transformado en un

gran negocio, porque todo el mundo quiere explorar el maravilloso mundo submarino. La certificación PADI (Professional Association of Diving Instructors), asociación fundada por John Cronin y Ralph Erickson en el año 1966. Es la principal escuela de buceo a nivel mundial tanto en relevancia como en número de afiliados. Pero PADI también da nombre a toda una serie de certificaciones que acreditan el nivel de buceo de la persona. Estos van desde los primeros niveles de aprendizaje (cursos como “Scuba Diver” u “Open Water Diver”) hasta los más avanzados (“Máster Scuba Diver”).

Snorkeling: El Snorkel o (esnórquel) es la práctica de buceo a ras de agua, el atleta va equipado con una máscara de buceo, un tubo llamado esnórquel y normalmente aletas. En aguas frías puede ser necesario el traje de buceo.

El atractivo principal del esnórquel es la oportunidad de observar la vida submarina en un entorno natural sin un equipo complicado y la formación necesaria para el buceo, durante largos periodos de tiempo con relativamente poco esfuerzo. El Snorkel es considerado más una actividad de ocio que un deporte. El tubo respirador generalmente de unos 30 centímetros de largo y un diámetro interior de entre 1,5 y 2,5 centímetros y cuenta con una boquilla en el extremo inferior fabricada con caucho o plástico. Se usa para respirar el aire por encima de la superficie del agua cuando la boca y la nariz del atleta se encuentran sumergidas. Normalmente se emplea el mismo tipo de máscara que los usados por los buceadores, la máscara permite al buceador ver con claridad bajo el agua. Todas las

máscaras de buceo portan unas lentes, o placa frontal, un faldón, que también incluye la nariz, y una correa para sujeción en la cabeza.

El Snorkeling no requiere una aptitud especial, sólo la capacidad de nadar y respirar a través del snorkel. Sin embargo, por razones de seguridad, instrucción y orientación requiere de un monitor o persona experimentada

Jet ski: La moto acuática es una embarcación ligera con un sistema de conducción similar al de una motocicleta convencional, con un motor situado dentro de la misma, la principal diferencia de las motos acuáticas con otros tipos de embarcación tipo lancha o bote a motor, es que no usan hélice sino que son propulsadas por un chorro de agua (turbina) esta sale de la parte trasera de la nave extrae el agua de debajo de la embarcación por medio de una bomba, luego la expulsa a través de una boquilla.

Las motos acuáticas están diseñadas para ser conducidas por una persona sentada, de pie, o de rodillas en la embarcación. La dirección de estas se maneja desde delante moviendo un Jet trasero o un sistema de transmisión de la propulsión completamente encerrado.

El Flyboard: se trata de un novedoso deporte acuático, inventado en la primavera de 2011 por el corredor de motos acuáticas Franky Zapata. El flyboard se está extendiendo rápidamente por todo el mundo y es practicado tanto en competición, como de ocio. En

modo aprendizaje, el impulso es controlado por un instructor desde la moto acuática para evitar cualquier riesgo. En modo competición, el Rider controla el impulso mediante un gatillo en su mano conectado inalámbricamente con la moto acuática.

El Flyboard combina la propulsión del agua y del aire para impulsar al deportista hacia la superficie, para ello una moto de agua o una lancha, que normalmente recoge agua por la proa y a través de una turbina, la expulsa a gran presión por la popa, dividiendo el flujo de agua entre dos codos de menor sección que lanzan el agua hacia abajo. Una tabla bajo los pies con dos potentes chorros hacia abajo permite la potencia necesaria para impulsarse, dar giros, volar hasta 15 metros de altura sobre el agua, o bucear hasta 2,5 metros, o realizar todo tipo de acrobacias.

Parasailing: El parasailing, que traducido al español se conoce como “Paravelismo”, es una actividad en la que se sujeta a una persona a un paracaídas, que está especialmente diseñado para la práctica de este deporte de ocio, y el paracaídas se ata a su vez a la parte trasera de una embarcación que lo arrastrará. En cuanto el bote comience a acelerar, el paracaídas se irá elevando y la persona que esté sujeta al paracaídas empezará a volar por encima del agua.

En el año 1971, el estadounidense Mark McCulloh en Miami, Florida, inventó el equipo necesario para practicar el parasailing moderno, con la primera creación de una plataforma estacionaria para poner en práctica el paravelismo en las playas de Miami.

Todas sus innovaciones y sus logros en torno a esta actividad han ido en la línea de desarrollar y mejorar el parasailing a través de un mejor diseño de las aplicaciones y el equipo necesario para practicarlo, teniendo siempre en cuenta la seguridad de los deportistas.

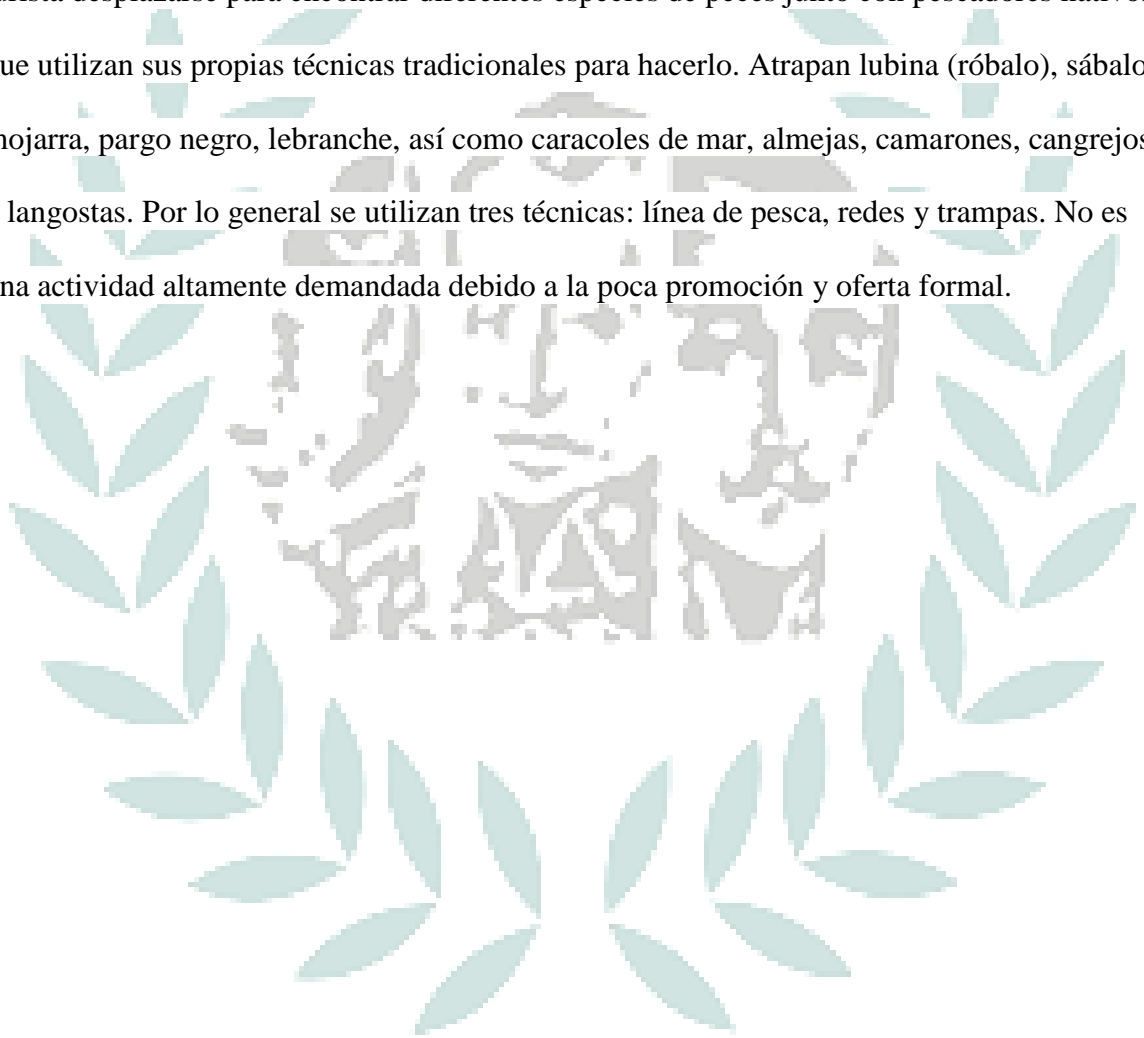
Chárter náutico deportivo: se caracteriza por la práctica de actividades náuticas en embarcaciones de recreo que permiten al turista que las realiza su desplazamiento hasta otros puertos, pudiendo realizar actividades allí donde hace escala. La manera principal en el Mercado actual de realizar esta actividad es mediante el alquiler de una embarcación, se conoce también como turismo náutico-deportivo de largo alcance.

En general, las características principales de este tipo de turismo son las siguientes: no se encuentran sujetas a itinerarios fijos y regulares, estableciéndose el itinerario del viaje por los propios turistas de forma potestativa, de manera que puede ser alterado en todo momento por voluntad de los viajeros; necesita obligatoriamente de instalaciones de abrigo y amarre donde desembarcar, demandando los siguientes bienes y servicios en la localidad de destino: Puesto de amarre de la embarcación, en una zona de agua abrigada, oferta de abastecimientos y restauración, oferta complementaria (animación nocturna, instructores de buceo y deportes acuáticos, guías turísticos, etc).

Recorridos ecoturísticos en Canoas: explorar los manglares de la ciénaga de Juan Polo en Cartagena es una experiencia en contacto con la naturaleza y las comunidades

nativas de las playas de la Boquilla, los turistas pueden disfrutar de un ecosistema rico en diversidad de peces y aves.

Pesca deportiva: esta actividad realizada en altamar o en la cienaga permite al turista desplazarse para encontrar diferentes especies de peces junto con pescadores nativos que utilizan sus propias técnicas tradicionales para hacerlo. Atrapan lubina (róbalo), sábalo, mojarra, pargo negro, lebranche, así como caracoles de mar, almejas, camarones, cangrejos y langostas. Por lo general se utilizan tres técnicas: línea de pesca, redes y trampas. No es una actividad altamente demandada debido a la poca promoción y oferta formal.



7.3 ANALISIS DE LA OFERTA DE TURISMO NAUTICO EN PLAYAS DE CARTAGENA (BOCAGRANDE, LAGUITO, BOQUILLA) Y PLAYA BLANCA BARÚ.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas a la oferta de turismo nautico en la ciudad, se concluyen los siguientes indicadores de la situacion actual de su actividad.

- Principales temporadas

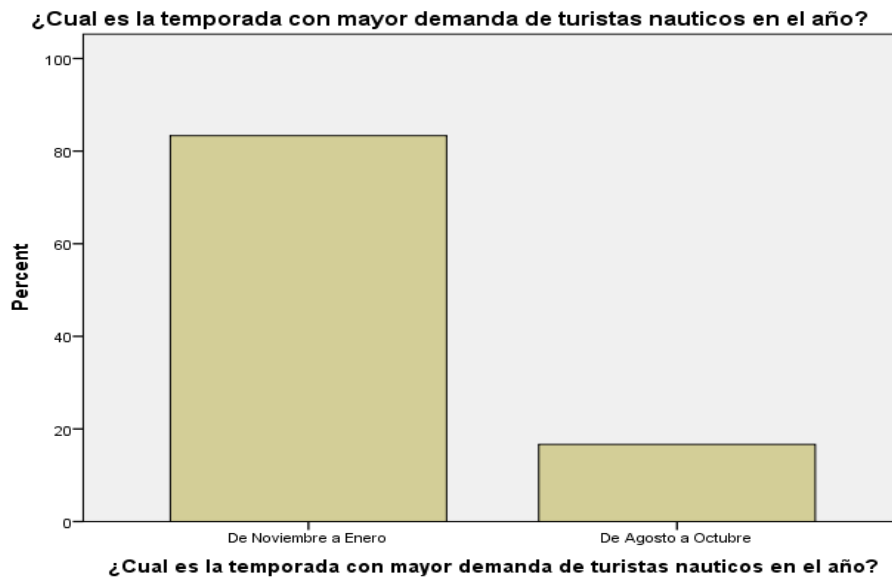
La principal temporada del año con mayor demanda de turistas es en los meses de Noviembre a Enero, representando un 83,3% del total de la muestra, en su orden el periodo de Agosto a Octubre con un porcentaje del 16,7%.

