



AUTÓNOMA DEL CARIBE

— LA UNIVERSIDAD —

**ESTRATEGIAS ADECUADAS PARA HACER DEL
TURISMO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO PARA
EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO**

JUAN CARLOS MERIÑO
MICHAEL GARCIA MORENO

WWW.UAC.EDU.CO



AUTÓNOMA DEL CARIBE

— LA UNIVERSIDAD —

INTRODUCCION

- Fomento turístico disminuido
- Ubicación estratégica
- Potencial geográfico, étnico y cultural
- Actitud de entidades y habitantes
- Turismo ecológico, T. cultural, T. histórico, T. industrial y T. carnestolendico

Pregunta de Investigación

¿Cuáles son las estrategias adecuadas para hacer del turismo una alternativa de desarrollo para el Departamento del Atlántico?



PLANTEAMIENTO

- Atlántico, uno de los departamentos con menor superficie geográfica en el país, tiene, sin embargo, el privilegio de su ubicación estratégica; constituye una ventana del país al Caribe y al mundo y eso constituye una fortaleza natural.
- Municipios dormitorio
- Subexplotación turística

JUSTIFICACION

El proyecto se halla justificado desde el punto de vista práctico, ya que existen elementos básicos para el desarrollo turístico en distintos municipios, incluyendo su capital, el Distrito de Barranquilla. Desde el punto de vista disciplinario, el proyecto se justifica porque se inscribe dentro de la profesión y especialidad del autor. Además, el proyecto se justifica desde el punto de vista socioeconómico porque el fomento del turismo traerá fuentes de ingreso y de desarrollo a los habitantes del Departamento, particularmente los de aquellos puntos en los que existen lugares de interés para el visitante nacional y el visitante internacional.



Objetivos

➤ Objetivo General:

- Diseñar estrategias orientadas al conocimiento, promoción, la explotación y desarrollo de sitios turísticos en el distrito de Barranquilla y demás municipios del Departamento del Atlántico.

➤ Objetivo Específicos:

- Identificar las fortalezas y puntos de interés turístico de los distintos municipios del Departamento del Atlántico.
- Analizar la infraestructura vial interna del Departamento del Atlántico.
- Analizar la cobertura y calidad de servicios públicos en el Departamento del Atlántico.
- Analizar el acceso y servicio a las distintas playas marinas en el Departamento del Atlántico.
- Determinar el comportamiento turístico nacional e internacional, en las playas y puntos turísticos del Departamento del Atlántico.

Marco de Referencia

- Aguilera, Bernal y Fuentes (2006) publicaron, con el patrocinio del Banco de la República, un documento titulado Turismo y Desarrollo en el Caribe Colombiano.
- Díaz (2016) publicó a través de la editorial de la Universidad Autónoma del Caribe de Barranquilla, un tratado que lleva por título Perspectivas y Prospectivas del desarrollo turístico de la zona costera del Caribe Colombiano
- Otero (2015) a su vez, presentó en la Universidad de Manizales un trabajo de tesis titulado propuesta metodológica para el seguimiento y control del plan de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS), del municipio de Usiacurí en el Departamento Del Atlántico
- Polo de Durán (2011) por su parte, publicó en la Universidad de Andalucía un trabajo titulado Imagen de Colombia como destino turístico a nivel Latinoamérica. Capítulo Costa Caribe

“La infraestructura turística es la obra básica en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc... Constituyen la base para la estructura requerida por los turistas a favor del desarrollo turístico”

Marco Teórico

- **Sistema turístico (elementos):** Oferta turística, demanda turística, espacio turístico, operadores mercado turístico y los organismos reguladores.
- **Sistema turístico (Componentes):** Atractivos turísticos, superestructura, infraestructura, servicios y turistas.

Análisis

Se analizo por medio de encuestas en las estaciones de buses de intermunicipales, las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce usted la historia de su municipio?
2. ¿Visita usted los sitios de interés turístico de su municipio en días libres?
3. ¿Habla usted de los sitios turísticos de su municipio en el trabajo/colegio/negocio?
4. ¿Ha organizado usted en su empresa o cualquier otro espacio social, paseos para que las personas conozcan las bondades turísticas de su municipio?
5. ¿Cree usted que los atractivos turísticos de su municipio ameritan ser promocionados, como estrategia para generar conocimiento en torno a ellos y lograr dinamismo efectivo en la economía de sus coterráneos?



Estas preguntas, nos arrojaron importantes hallazgos, mostrando que la mayoría de las personas que viven en estas partes importantes que representan cultura, no conocen la mayoría de su historia, pero que se busca? Queremos mostrar no solo a los habitantes de ellos sino a todo un país que la costa atlántica tiene de donde explotar y demostrar que pueden disfrutar mas allá de un carnaval de barranquilla.