Tabla.2 Principales temporadas

¿Cual es la temporada con mayor demanda de turistas nauticos en el año?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	De Noviembre a Enero	10	83,3	83,3	83,3
	De Agosto a Octubre	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico.1 Principales temporadas



Fuente: Elaboración propia

- Tipo de servicios ofertados en la ciudad

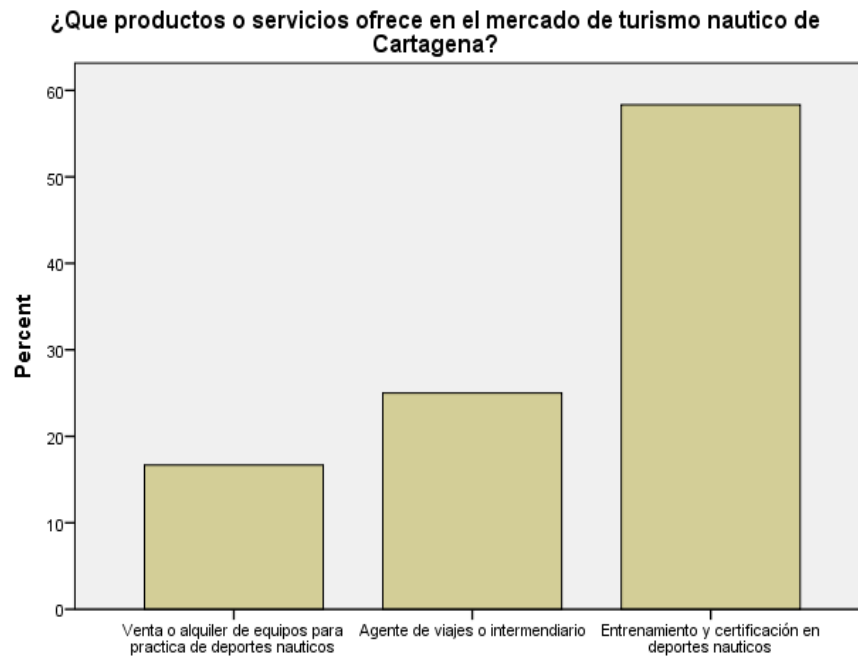
Los productos y servicios ofertados en Cartagena dentro del segmento de turismo náutico, corresponden en su orden: entrenamiento y certificación en deportes náuticos 58,3%; agente de viajes o intermediarios 25% y venta y/o alquiler de equipos para la práctica de deportes nauticos16, 7% del total.

Tabla 3. Tipos de servicios ofertados

¿Que productos o servicios ofrece en el mercado de turismo nautico de Cartagena?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Venta o alquiler de equipos para practica de deportes nauticos	2	16,7	16,7	16,7
	Agente de viajes o intermendiario	3	25,0	25,0	41,7
	Entrenamiento y certificación en deportes nauticos	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 2. Tipos de servicios ofertados



Fuente: Elaboración propia

- Principales plazas

Las empresas prestadores de productos y servicios de turismo nautico en Cartagena se ubican en tres sectores principales de la ciudad, en su orden: Archipelago de las islas del Rosario 50%; Zona norte (Boquilla y Manzanillo del Mar) 33,3%; Bocagrande y Laguito 16,7%.

Tabla 4. Principales plazas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bocagrande y Laguito	2	16,7	16,7	16,7
	Zona Norte: Boquilla, morros y manzanillo	4	33,3	33,3	50,0
	Islas del Rosario	6	50,0	50,0	100,0

	Total	12	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

Fuente: Elaboración propia

Grafico 3. Principales plazas



Fuente: Elaboración propia

- Principales clientes

El cien por ciento del total de la muestra afirma que sus principales clientes son de nacionalidad extranjera.

Tabla 5. Principales clientes

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Extranjeros vacacionales	12	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Grafico 4. Principales clientes



Fuente: Elaboración propia

- Tiempo en el mercado turistico de cartagena

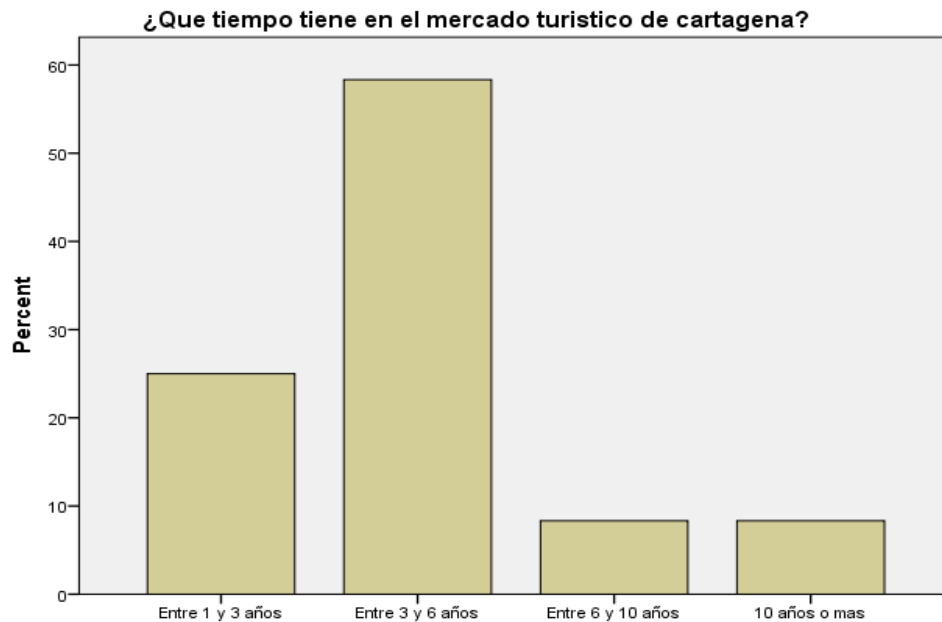
Del total de la muestra el 58,3% tienen entre 3 y 6 años de estar constituidos en Cartagena, siguiendo en su orden un 25% a las empresas que tienen entre 1 y 3 años en el mercado.

Tabla 6. Tiempo en el mercado turistico de cartagena

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Entre 1 y 3 años	3	25,0	25,0	25,0
	Entre 3 y 6 años	7	58,3	58,3	83,3
	Entre 6 y 10 años	1	8,3	8,3	91,7
	10 años o mas	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 5. Tiempo en el mercado turistico de Cartagena



Fuente: Elaboración propia

- Garantías de seguridad

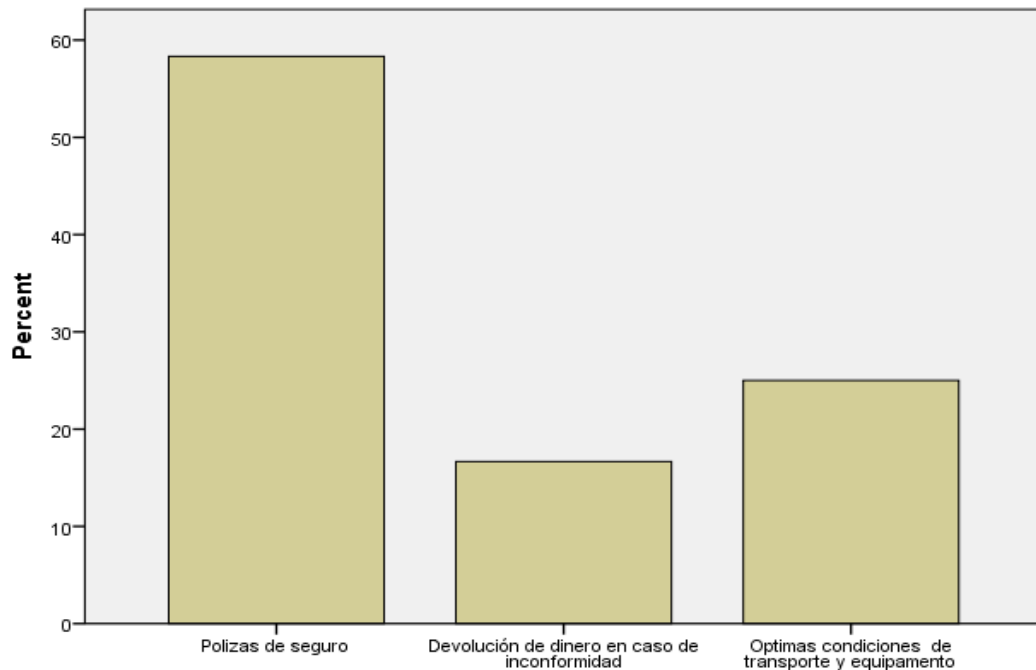
El 58,3% de la muestra corresponde a las empresas que usan pólizas de seguro para sus clientes y cada uno de sus equipos; el 25% indica que cuenta con óptimas condiciones de transporte y equipamientos y el 16,7% de las empresas informaron que devuelven un porcentaje de dinero en caso de alguna inconformidad.

Tabla 7. Garantías de seguridad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pólizas de seguro	7	58,3	58,3	58,3
	Devolución de dinero en caso de inconformidad	2	16,7	16,7	75,0
	Óptimas condiciones de transporte y equipamiento	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 6. Garantías de seguridad.



Fuente: Elaboración propia

- Estrategias de promoción y mercadeo.

Las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo náutico utilizan herramientas tecnológicas para acercarse a sus potenciales clientes, el objetivo principal es dar a conocer el portafolio de sus productos y servicios, captando la atención y despertando el interés por el mar.

Del total de la muestra aplicada al instrumento de investigación, el 75% usa los medios virtuales como páginas web, apps y redes sociales como forma principal para acercarse a sus clientes; mientras un 25% utilizan a las agencias de viajes e intermediarios.

Entre las estrategias de mercadeo usadas dentro del segmento de turismo náutico en la ciudad, las principales se basan en ofrecer un valor agregado a sus clientes en aspectos como servicio, precio y oferta de paquetes.

Se tiene que del total de empresa encuestadas, el 83,3% indica que su principal estrategia para conseguir y mantener sus clientes es ofreciendo un servicio personalizado; por su parte el 33,3% prefiere ofrecer sus productos en paquetes, lo cual se convierte en un plus para los clientes y a su vez permite la rotación de los productos; un 8,3% de la muestra utiliza otro tipo de estrategias como descuentos en los precios de sus productos y contraprestación de servicios con otras empresas turísticas para captar clientes.

Tabla 8. Estrategias de promoción y mercadeo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Página web, apps y redes sociales	9	75,0	75,0	75,0
	Agencia de viajes o intermediarios	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 7. Estrategias de promoción y mercadeo



Fuente: Elaboración propia

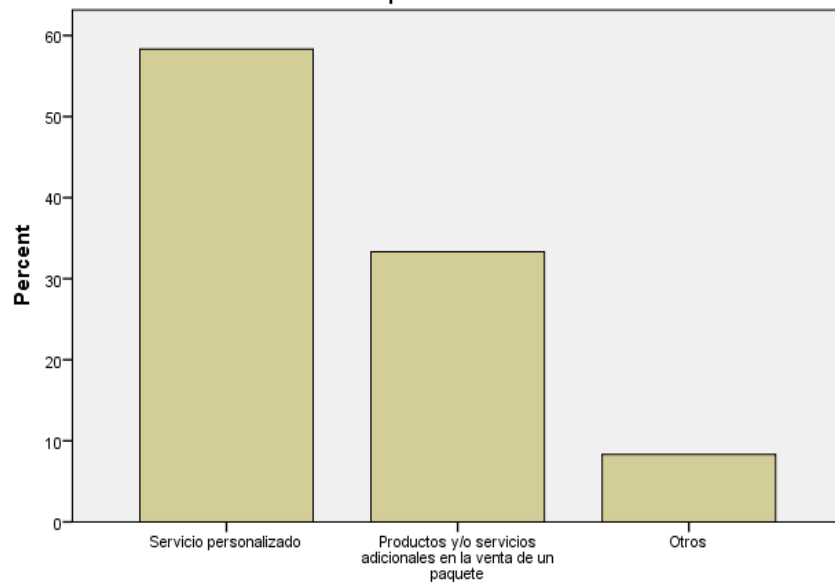
Tabla 9. Valor agregado

Valor agregado		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Servicio personalizado	7	58,3	58,3	58,3
	Productos y/o servicios adicionales en la venta de un paquete	4	33,3	33,3	91,7
	Otros	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8. Valor agregado

¿Cual es el valor agregado que ofrece en su producto para diferenciarse de sus competidores?



Fuente: Elaboración propia

- Estrategias de sostenibilidad

Las empresas en el sector de turismo náutico centran su política de sostenibilidad en estrategias de tipo ambiental, económico y social.

En cuanto al medio ambiente, del total de la muestra implementada en la investigación, el 50% realiza limpieza del mar y su entorno; el 33,3% emplean estrategias como reciclaje y separación de residuos; y un 8,3% ahorran energía y agua potable.

Para contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades cercanas, el 83,3% contrata mano de obra de la misma comunidad y los capacita para la correcta prestación de los servicios; el 8,3% hace donaciones periódicas a fundaciones del sector; mientras que el 8,3% restante prefiere vincular microempresarios como proveedores de la empresa.

Tabla 10. Estrategias para la conservación del medio ambiente

¿Que estrategias para la conservación del medio ambiente se implementan dentro de la empresa?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Reciclaje y separación de residuos	4	33,3	33,3	33,3
	Ahorro de energia y agua potable	1	8,3	8,3	41,7
	Limpieza y conservación del mar y entorno	6	50,0	50,0	91,7
	Otras	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

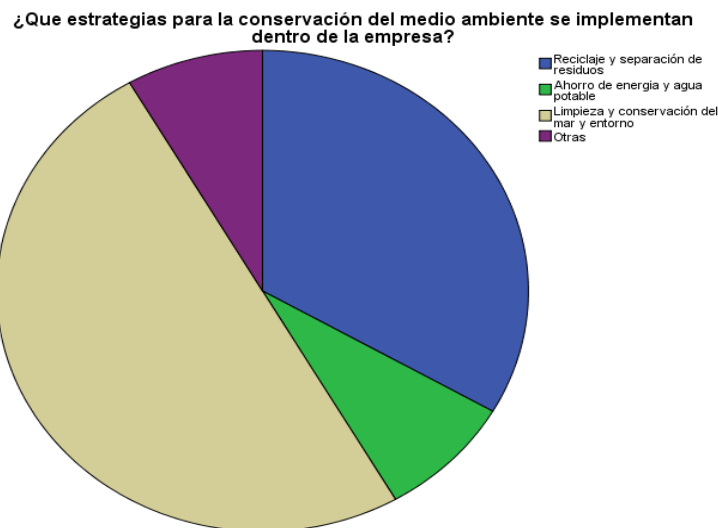
Fuente: Elaboración propia

Tabla 11. Estrategias para el desarrollo de las comunidades cercanas

¿Que estrategias para contribuir al desarrollo de las comunidades cercanas se implementan dentro de la empresa?		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Empleo y capacitación	10	83,3	83,3	83,3
	Donaciones y apoyo a fundaciones	1	8,3	8,3	91,7
	Vinculacion de micro empresarios a la empresa	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafico 9. Estrategias para la conservación del medio ambiente



Fuente: Elaboración propia

Grafica 10. Estrategias para el desarrollo de las comunidades cercanas



Fuente: Elaboración propia

- Aspectos a mejorar

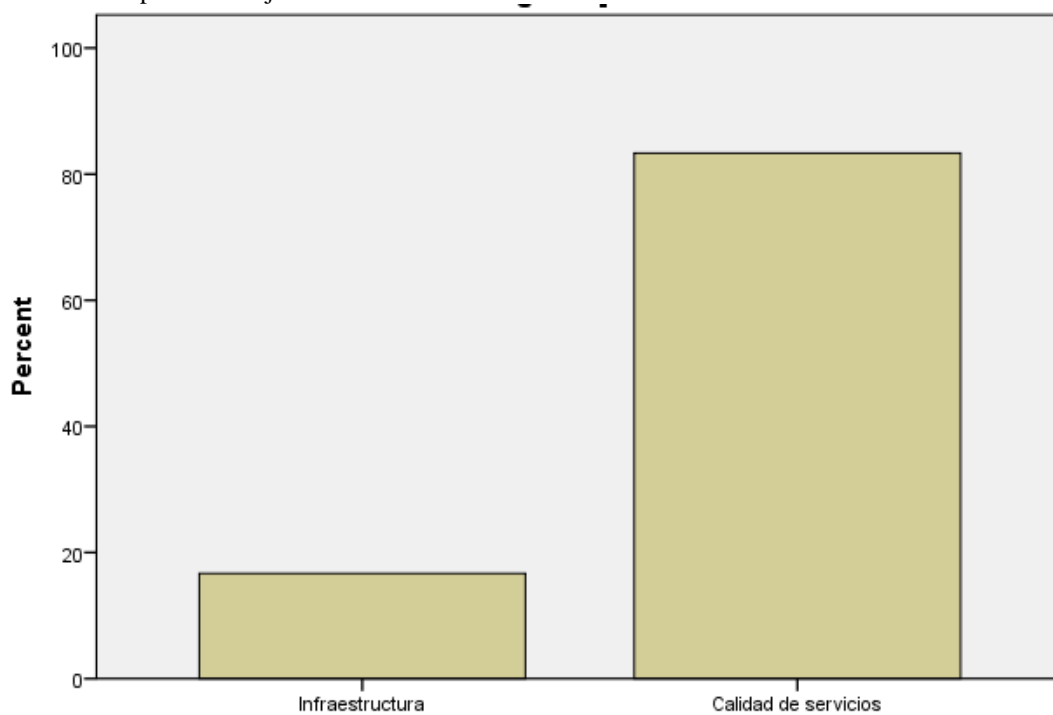
Del total de empresas del sector de turismo náutico en la ciudad, un 83,3% del total indico que la calidad de servicios es un aspecto fundamental para la correcta prestación de los servicios turísticos en Cartagena; y por su parte un 16,7% del total de la muestra afirmo que la infraestructura es el principal aspecto por reforzar en la ciudad ya que se convierte en un limitante para los muchos proyectos que se pueden implementar.

Tabla 12. Aspectos a mejorar

¿Qué aspectos considera deben mejorarse para la oferta del turismo náutico en Cartagena?					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Infraestructura	2	16,7	16,7	16,7
	Calidad de servicios	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 11. Aspectos a mejorar



Fuente: Elaboración propia



7.4 MATRIZ FODA DE LA OFERTA DE TURISMO NÁUTICO EN LAS PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARÚ.

La oferta de turismo náutico en Cartagena y Barú está compuesta por empresas prestadores de servicios turísticos en el segmento Náutico, dentro de este mercado encontramos a las empresas dedicadas a la enseñanza y certificación en deportes náuticos; venta y alquiler de equipos requeridos para la práctica de actividades deportivas y de recreo; agencias de viajes o intermediarios en la comercialización de productos y servicios de turismo náutico. Por su parte encontramos también la oferta informal que participa activamente en el segmento de la náutica deportiva con la venta y renta de equipos, principalmente en las playas públicas de la ciudad de Cartagena con productos como las motos náuticas, tablas de surf, equipos de windsurf y kitesurf e inflables de playa.

Las playas de Boquilla, Bocagrande y Laguito en Cartagena y playa Blanca en Barú cuentan con un gran potencial que puede permitir el desarrollo de la actividad turística en el sector náutico, sin embargo existen también muchas falencias o limitantes que impiden el crecimiento y posicionamiento del producto y la competitividad ante otros destinos.

En concordancia con lo anterior y basándose en el trabajo de campo realizado, se lleva a cabo un diagnóstico de las condiciones de la oferta del segmento de turismo náutico en Cartagena. Para tal fin, se usa la Matriz DOFA como herramienta para identificar las

causas y estrategias de mejoras viables a los problemas encontrados mediante el cruce de las variables expuestas.

Fortalezas:

- **Atractivos turísticos:** la oferta de turismo náutico en la zona de estudio, cuenta con recursos naturales que son el principal motivo para los turistas escoger la ciudad como destino para realizar actividades náuticas y de recreo. El mar y el viento en la zona continental proporcionan durante todo el año olas de buen tamaño para la práctica de deportes como el surf, kitesurf y windsurf; y en la zona insular, en el archipiélago de las islas del rosario, es ideal para la práctica de buceo y snorkling por sus corales y aguas cristalinas, el chárter náutico en esta zona también es una actividad a realizar para apreciar la naturaleza y disfrutar de la tranquilidad de las islas.
Cartagena cuenta también con una amplia región de manglares, lo cual se convierte en un atractivo para disfrutar de la biodiversidad, realizando actividades como el Kayak y paseos en canoas.
- **Alta demanda turística:** la demanda en Cartagena para el turismo de sol y playa se considera alta durante todo el año, sin embargo para los meses de Noviembre, Diciembre, Enero y Febrero son las fechas con mayor demanda para las actividades de turismo náutico. De acuerdo con la información recopilada en la implementación del instrumento de investigación, para esta temporada la mayoría de las empresas tienen reservados sus servicios desde meses de anticipación con el cincuenta por ciento del precio pago para garantía de la reserva.

- Precio: Los turistas están dispuestos a pagar altos precios establecidos por la oferta de productos y servicios náuticos, con la garantía de recibir calidad y tener una experiencia memorable.

Debilidades:

- Informalidad en el sector: de acuerdo con el trabajo de campo realizado, la zona en estudio cuenta con una oferta informal de turismo náutico, principalmente por nativos de las playas públicas de la ciudad con la renta de equipos para deportes acuáticos, lo cual se convierte en su fuente diaria de empleo; estos servicios son ofrecidos sin garantías de seguridad para accidentes y los precios cobrados no son acorde al producto o servicio adquirido.
- Nivel de servicio: la calidad de prestación de servicios es muy baja, de acuerdo con la información recopilada en la investigación. La razón principal a esta desventaja del sector, es a causa de la poca capacitación que reciben los nativos de las comunidades ya que ellos son un porcentaje alto de la mano de obra contratada por las empresas.
- Inversión en infraestructura: la planta turística destinada al segmento náutico requiere de mayor inversión para hacer más sólida la oferta de servicios en la ciudad, para lo cual es importante reforzar las playas y marinas en aspectos como: servicios hospitalarios cercanos, transporte público accesible, estaciones de gasolina, servicios públicos esenciales (agua, energía, gas natural e internet), vías de acceso (carreteras en buen estado), restaurantes y baños higiénicos.

Amenazas:

- Alteraciones del clima durante diferentes fechas del año: este factor afecta a la oferta náutica de la ciudad, ya que por los cambios del clima, sean lluvias o vientos, las playas son cerradas y actividades náuticas como deportes y chárter náutico no pueden ser realizados.

Oportunidades:

- Disposición de la demanda para pagar el precio ofertado.
- Demanda constante durante todo el año.
- Realización de eventos, festivales, exposiciones y competencias en la ciudad, relacionados con el segmento náutico del turismo, los cuales promocionan el destino e incrementan la demanda.
- Los estudios realizados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo permiten conocer las necesidades del país. En el Plan nacional de turismo náutico de Colombia, 2012, se desarrolla un diagnóstico de las costas colombianas por el Gobierno Nacional y el sector privado para impulsar, incentivar y desarrollar sosteniblemente el Turismo Náutico en Colombia; lo cual abre una oportunidad para Cartagena con la creación de proyectos que generen competitividad a la ciudad.

Estrategias de mejora:

- Vincular a la oferta informal de la ciudad en los planes de desarrollo del segmento de turismo náutico, se debe considerar organizar y dar normativas a las actividades náuticas que ofrecen informales, como es el caso de los jets ski en las playas.
- Fortalecer la infraestructura turística en las playas, vinculando al sector público y a las empresas del sector privado que centran allí su actividad.
- Reforzar la oferta de actividades náuticas deportivas y de recreo mediante la formación de empresas que promocionen, diversifiquen e innoven en los productos ofertados actualmente.
- Es necesario la participación de la academia para capacitar a los prestadores de servicios turísticos del segmento náutico deportivo.
- La intervención del estado para la estipulación de una normativa que establezca estándares en cuanto a política de precios y servicio al cliente debe ser considerada para la regulación del sector.

8.0 CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL DE TURISMO NÁUTICO EN LAS PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARÚ.

8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO NÁUTICO EN LAS PLAYAS DE CARTAGENA Y PLAYA BLANCA BARÚ.

En el presente capítulo de la investigación se toman los resultados obtenidos en el trabajo de campo, para en base a estos determinar los principales factores que describen la demanda de turistas nauticos en las playas de Cartagena y Playa Blanca Barú. El instrumento se aplicó en las playas de Cartagena (Boquilla y Laguito) y Playa Blanca de Barú. La encuesta fue dirigida a 72 turistas durante la segunda semana del mes de Enero del año 2017.

- Genero

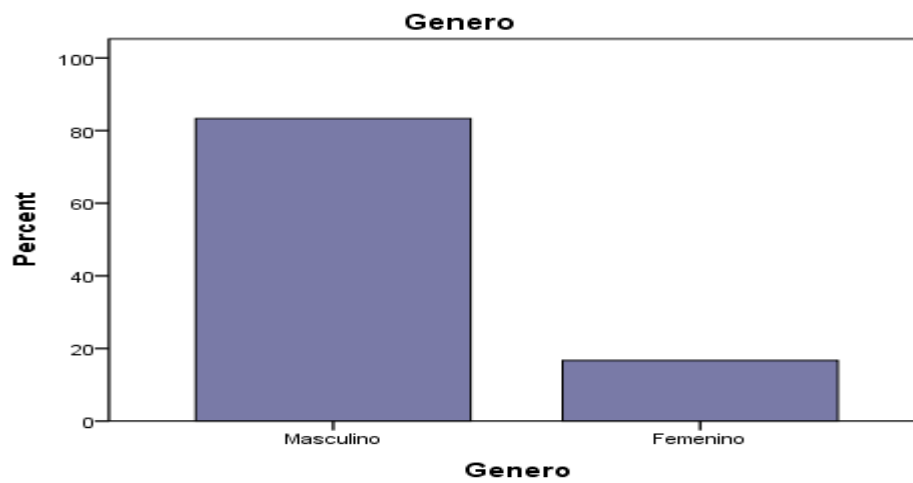
El 83.3% de la muestra empleada en la investigación, indico ser de género masculino y el 16,7% restante, de sexo femenino.