Diagnostico

Se insiste en la necesidad de que las instituciones educativas tomen parte de la responsabilidad de dar a conocer los sitios de interés turístico en cada municipio. Esto debe comenzar con la promoción de la historia del lugar, haciendo énfasis en los aspectos positivos, para generar sentido de pertenencia, de orgullo, de amor patrio por el terruño, en las nuevas generaciones.

De otro lado, quienes tienen acceso a empresas y organizaciones fuera del municipio, están llamados a hablar de los encantos de su región, de las costumbres, leyendas y tradiciones. No basta invitar a las fiestas patronales, que son sólo una vez al año. Es necesaria una permanente mención y una propuesta no menos permanentes para que los compañeros de trabajo o de universidad visiten los municipios, entren en contacto con sus atractivos y tomen conciencia de que, dentro del departamento, se tiene espacio y motivos suficientes para un turismo sano, creciente, generador de cultura y de desarrollo.

Propuesta



En esta propuesta se abordan temas importantes que bien pueden ser tenidos en cuenta al momento del diseño de estrategias con el fin de fomentar el desarrollo de esta actividad en el Departamento del Atlántico. Se busca proponer estrategias orientadas al fomento del turismo industrial, recreativo, deportivo y ecológico, en el Departamento del Atlántico.

Las bondades de la naturaleza ameritan ser tenidas en cuenta al momento de hablar del desarrollo de los pueblos. En ese sentido, el departamento ha estado de espaldas a la generosidad de sus paisajes, muchos de los cuales son potenciales centros turísticos, capaces de ser vendidos en el interior y exterior del país.

Esta propuesta no puede tener otro epicentro que la ciudad de Barranquilla, porque sólo a través de ella sería posible dar a conocer al departamento. Una vez ubicado el turista en la ciudad, será posible canalizar su interés a otras formas de distracción y recreación, para lo cual el departamento tiene muchos puntos en distintos municipios, capaces de cautivar la atención del visitante. Es, entonces, Barranquilla el punto de partida, aunque el objetivo de la propuesta es global, es decir, integral en cuanto tiene que ver con la geografía de todo el departamento.

DEBILIDADES

- **Falta de políticas públicas orientadas al fomento del turismo en los municipios.**
- **Poco interés de los habitantes de los municipios por dar a conocer los encantos propios de sus municipios.**
- **Deficiente o ninguna atención al visitante, el cual se siente solo y desconocido en su condición de visitante. En muchos sitios, el visitante es visto con perceptible desconfianza y se le brinda una atención sumamente limitada.**
- **Falta de cuidado de los sitios de interés, por la falta de conciencia de la importancia que pueden tener para el visitante.**

OPORTUNIDADES

- Fomento del turismo como industria de interés y oportunidad de desarrollo integral para los pueblos, a nivel mundial.
- Apertura de fronteras, gracias a la globalización.
- Mejora de la infraestructura vial, aprovechable para comodidad y seguridad del turista.
- Multiplicidad de opciones turísticas: culturales, religiosas, ambientales, gastronómicas, etc.
- Cercanía a la capital, lo que genera confianza en el visitante, de volver en corto tiempo y con poco costo, si lo desea, a la capital.
- Aumento de empresas de transporte en general, en horarios flexibles.

FORTALEZAS

- **Multiplicidad de atractivos: naturales, gastronómicos, culturales, históricos, etc.**
- **Cercanía entre los municipios y entre éstos y la capital del departamento, con facilidades de transporte.**
- **Clima favorable durante gran parte del año.**
- **Facilidades para el transporte internacional.**

AMENAZAS

- Surgimiento de competencia a lo largo de las grandes vías, como la Vía al Mar, fuera del departamento, que captan la atención del visitante.
- Apoyo al turismo integral en el departamento de Bolívar.

Conclusión

Cuando hoy se conocen poco a poco sitios que se ignoraban anteriormente, surge la necesidad de explotar económicamente esas ventajas, esas bellezas, en provecho del visitante y del lugareño. El turismo es la herramienta que, bien empleada, puede promover el desarrollo de muchos municipios que hoy apenas comienzan a mostrar sus tesoros escondidos.

El diseño de estrategias turísticas requiere el conocimiento del mercado objetivo: ¿qué se quiere vender? ¿A quién? ¿En qué condiciones?. Esas preguntas deben ser el punto de partida de las estrategias turísticas del departamento, sin perder de vista que se trata de una oportunidad económica, orientada al desarrollo de las comunidades.

Las estrategias se diseñan en el momento adecuado, con los recursos adecuados y el objetivo identificado, con proyecciones reales y alcanzables, para que la utopía no termine con las ilusiones de tener un departamento turístico, en compensación con la poca agricultura y minería de que se dispone, como oportunidades de desarrollo social.



GRACIAS