Tabla 13. Genero

Genero	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Masculino	60	83,3	83,3	83,3
Femenino	12	16,7	16,7	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 12. Genero



Fuente: Elaboración propia

- Nacionalidad

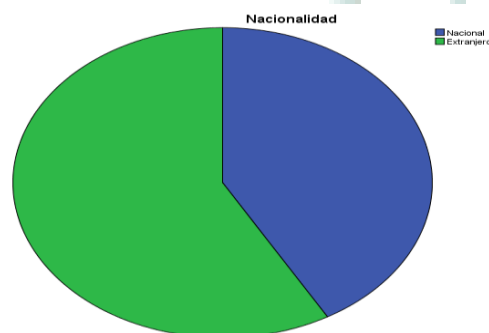
La mayor parte de la muestra corresponde a turistas extranjeros, con un 58,3% del total; por su parte el turismo doméstico está representado en un 41,7%.

Tabla 14. Nacionalidad

Nacionalidad	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Nacional	30	41,7	41,7	41,7
Extranjero	42	58,3	58,3	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 13. Nacionalidad



Fuente: Elaboración propia

- Edad

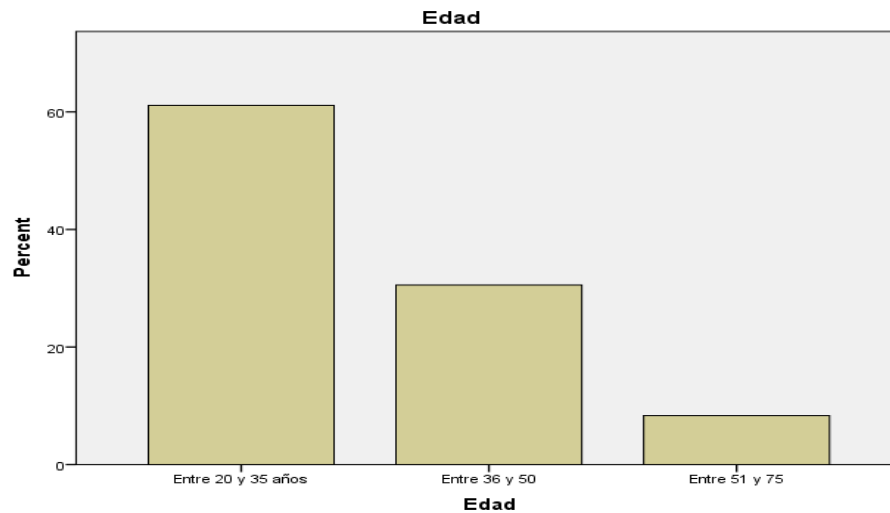
La población encuestada es en su mayoría joven, entre los 20 y 35 años. Representando un 61,1% del total de la muestra; en su orden, el 30,6% se ubican entre los 36 y 50 años y el 8,3% corresponde a personas entre los 51 y 75 años de edad.

Tabla 15. Edad

Edad	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Entre 20 y 35 años	44	61,1	61,1	61,1
Entre 36 y 50	22	30,6	30,6	91,7
Entre 51 y 75	6	8,3	8,3	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 14. Edad



Fuente: Elaboración propia

- ¿En su estadia en Cartagena ha practicado alguna actividad náutica?

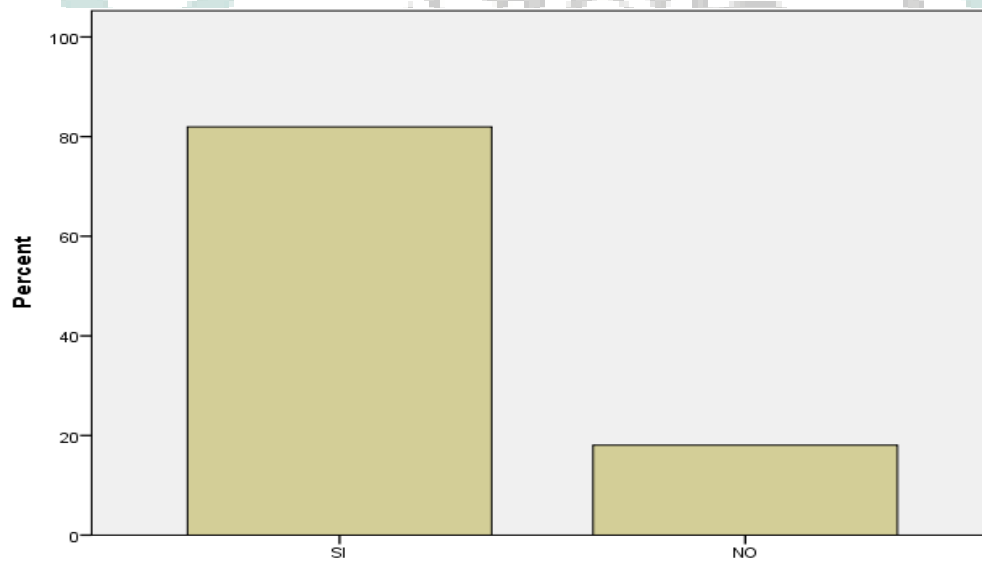
El 81,9% de los turistas encuestados indico que durante su estadia en Cartagena ha practicado alguna actividad náutica; por su parte el 18,1% afirmo no haberlo hecho.

Tabla 16. Actividades Náuticas durante su estadia en Cartagena.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SI	59	81,9	81,9	81,9
NO	13	18,1	18,1	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 15. Actividades Náuticas durante su estadia en Cartagena.



Fuente: Elaboración propia

- Interés por las actividades náuticas

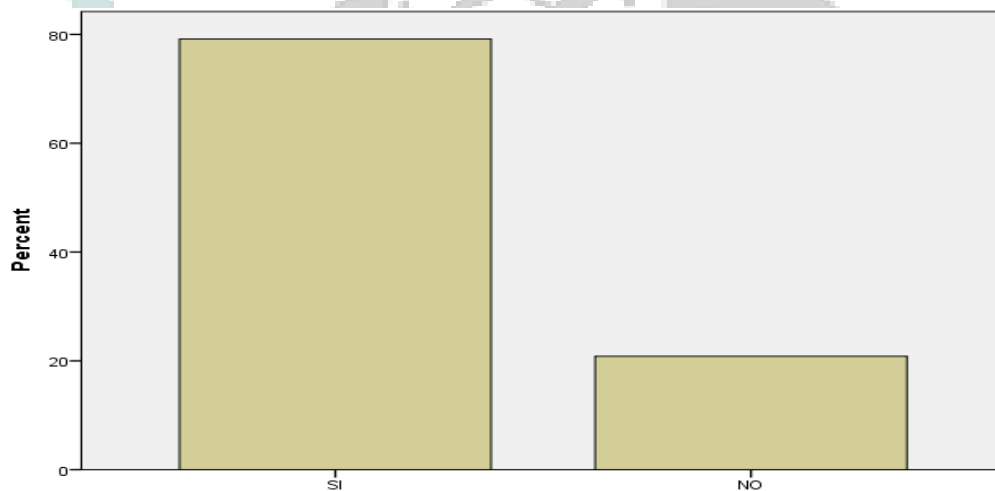
Del total de los turistas encuestados, un 79,2% afirmo estar interesado en practicar actividades náuticas, por su parte el 20,8% de la muestra indica no tener preferencias por este tipo de actividades.

Tabla 17. Interés por actividades náuticas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SI	57	79,2	79,2	79,2
NO	15	20,8	20,8	100,0
Total	72	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Grafica 16. Interés por actividades náuticas



Fuente: Elaboración propia

- Playas para la práctica de turismo náutico en Cartagena.

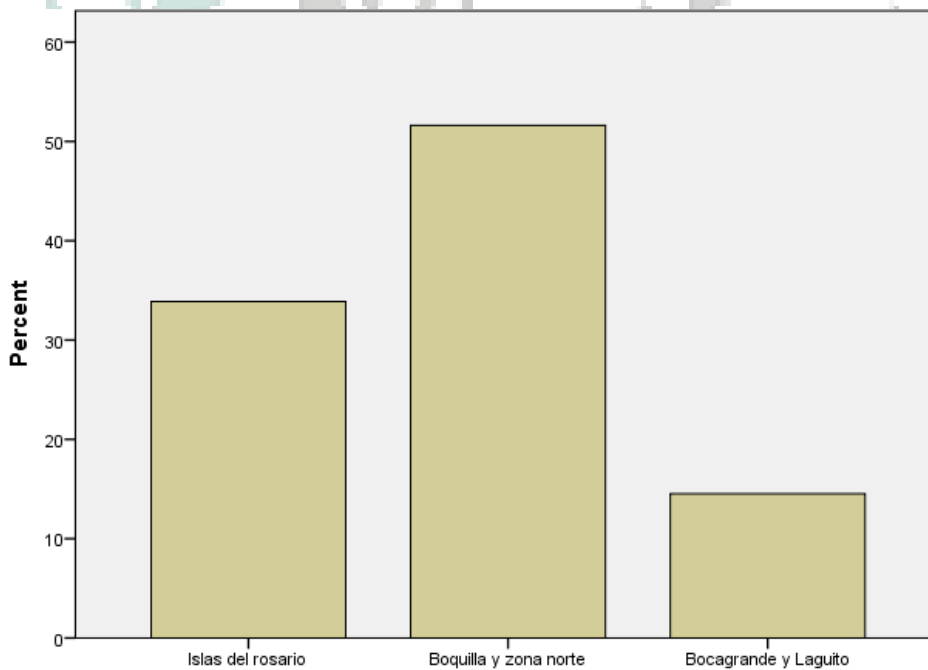
Según la experiencia de la muestra, el 44,4% ha realizado actividades de turismo náutico en las playas de la Boquilla y zona norte de la ciudad, por su parte el 29,2% lo ha hecho en el archipiélago de las islas del rosario y un 12,5% en las playas de Bocagrande y Laguito. En este punto del instrumento hubo un 13,9% de la muestra que no dio información al respecto.

Tabla 18. Playas para la práctica de actividades náuticas.

En que playa realizo actividades nauticos	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Islas del rosario	21	29,2	33,9	33,9
Boquilla y zona norte	32	44,4	51,6	85,5
Bocagrande y Laguito	9	12,5	14,5	100,0
Total	62	86,1	100,0	
perdidos	10	13,9		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafica 17. Playas para la práctica de actividades náuticas.



Fuente: Elaboración propia

- Motivación principal

Los turistas encuestados interesados por el turismo nautico, indicaron en un 34,7% que su principal motivación para practicar actividades nauticas es por diversión y amigos, lo cual

indica que es muy probable que se desplacen mas de dos personas a Cartagena para realizar turismo nautico. En su orden, el 26,4% lo hace por pasión por el mar y un 23,6% por aventura.

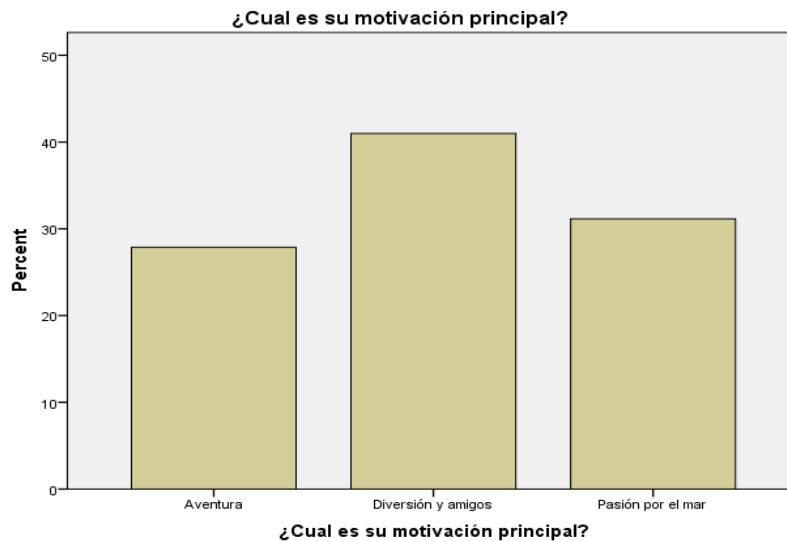
En este punto del instrumento hubo un 15,3% de la muestra que no dio información al respecto.

Tabla 19. Motivación principal

¿Cuál es su motivación principal?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Aventura	17	23,6	27,9	27,9
Diversión y amigos	25	34,7	41,0	68,9
Pasión por el mar	19	26,4	31,1	100,0
Total	61	84,7	100,0	
Perdidos	11	15,3		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafica 18. Motivación principal



Fuente: Elaboración propia

- ¿Qué actividades nauticas practica?

Del total de encuestados, solo el 86,1% indico que tipo de deporte practica como actividad náutica en Cartagena, de los cuales el 38, 9% practica Kitesurf como su actividad de preferencia; un13,9% practica surf; un 11,1% practica Windsurf y un 22,2% practica otra actividad nautica (entre las indicadas se encuentran el Buceo, charter nautico y pesca deportiva)

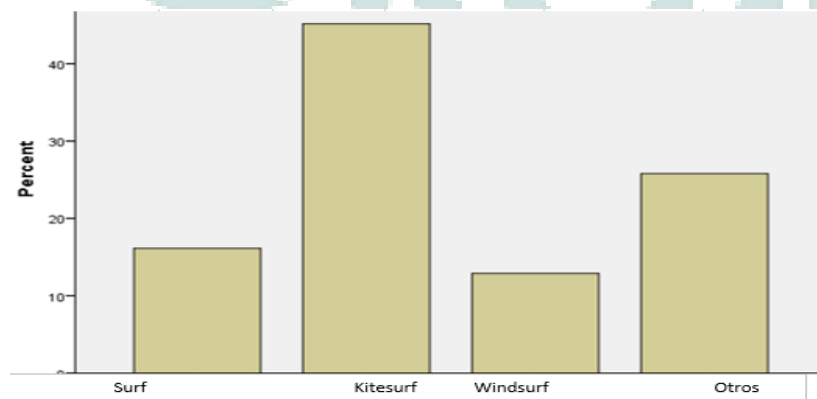
Hubo un 13,9% que no participo con su respuesta en este indicador.

Tabla 20. ¿Qué actividades náuticas practica?

¿Que actividades nauticas practica?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Surf	10	13,9	16,1	16,1
Kitesurf	28	38,9	45,2	61,3
Windsurf	8	11,1	12,9	74,2
Otro	16	22,2	25,8	100,0
Total	62	86,1	100,0	
Perdidos	10	13,9		
	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafica 19. ¿Qué actividades náuticas practica?



Fuente: Elaboración propia

- Motivación principal

¿Se desplaza usted hasta Cartagena con la intención de realizar actividades náuticas?

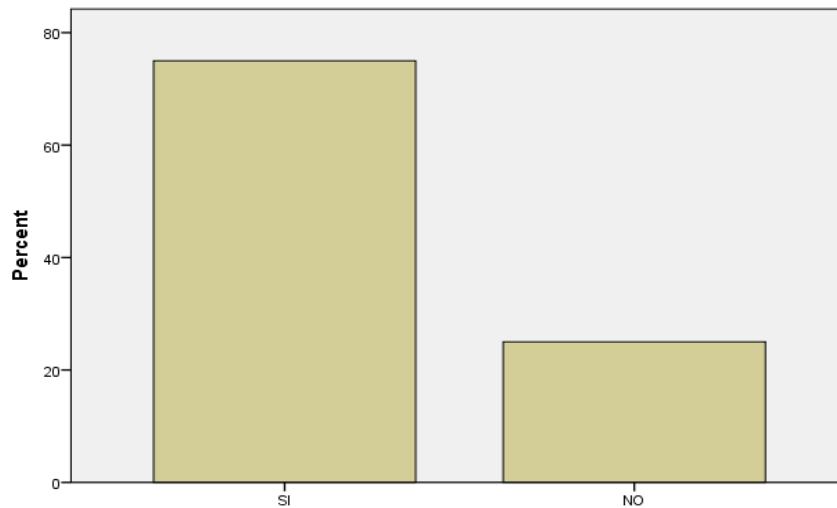
Del total de la muestra un 94,4% respondió a este punto de la encuesta, de los cuales un 70,8% indico que si se desplaza hasta Cartagena con la intención de realizar actividades náuticas; y por su parte un 23,6% indico que no lo hace.

Tabla 21. Motivación principal.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SI	51	70,8	75,0	75,0
NO	17	23,6	25,0	100,0
Total	68	94,4	100,0	
Perdidos	4	5,6		
	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafica 20. Motivación principal.



Fuente: Elaboración propia

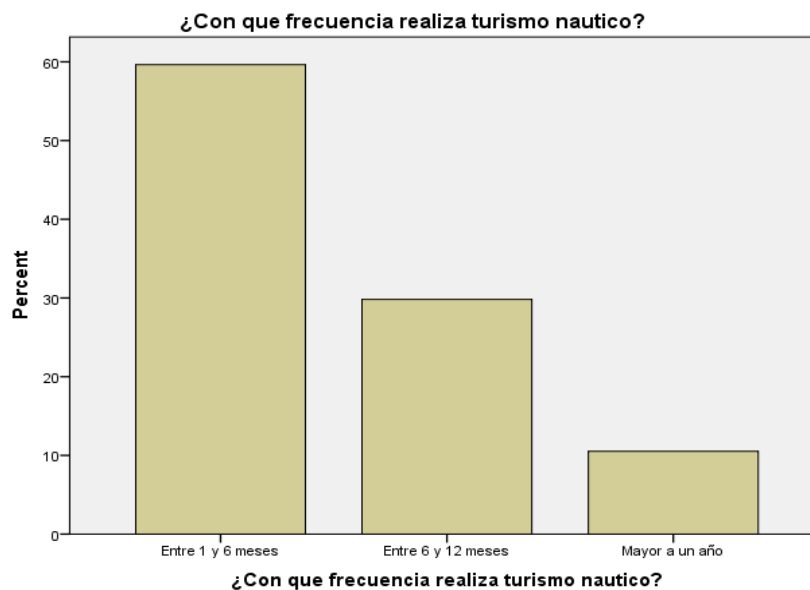
- Frecuencia para realizar turismo náutico

Del total de encuestados, se tiene que el 79, 2% respondió a este indicador, de los cuales un 47,2% afirma realizar turismo náutico con una frecuencia de entre 1 y 6 meses; un 23,6% entre 6 y 12 meses; y un 8,3% lo hace con una frecuencia mayor a un año.

Tabla 22. Frecuencia para realizar turismo náutico.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Entre 1 y 6 meses	34	47,2	59,6	59,6
Entre 6 y 12 meses	17	23,6	29,8	89,5
Mayor a un año	6	8,3	10,5	100,0
Total	57	79,2	100,0	
perdidos	15	20,8		
Total	72	100,0		

Gráfica 21. Frecuencia para realizar turismo náutico.



Fuente: Elaboración propia

- Experiencia

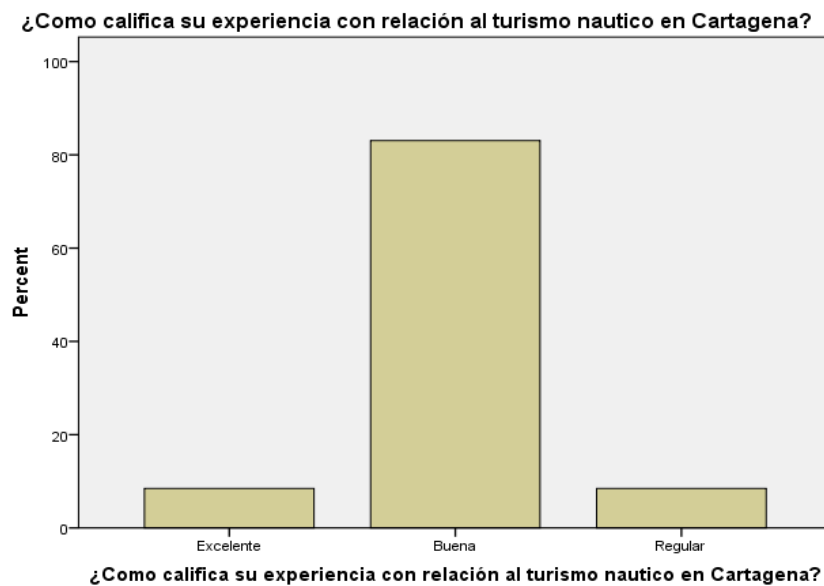
En este punto de la investigación se busca conocer acerca de la experiencia de los turistas con relación al turismo náutico en Cartagena, para lo cual se recibe información del 81,9% de encuestados, de los cuales un 6,9% califica su experiencia como excelente; un 68,1% como buena y un 6,9% como regular.

Tabla 23. Experiencia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Excelente	5	6,9	8,5	8,5
Buena	49	68,1	83,1	91,5
Regular	5	6,9	8,5	100,0
Total	59	81,9	100,0	
Perdidos	13	18,1		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 22. Experiencia



Fuente: Elaboración propia

- Comunicación.

Los turistas encuestados afirmaron haber recibido información de Cartagena como destino de turismo náutico principalmente por Internet, correspondiente a un 56,9% de la muestra y un 25% por recomendación de amigos.

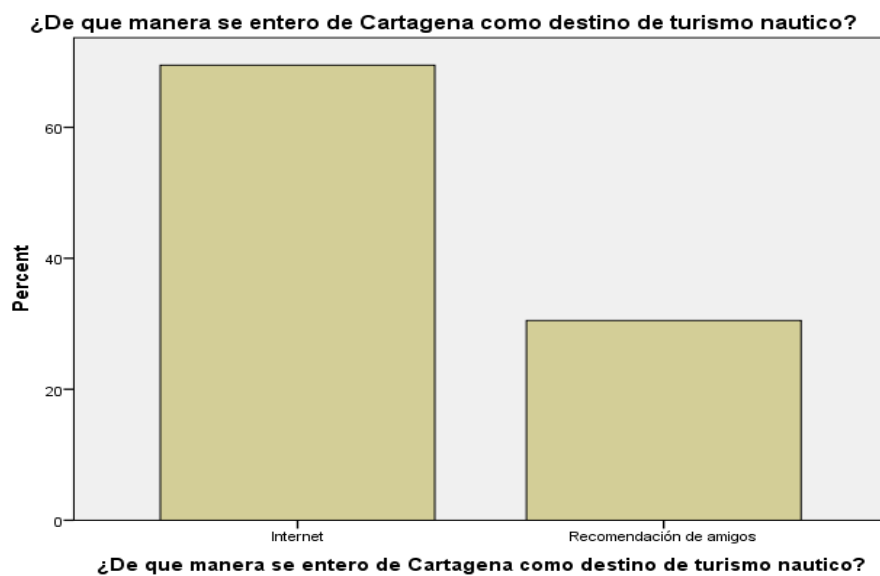
Hubo un 18,1% de los turistas encuestados que no respondieron a este indicador.

Tabla 24. Comunicación

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Internet	41	56,9	69,5	69,5
Recomendación de amigos	18	25,0	30,5	100,0
Total	59	81,9	100,0	
Perdidos	13	18,1		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafica 23. Comunicación



Fuente: Elaboración propia

- Gasto

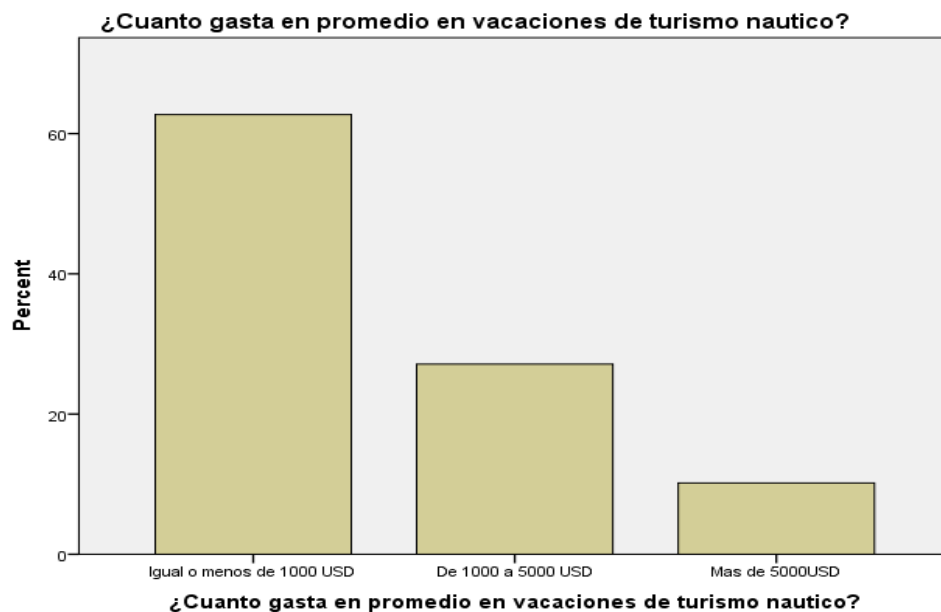
De acuerdo con la información suministrada por los turistas encuestados se puede establecer en promedio el gasto en actividades de turismo nautico. El 81,9% del total de la muestra respondió a este indicador, en su orden; el 62,7% de turistas gasta en promedio 1000 USD o menos; el 27,1% entre 1000 a 5000 USD y el 10,2% afirma gastar más de 5000USD.

Tabla 25. Gasto promedio

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Igual o menos de 1000 USD	37	51,4	62,7	62,7
De 1000 a 5000 USD	16	22,2	27,1	89,8
Mas de 5000USD	6	8,3	10,2	100,0
Total	59	81,9	100,0	
Perdidos	13	18,1		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 24. Gasto Promedio.



Fuente: Elaboración propia

- Facilidades del producto

El 81,9% respondió a este indicador del instrumento de investigación, un 54,2% afirmó que los recursos naturales y atractivos turísticos, fueron los principales aspectos que intervinieron en su decisión de compra del producto; un 18,1% afirma que al recibir el producto en un paquete con diferentes actividades náuticas, impulso su decisión de compra; por su parte un 11,9% de los encuestados afirma que encontraron el producto en un precio asequible.

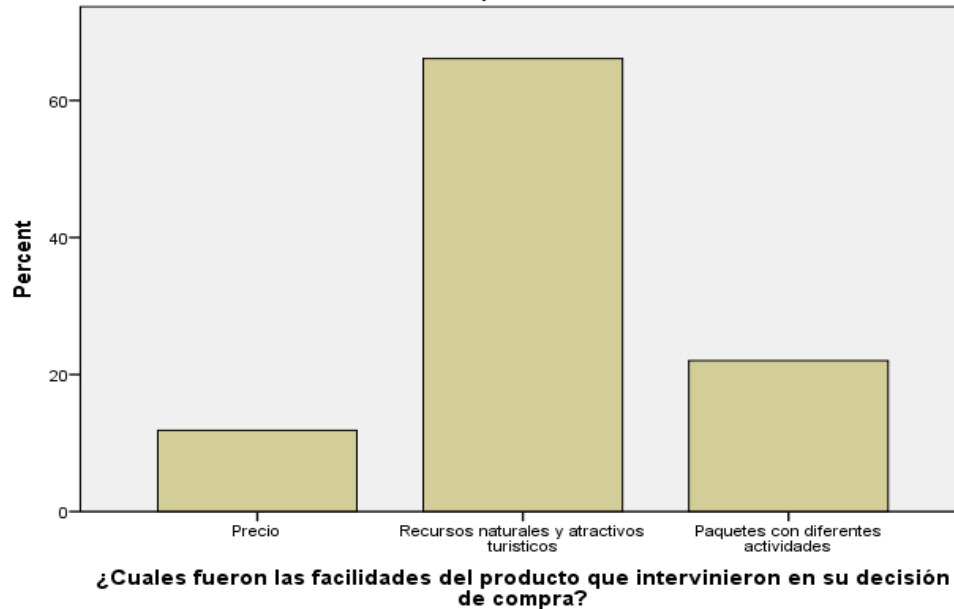
Tabla 26. Facilidades del producto.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Precio	7	9,7	11,9	11,9
Recursos naturales y atractivos turísticos	39	54,2	66,1	78,0
Paquetes con diferentes actividades	13	18,1	22,0	100,0
Total	59	81,9	100,0	
Perdidos	13	18,1		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafico 25. Facilidades del producto.

¿Cuales fueron las facilidades del producto que intervinieron en su decisión de compra?



Fuente: Elaboración propia

- Intención de regresar

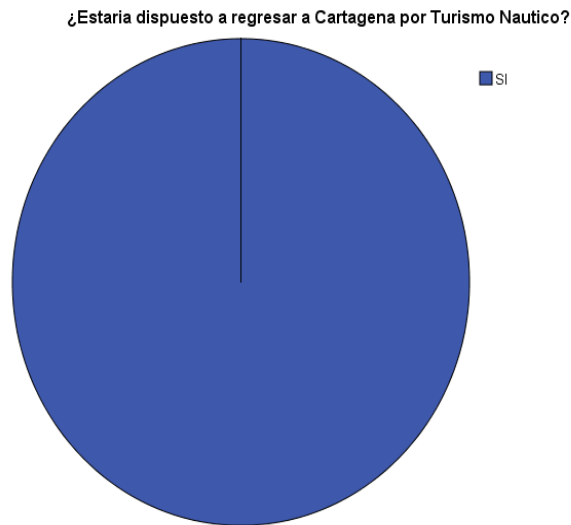
El 86,1% del total de la muestra participo en este indicador, siendo su respuesta positiva en su totalidad. Hubo un 13,9% que no dio información al respecto.

Tabla 27. Intención de regresar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SI	62	86,1	100,0	100,0
Perdidos	10	13,9		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafica 26. Intención de regresar



Fuente: Elaboración propia

- Oportunidades de mejora

Los resultados obtenidos en este indicador corresponden al 84,7% del total de la muestra, el 33,3% indica que la infraestructura merece mayor inversión para la oferta del turismo náutico en Cartagena; por su parte un 29,2% afirma que la calidad de los servicios ofrecidos son una oportunidad de mejora y un 15,3% indica que los precios son muy altos por lo que deben ser reestablecidos. Hubo un 8,2% de los encuestados que afirmaron existir otros aspectos a mejorar, entre los cuales fueron considerados, la seguridad de la ciudad, la oferta informal e impulsar el marketing para la promoción de las actividades náuticas.

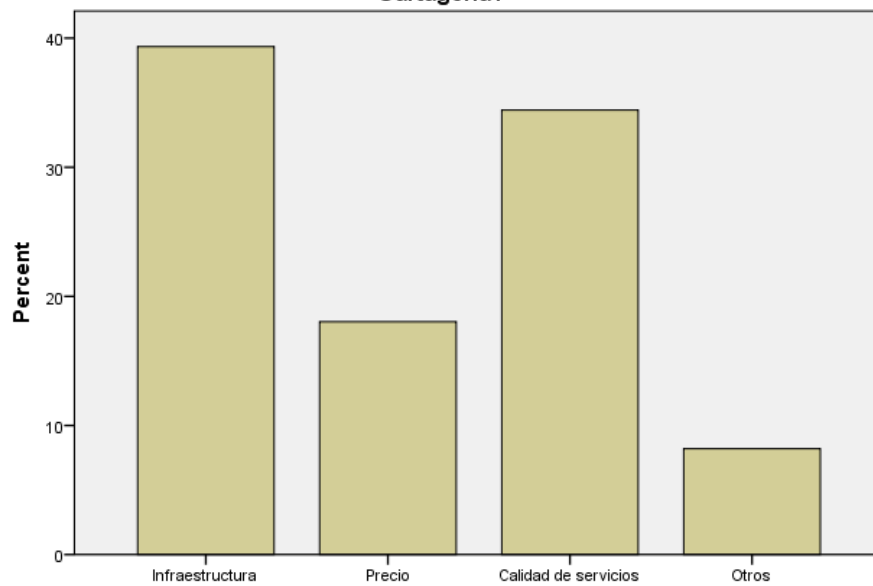
Tabla 28. Oportunidades de mejora

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Infraestructura	24	33,3	39,3	39,3
Precio	11	15,3	18,0	57,4
Calidad de servicios	21	29,2	34,4	91,8
Otros	5	6,9	8,2	100,0
Total	61	84,7	100,0	
Perdidos	11	15,3		
Total	72	100,0		

Fuente: Elaboración propia

Grafico 27. Oportunidades de mejora

¿Que aspectos considera deben mejorarse para la oferta del turismo nautico en Cartagena?



¿Que aspectos considera deben mejorarse para la oferta del turismo nautico en Cartagena?

Fuente: Elaboración propia

8.2 DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA DE TURISMO NÁUTICO EN LAS PLAYAS DE CARTAGENA (BOCAGRANDE, LAGUITO, BOQUILLA) Y PLAYA BLANCA BARÚ.

En base a los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de investigación, la demanda de turistas interesados en realizar actividades náuticas en Cartagena se caracteriza por ser en su mayoría joven e internacional, apasionados por la aventura y el disfrute del mar, viajan a la ciudad con el interés de disfrutar de los recursos naturales y atractivos que ofrece el destino. Aquellos aficionados a los deportes náuticos llegan a Cartagena con esa motivación principal y desean encontrar agencias y escuelas de calidad que garanticen seguridad en la prestación de sus servicios y equipos.

La demanda actual del segmento de turismo náutico prefiere para la práctica de deportes náuticos en su mayoría la zona norte de la ciudad en el sector de la Boquilla; sin embargo en el sector el Laguito también son muy explorados los deportes náuticos como el kitesurf, surf y windsurf. Por su parte aquellos turistas interesados en actividades de recreo como el chárter náutico, pesca deportiva y deportes como el buceo y el snorkling prefieren visitar la zona insular de Cartagena en la isla de Barú y el archipiélago de las islas del Rosario y San Bernardo.

Es una demanda dispuesta a pagar el valor ofertado y a gastar por un servicio de calidad, es por esto que consideran necesario mejorar el nivel de servicio al cliente que prestan las empresas, una mayor inversión en la infraestructura de la ciudad y generar estrategias de mercadeo para una mejor promoción del destino.

9. 0 TURISMO NÁUTICO: ESTRATEGIA DE IMPULSO AL TURISMO ALTERNATIVO EXPERIENCIAL EN PLAYAS DE CARTAGENA (BOQUILLA, BOCAGRANDE, LAGUITO) Y PLAYA BLANCA BARU.

En este capítulo de la investigación se lleva a cabo la descripción del Turismo Náutico en Cartagena como producto turístico, analizando las facilidades turísticas de las zonas de estudio, sus recursos y atractivos, la planta turística como soporte de su actividad y elementos fundamentales para el diseño de un producto turístico: infraestructura, superestructura y Supraestructura.

Se plantea una estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena y Barú mediante la presentación del Turismo Náutico como un producto turístico.

9.1 UBICACIÓN DEL PRODUCTO

El producto centra su actividad en las playas de la zona continental e insular de Cartagena, tomando como zonas de estudio las playas de la Boquilla, Bocagrande, Laguito y Playa Blanca Barú.

9.2 RECURSOS NATURALES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

PLAYAS DE LA BOQUILLA: La boquilla tierra de pescadores cuenta con playas que se convierten en el mayor centro de atención, como para nativos y turistas, utilizan el espacio para realizar deportes náuticos o terrestres, por su amplitud de tierra y que no hay obstáculo (rompe olas) en el momento de aprovechar este lugar; entre los deportes más demandados en las playas se encuentra el Surf, Kitesurf y Windsurf.

La Boquilla También cuenta con la Ciénaga de la virgen, un cuerpo de agua que encierra un ecosistema donde podemos apreciar, un bosque de manglares, aves migratorias, cangrejos, peces, mapaches y otros. Este recurso natural es aprovechado por nativos para realizar ecoturismo, mediante recorridos en canoas de madera por túneles de manglares donde se logra apreciar un hermoso paisaje y tener una integración con la naturaleza.

PLAYAS DE BOCA GRANDE: Las playas de boca grande, son lugares apetecidos por turista y nativos, los cuales utilizan el espacio para recrearse, tomar el sol, realizar deportes náuticos como Jet Sking, Kite surf y wind surf y deportes de playa como Bolleyboll y football, cuenta con una bahía que funciona como muelle para atracar y zarpar embarcaciones.

PLAYAS DEL LAGUITO: El laguito es una pequeña península ubicada al sur del centro histórico de Cartagena, este sector tiene a su izquierda un lago bañado por el agua de

la bahía de la ciudad y es un atractivo para la práctica de deportes como el kayak, en algunas fechas del año. A la derecha del sector del laguito se encuentran las playas, las cuales son menos visitadas por turistas que el área de Bocagrande, sin embargo estas playas son más demandadas por los turistas interesados en la práctica de deportes náuticos como el surf, kitesurf y windsurf.

PLAYA BLANCA BARÚ: El principal recurso natural en Barú es el área de playa, que se diferencian del área continental por su arena blanca y sus aguas cristalinas, la parte de manglares y vegetación en lugares rocosos hace que esta isla tenga un paisaje tropical, esta playa es un lugar aprovechado para realizar deportes náuticos como el Buceo y Snorkling, así como también es visitado por muchos botes y yates privados.

9.3 FACILIDADES TURÍSTICAS

9.3.1 Planta turística.

Servicios de alojamiento.

La oferta de alojamiento es alta en las playas en estudio de la zona continental de Cartagena y baja en Playa Blanca Barú. Se considera una oferta formal, entre hoteles de todas las categorías.

PLAYAS DE LA BOQUILLA: se encuentra registrada una oferta de alojamiento de hoteles resort de cuatro y cinco estrellas como: Las Americas, Radison Ocean Pavillon,

Holiday Inn y Hotel Sonesta. Hay una oferta amplia de hostales y hoteles tipo boutique como: Hotel Valmar, Hotel Arrecifes, Hotel, Peñas Boutique, Hotel Sunset beach, Hotel Auaecoco, Moyma House, Sico's Beach, Vista Marina Casa Hotel, Hotel Derust, Playa Nativo Hostal, Hotel Sunset Beach.

PLAYAS DEL LAGUITO: Se encuentra registrada una oferta formal de alojamiento turístico comprendida por 3 hoteles: Hotel Hilton Cartagena, Hotel Dann Cartagena y Hotel Oceania Estelar.

PLAYAS DE BOCAGRANDE: Es la zona con mayor concentración de oferta de alojamiento, se encuentran registrados hoteles de todas las categorizaciones, desde el inicio de las playas en la cr1 con calle 1: Hotel Caribe, Hotel Dorado Plaza, Hotel Intercontinental, Hotel Regata, Hotel Cartagena Plaza, Hotel Almirante, Hotel Capilla del Mar, Hotel Hampton by Hilton, Hotel Decameron, Hotel Holiday Inn Express, Hotel Costa del sol, Hotel Cartagena Real, Hotel Cartagena Premium, Hotel Estelar, Hotel Hyatt Regency.

PLAYA BLANCA BARÚ: es una zona con alta demanda turística en la mayor parte del año, son dos kilómetros de playa con aguas cristalinas y arena blanca. Cuenta con una pequeña oferta de alojamiento formal que en su mayoría son hostales y cabañas, entre los cuales se mencionan: Hotel Agua Azul Beach Resort, Media Luna Hostal Barú, Hostal Playa Blanca, Hostal Hakuna Matata Beach, Hostal Brenelli, Leo Casa Azul, Hostal La Canoa, Hotel Playa Manglares, Vista al Mar Barú Hostal Playa Blanca, Hotel Restaurante Bar Gafita

Barú, Parador Playa Blanca, Hostal Princesa del Hostal Restaurante Bar El Parche de Alex, Banana Beach, Restaurante y Hospedaje Barú, Hospedaje El Personaje, Hospedaje Brenely, Hostal Restaurante Bar Acapulco, Nuestros Tres Tesoros y Casa Porto Do Son. Playa Blanca cuenta con una sola oferta de alojamiento Resort cinco estrellas, Hotel Royal Decameron Barú.

Servicios de alimentación.

PLAYAS DE LA BOQUILLA: La oferta de alimentación en su mayoría es casual, para almuerzos en la playa y son negocios de propietarios nativos, entre los cuales se mencionan: Casa del mar, Bodegon del Mar, Casa del Mar, La estrella del mar, Restaurante Dony, Restaurante El Callao, entre otros. Hay una oferta de restaurantes con trayectoria en la ciudad y renombre nacional como: Restaurante Blas El Teso, El Gran Chef Marino, Restaurante ERRE y Restaurante La Langosta Roja.

PLAYAS DEL LAGUITO: La oferta de alimentación en su mayoría es formal, entre los cuales se mencionan: El Muelle del Chef, Intriga Tropical, Sabores del mar, Riquisimo BBQ, La Sierra, Rincon del Laguito, Delicia Tropical, Pizza Pasta, entre otros. También hay una oferta informal conformada por los vendedores de comidas y bebidas en la playa, principalmente cocteles, ceviches, frutas y almuerzos.

PLAYAS DE BOCAGRANDE: La oferta de alimentación en su mayoría es formal, entre los cuales se mencionan: Restaurante El Bony, Restaurante La Olla Cartagenera,

Carbon de Palo, La Fonda Antioqueña, Arabe Internacional, Restaurante Boka, Restaurante El Chef Julian, Dany El Churrasco Argentino, Peru Mar, entre otros. También hay una oferta informal conformada por los vendedores de comidas y bebidas en la playa, principalmente cocteles, ceviches, frutas y almuerzos.

PLAYA BLANCA BARÚ: La oferta de alimentación en su mayoría es casual, para almuerzos en la playa y son negocios de propietarios nativos, entre los cuales se mencionan: Restaurante Hugo, Pacho Ley, Barú Grande, Coco Bar, La Barca, Resto Bar Los Corales, ANY, Tierra Santa.

Servicios de recreación.

BOQUILLA: Entre los servicios de recreación se encuentran las empresas dedicadas a la enseñanza de deportes náuticos y a la renta y venta de equipos de deportes náuticos. Entre los cuales se mencionan las siguientes empresas que ofrecen sus servicios en las playas de la Boquilla: En Colombia Kitesurf, Kitesurf Colombia, Pure Kitesurf, Nativo Kitesurf, X-Kite Club Cartagena, This is Cartagena y Cartagena Conections entre otros.

También se realizan eventos sociales de empresas privadas como bodas, bautizos y fiestas en general de hoteles en la zona, así como también eventos de marcas que buscan promocionar sus productos

BOCAGRANDE: Entre los servicios de recreación se encuentran las empresas dedicadas a la enseñanza de deportes náuticos y a la renta y venta de equipos de deportes

náuticos. Entre los cuales se mencionan las siguientes empresas que ofrecen sus servicios en las playas de Bocagrande: La Tortuga Diving School, Barracuda Diving School, Cartagena Sailing and water sports, This is Cartagena y Cartagena Conexions entre otros.

Se realizan también eventos deportivos en diferentes temporadas del año: como es el caso de torneos de fútbol y voleibol. A partir de Abril del presente año 2017, se empezó a realizar un festival llamado *Festimar*⁶ que anualmente buscará el acercamiento de la comunidad al deporte con miras en los Juegos Nacionales 2019 que tendrán sede en Cartagena y Bolívar.

Los deportes que participan en el Festimar son: Surf, Voleibol y Fútbol playa, además de actividades que mejoran la actividad física donde se buscará integrar a la mayor cantidad de turistas que visiten la ciudad.

PLAYA BLANCA BARÚ: Entre los servicios de recreación se encuentran las empresas dedicadas a la enseñanza de deportes náuticos y a la renta y venta de equipos de deportes náuticos. Entre los cuales se mencionan las siguientes empresas que ofrecen sus servicios en playa Blanca: Boating Cartagena, Boats4u, Navega Colombia, Buzos de Barú, Sports Barú, Daving Planet, This is Cartagena, Cartagena Conexions entre otros.

⁶ Campeonato de deportes náuticos, fútbol y voleibol playa. Redacción Cartagena (2016). El Universal.

9.4 INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA EN PLAYAS DE BOCAGRANDE, LAGUITO, BOQUILLA Y PLAYA BLANCA BARÚ.

Para el diseño de un producto turístico es fundamental conocer la infraestructura que soporta la actividad para en base a ello diagnosticar las condiciones que fortalecen el producto y aquellas que necesitan atención. La siguiente tabla reúne los aspectos a evaluar en cuanto a las condiciones de infraestructura turística del Turismo Náutico en las zonas de estudio.

Tabla 29. Infraestructura turística del turismo náutico.

INFRAESTRUCTURA TURISTICA								
	Playa de Bocagrande		Playa del Laguito		Playa de la Boquilla		Playa Blanca Barú	
Accesibilidad	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción
Vías, Carreteras, Puentes.	Aplicable	Avenida el Malecón, carretera doble vía. Temporada de lluvias afecta la movilidad, nivel del mar sube a la carretera. Sector cuenta con una sola entrada y salida	Aplicable	1 vía para ingreso y 1 para retorno, carretera de ingreso en estado regular.	Aplicable	1 Avenida principal (Anillo Vial), carretera principal (), calles sin pavimento; puente de la Bocana (Inicio de la boquilla); mismo acceso de entrada y salida	Aplicable	Puente Campo Elías Terán Dix desde el 11 de Abril de 2014, conecta a Pasacaballos con Ararca, Santa Ana y Barú. 1 Carretera principal en buen estado hasta acceder a Playa Blanca; vías destapadas en el pueblo.
Aeropuertos, Terminales terrestres, Puertos, Muelles	Aplicable	1 Muelle turístico cerca de la zona de playas	Aplicable	1 Muelle turístico cerca de la zona de playas	Aplicable	Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena a pocos minutos del corregimiento de la Boquilla	Aplicable	1 Puerto industrial desde Agosto 2015 (Puerto Bahía).

Bombas gasolineras, Marinas.	Aplicable	1 Bomba Gasolinera y 1 Marina cerca de la zona de playas	Aplicable	1 Bomba Gasolinera y 1 Marina cerca de la zona de playas	No Aplicable	Hay estaciones de servicios cercanas en Marbella y en la vía al mar.	No Aplicable	Proyecto Marina Barbacoas en la parte Sur de la Isla de Barú a orillas de la Bahía de Barbacoas;
Transporte público.	Aplicable	1 Sistema de transporte masivo(Transcribe); Buses de rutas con acceso a diferentes zonas de la ciudad; Sistema público de taxis.	Aplicable	Buses de rutas con acceso a diferentes zonas de la ciudad; Sistema público de taxis.	Aplicable	Rutas con acceso a diferentes zonas de Cartagena y corregimientos cercanos; Taxis y servicio informal de motos.	No Aplicable	Buses de transporte Público hasta Pasacaballos, taxis, motos y carros particulares en la entrada del puente.
Servicios públicos	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción
Energía	Aplicable	Alumbrado público en zona de playas, toda la zona turística cuenta con energía	Aplicable	Alumbrado público en zona de playas, toda la zona turística cuenta con energía	Aplicable	No hay Alumbrado público en zona de playas, toda la zona turística cuenta con energía	Aplicable	Presencia de energía eléctrica desde 1991. Según la comunidad el servicio de energía es muy regular.
Agua Potable	Aplicable	Toda la zona turística cuenta con agua potable	Aplicable	Toda la zona turística cuenta con agua potable	Aplicable	Toda la zona turística y el corregimiento cuentan con agua potable	No Aplicable	Proyecto de planta desalinizadora del agua de mar y de las playetas. Desde el año 2008
Alcantarillado	Aplicable	El sistema es deficiente, cuando sube el nivel del mar no evacua eficientemente las aguas	Aplicable	El sistema es deficiente, cuando sube el nivel del mar no evacua eficientemente las aguas	Aplicable	Toda la zona turística y el corregimiento cuentan con alcantarillado	No Aplicable	Causa de la contaminación ambiental presente en las comunidades de Barú.
Gas natural	Aplicable	La zona turística cuenta con conexión de gas natural; algunos negocios de comida sobre la zona de transición de las playas tienen cilindros de gas propano para su operación diaria.	Aplicable	La zona turística cuenta con conexión de gas natural.	Aplicable	La zona turística cuenta con conexión de gas natural.	Aplicable	
Redes hospitalarias	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción
Clinicas y Hospitales	Aplicable	2 Hospitales (Hospital Naval, Nuevo Hospital Bocagrande); 2 Clinicas (Clinica Santa Cruz de Bocagrande y Clinica Medihelp)	Aplicable	Cerca del sector hay 2 Hospitales (Hospital Naval, Nuevo Hospital Bocagrande); 2 Clinicas (Clinica Santa	No Aplicable	Hay presencia de un centro de atención primaria CAP en el corregimiento de la Boquilla; el hospital más cercano es la	Aplicable	Puesto de salud de Playa Blanca; Hospital Julio Mario Santo Domingo en Ararca.

				Cruz de Bocagrande y Clínica Medihelp)		Clinica San Jose de Torices.		
Centros de atención especializada	Aplicable	En la zona turística hay presencia de consultorios especializados en odología, medicina estética, opftalmología, medicina reproductiva, entre otros.	Aplicable	En la zona turística hay presencia de consultorios especializados en odología, medicina estética, opftalmología, medicina reproductiva, entre otros.	No Aplicable		No Aplicable	
Puestos de atención hospitalarios sobre las playas	No Aplicable	Por la alta demanda de bañistas es necesario tener puestos de atención en la zona de playa para actuar primeros auxilios sobre una emergencia	No Aplicable	Por la alta demanda de bañistas es necesario tener puestos de atención en la zona de playa para actuar primeros auxilios sobre una emergencia	No Aplicable	Por la alta demanda de bañistas es necesario tener puestos de atención en la zona de playa para actuar primeros auxilios sobre una emergencia	No Aplicable	
Salvavidas	Aplicable	No hay un cuerpo solido de salvavidas con equipos, insumos y vehiculos para actuar ante una emergencia. Hay presencia de un salvavida por garita desde las 7am hasta las 6pm	Aplicable	No hay un cuerpo solido de salvavidas con equipos, insumos y vehiculos para actuar ante una emergencia. Hay presencia de un salvavida por garita desde las 7am hasta las 6pm	Aplicable	No hay un cuerpo solido de salvavidas con equipos, insumos y vehiculos para actuar ante una emergencia. Hay presencia de un salvavida por garita desde las 7am hasta las 6pm	Aplicable	No hay un cuerpo solido de salvavidas con equipos, insumos y vehiculos para actuar ante una emergencia. Hay presencia de un salvavida por garita desde las 7am hasta las 6pm
Ambulancias	Aplicable	El sistema de ambulancias está presente en los hospitales y clinicas del sector	Aplicable	El sistema de ambulancias está presente en los hospitales y clinicas del sector	No Aplicable	Se cuenta con las ambulancias delas clinicas y hospitales en Cartagena.	Aplicable	Ambulancias presentes en la Clinica Julio Mario Santo Domingo y se cuenta con las ambulancias de las clinicas y hospitales en Cartagena.
Seguridad	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción

Policias de turismo	Aplicable	Hay presencia de policías de turismo sobre los horarios permitidos para bañistas, patrullaje constante en horas de la noche. 2 estaciones de policías (Entrada y final de la zona de playas)	Aplicable	Hay presencia de policías de turismo sobre los horarios permitidos para bañistas, patrullaje constante en horas de la noche. 2 estaciones de policías (Entrada y final de la zona de playas)	Aplicable	Hay presencia de policías de turismo sobre los horarios permitidos para bañistas, patrullaje constante en horas de la noche. 1 Estación de policías en el corregimiento.	Aplicable	Hay presencia de policías de turismo sobre los horarios permitidos para bañistas. 1 Estación de policías en el corregimiento.
Camaras de seguridad	Aplicable	Cámaras de edificios y hoteles ubicados en frente de las playas, son soporte para las autoridades.	Aplicable	Camaras de edificios y hoteles ubicados en frente de las playas, son soporte para las autoridades.	Aplicable	Camaras de edificios y hoteles ubicados en frente de las playas, son soporte para las autoridades.	No Aplicable	
Sistemas de comunicación	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción	Criterio	Descripción
Internet y Telefonía	Aplicable	En la zona turística hay presencia de operadores de telefonía e internet (Claro, Movistar y Tigo); Sobre las playas no hay conexión pública gratuita a internet y teléfonos públicos como en otros destinos de playa del mundo (Mayorca, Palma y Barcelona en España)	Aplicable	En la zona turística hay presencia de operadores de telefonía e internet (Claro, Movistar y Tigo); Sobre las playas no hay conexión pública gratuita a internet y teléfonos públicos como en otros destinos de playa del mundo (Mayorca, Palma y Barcelona en España)	Aplicable	En la zona turística hay presencia de operadores de telefonía e internet (Claro, Movistar y Tigo); Sobre las playas no hay conexión pública gratuita a internet y teléfonos públicos como en otros destinos de playa del mundo (Mayorca, Palma y Barcelona en España)	Aplicable	En la zona turística hay presencia de operadores de telefonía e internet (Claro, Movistar y Tigo); Sobre las playas no hay conexión pública gratuita a internet y teléfonos públicos como en otros destinos de playa del mundo (Mayorca, Palma y Barcelona en España)
Medios masivos	Aplicable	En la zona turística hay 2 Vallas Electronicas Publicitarias (Entrada y finalización de zona de playas), frecuentemente hay vallas electronicas mobiles que promocionan una marca o producto en especifico	Aplicable	En la zona turística hay 1 Valla Electrónica Publicitaria (Entrada de la zona de playas), frecuentemente hay vallas electronicas mobiles que promocionan una marca o	Aplicable	No hay medios masivos de comunicación y publicidad en las playas, sin embargo frecuentemente hay vallas electronicas mobiles que promocionan una marca o producto en especifico	No Aplicable	

				producto en específico				
--	--	--	--	------------------------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

9.5 SUPERESTRUCTURA DEL TURISMO NÁUTICO

Los organismos e instituciones que soportan el segmento de turismo náutico son fundamentales en el diseño del producto, constituyen el marco de referencia legal y comercial de la actividad turística a nivel local, regional, nacional e internacional.

Nacional:

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Ministerio de Ambiente
- Asociación Náutica De Colombia
- Unidad Administrativa Especial Parques Nacionales Naturales de Colombia

Local:

- Corporación de Turismo de Cartagena
- Cámara de Comercio de Cartagena
- Cardique
- Asociaciones de la Oferta de alojamiento (Cotelco y Asotelca)
- Asociaciones de la oferta de restaurantes

Asociación Autónoma Afrodescendiente y Raizal de Restauranteros de La Boquilla, Representante José Luis Gómez

- Asociaciones de la oferta de deportes náuticos.

ASOTUPLAYA: Asociación de comerciantes de Playa Blanca

ASOPLAS: Asociación de prestadores de servicios de Playa Blanca

CORPLAYA: Corporación para el Desarrollo de Playa Blanca.

- Consejos Comunitarios:

Consejo Comunitario de La Boquilla.

Asociación de Vecinos de Bocagrande, Laguito y Castillo Grande

Consejo Comunitario de Barú.

Internacionales

- NMA: National Marine Manufacturers Association, una de las principales asociaciones náuticas internacionales y dueña del Miami International Boat Show.

9.6 SUPRAESTRUCTURA TURISTICA DEL TURISMO NAUTICO

La supraestructura turística del Turismo Náutico se fundamenta en las normas y leyes que constituyen el marco legal referente a la actividad de esta tipología de turismo desde los aspectos ambientales, económicos, sociales y culturales.

A continuación se citan las normas, decretos, resoluciones y leyes relacionadas y aplicables a la tipología de turismo náutico deportivo y de recreo que propenden por el desarrollo sostenible de los espacios geográficos en los cuales se desarrolla la actividad.

Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-TS 001-2. Mediante la cual se establecen los Requisitos De Sostenibilidad de los destinos Turísticos De Playa.

Resolución 0408 De 2015. En la cual se establecen disposiciones de seguridad para el ejercicio de las actividades marítimas de recreación y deportes náuticos en Colombia.

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.

Decreto 2372 De 2010. Por el cual se reglamenta el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, las categorías de manejo que lo conforman y los procedimientos generales relacionados con este.

Decreto 1766 De 2013. Por el cual se reglamenta el funcionamiento de los Comités Locales para la Organización de las Playas de que trata el artículo 12 de la Ley 1558 de 2012.



10. CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las playas de Cartagena (Bocagrande, Laguito, Boquilla) y Barú.

Para su consecución el estudio fue dividido en tres etapas, en el primer capítulo de la investigación se realizó un diagnóstico de la oferta de turismo náutico en las playas objeto de estudio, en el cual se pudo establecer su estado actual, mediante la observación y la aplicación de entrevistas a empresas del sector. Al ser analizados los datos se pudo establecer una situación general del turismo náutico y las condiciones consideradas como fortalezas y aquellas que necesitan ser reforzadas.

En el siguiente paso de la investigación se realizó una caracterización de la demanda actual de turismo náutico en las zonas de estudio, conociendo sus intereses, gustos y necesidades mediante un instrumento de encuestas aplicadas a 72 turistas de las playas de la Boquilla, Bocagrande, Laguito y Playa Blanca Barú.

En el último capítulo de la investigación se construyó el diseño del producto de turismo náutico como estrategia de impulso al turismo alternativo experiencial en las zonas

analizadas mediante un análisis de la planta turística y elementos fundamentales como infraestructura, superestructura y Sspraestructura.

Con base a lo anteriormente se concluyó que el turismo náutico es un segmento de la actividad turística que cuenta con las condiciones para consolidarse como un producto turístico mediante la implementación de estrategias que contribuyan a su crecimiento y consolidación en el destino de Cartagena de Indias y la zona insular de Bolívar.

Ante este escenario, invertir en infraestructura impulsaría la actividad náutica y esta a su vez traería consigo desarrollo para las comunidades y el entorno, reforzar el soporte legal y normativo, potenciaría el comercio formal, la conservación del medio ambiente, la seguridad y la protección a los visitantes. Los anteriores son temas que merecen la atención y sensibilización del gobierno, la población local y los turistas.

BIBLIOGRAFIA

Alcaldía Mayor de Cartagena. (2015). Socialización Modelo De Ocupación De Las Playas De Cartagena De Indias. Recuperado de www.planeacion.cartagena.gov.co/Documentos/Cartilla_playa.pdf

Asociación Nacional de Empresas Náuticas. ANEN. (2012). El Sector Nautico en España. Recuperado de www.foromaritimovasco.com/phocadownload/deportiva/nautica_deportiva_espana_2012.pdf

Asociación Náutica De Colombia. ASONAUTICA. (2017). Conoce ASONAUTICA. Recuperado de asonauticacolombia.com/conoce-asonautica/

Bedmar, F. (2006). Evaluación Financiera De La Inversión en un Puerto Deportivo. Tesis de Pregrado. Universidad Politécnica de Cataluña, España. Recuperado de upcommons.upc.edu/handle/2099.1/4373

Botero, C. (2017). Avanza recuperación de Barú. En: tercera jornada de trabajo liderando las Mesas de Formulación Estratégica Integral para el desarrollo sostenible de Playa Blanca, Barú. Cartagena, Bolívar. MINAMBIENTE. Recuperado de www.minambiente.gov.co/index.php/noticias/2675-avanza-recuperacion-de-baru

Caracol Cartagena. Cartagena tendrá Festimar y playa durante Semana Santa. En: Caracol Diario Nacional. Cartagena DTyC. 9, Abril, 2017. Recuperado de caracol.com.co/emisora/2017/04/09/cartagena/1491759149_411363.html

Decreto 1766 de 2013. Por el cual se reglamento de los comites locales para la organización de las playas que trata el articulo 12 de la ley 1558 de 2012. Agosto 16 de 2013. Recuperado www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67968&name=DECRETO_1766_de_2013_Comites_Locales_para_la_Organizacion_de_Playas.pdf&prefijo=file

FEDETON. European Federation of Nautical Turism Destination. (2012). Manifiesto Europeo al Turismo Nautico Sostenible. Recuperado de www.nautical-tourism.eu/upload/documents/03_14%20Manifeste%20ANG%2012p.pdf

Gómez, E. (2012). La Gestión De Instalaciones Náuticas De Recreo Y Su Relación Con El Turismo Náutico. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, España. Recuperado de www.rua.ua.es/dspace/handle/10045/44406

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 y Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Recuperado de

www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=78782&name=Ley_1558_2012.pdf&prefijo=file

Madrid, Marcela. Turismo sin límites en Playa Blanca. El Espectador. Bogotá DC. 3, Enero, 2017. Recuperado de www.elespectador.com/noticias/nacional/alcalde-de-icnonzo-califica-de-revanchismo-politico-proceso-de-revocatoria-en-su-contra-articulo-695385

Martos, Laura. (2015). Nuevas Tendencias en el Turismo Nautico, su impacto económico Empresarial. Tesis de Grado. Universidad De Malaga, España. Recuperado de www.riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10312/MEMORIA.pdf?sequence=1

Méndez de la Muela, G. (2004) Evolución del turismo náutico en España en los últimos treinta años: recreación o status social, una aproximación a la sociología del turismo náutico. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de www.eprints.ucm.es/2018/

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). Plan Nacional De Turismo Náutico De Colombia. Recuperado de www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/TURISMO_NAUTICO_PLAN_NACIONAL_DE_TURISMO_NAUTICO_DE_COLOMBIA.PDF

----- (2013). Plan Nacional De Turismo Náutico De Colombia. Documento Ejecutivo. Recuperado de

www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/TURISMO_NAUTICO_PLAN_NACIONAL_DE_TURISMO_NAUTICO_DE_COLOMBIA.PDF

----- (2016). Sesión Extraordinaria Comisión Colombiana del Océano. Turismo Náutico.

Recuperado de

www.dimar.mil.co/sites/default/files/attach/14_plan_nacional_de_turismo_nautico_colombiana_-_actualizacion.pdf

Montaño Jhon. Guía para que turistas no sean víctimas de estafas en La Boquilla. El Tiempo. Bogotá DC. 10, Mayo, 2017. Recuperado de www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/sobrecostos-a-turistas-en-el-sector-de-la-boquilla-86330

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERTIFICACION. NTS- TS 001- 2. (2011). Destinos Turísticos de Playa. Por la cual se definen los requisitos de sostenibilidad aplicables a los destinos turísticos de playa. Recuperado de www.mincit.gov.co/loader.php?!Servicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=61809&name=NTS-TS_001-2DestinosTuristicosPlaya-1.pdf&prefijo=file

Redacción Cartagena. “Esperamos que sea un peaje social”: Habitantes de Pasacaballos. Diario El Universal. Cartagena DTyC. 20, Marzo, 2015. Recuperado de www.eluniversal.com.co/cartagena/esperamos-que-sea-un-peaje-social-habitantes-depasacaballos-188134

Redacción Sociedad. Cumbre náutica en Cartagena. Diario El Nuevo Siglo. Bogota DC. 14, Abril, 2017. Recuperado de www.elnuevosiglo.com.co/index.php/articulos/04-2017-cumbre-nautica-en-cartagena

Resolución 0408 de 2015. Mediante la cual se establecen disposiciones de seguridad para el ejercicio de las actividades marítimas de recreación y deportes náuticos en Colombia.. D.O. 49.586, julio 27 de 2015. Recuperado de www.dimar.mil.co/sites/default/files/res04082015.pdf

Scuba Diving Fan Club. (2015). Historia del Buceo. Recuperado de www.scubadivingfanclub.com/Historia_Del_Buceo.html#sthash.DevJ0kyj.K639JXqg.dpbs

Suarez, M. Motivación Del Turista Hacia La Práctica De Deportes Náuticos: Un Estudio En El Destino Turístico De Gran Canaria. En: Revista de Análisis Turístico. 15. 1 semestre 2013, pp. 37-48 Recuperado de www.researchgate.net/profile/Pablo_Zoghbi-Manrique-de-Lara/publication/258300314_Motivacion_del_turista_hacia_la_practica_de_deportes_nauticos_Un_estudio_en_el_destino_turistico_de_Gran_Canaria/links/54352ca80cf2bf1f281db4.pdf

Teheran, Anibal. Cartagena, un diamante en bruto para el turismo náutico. El Universal. Cartagena DTyC. 4, Diciembre, 2011. Recuperado de

www.eluniversal.com.co/cartagena/local/cartagena-un-diamante-en-bruto-para-el-turismo-nautico-55975

Tendencias. (2011). Programa Think Tank. El Turismo Nautico, pag 2 -3. Recuperado de [www.pct-](http://www.pct-turisme.cat)

turisme.cat/intranet/sites/default/files/PCTturisme_Tendencias_6_7_2011_CAST.pdf

