

Análisis del comportamiento del turismo informal en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia

Analysis of the behavior of informal tourism in the city of Cartagena de Indias, Colombia

José Morelos-Gómez¹
Diego Cardona-Arbeláez²
Harold Lora-Guzmán³

Recibido: febrero 24 de 2020

Aceptado: junio 28 de 2020

Resumen

En este documento, se analizan el comportamiento de la oferta, demanda y preferencias del turismo de jóvenes mochileros que visitan la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. La investigación es cuantitativa, con alcance descriptivo y de tipo transversal, donde se encuestaron 196 visitantes que utilizaron los servicios turísticos informales de bajo costo, durante 2018. Se encontró que la mayoría de turistas informales, son jóvenes entre 18 y 30 años (68%), profesionales, que buscan una experiencia diferente, de bajo costo, con preferencia para viajar en grupo de amigos, gastar poco dinero y hospedarse en sitios económicos. En el 95% de los casos, eligen sitios que les ofrecen servicio de desayuno y conexión a internet, considerado prioritario, y prefieren alojarse en sitios ubicados principalmente en el centro histórico de la ciudad, por su ambiente bohemio y multicultural. Se destaca que el 67% de los encuestados, posee un nivel de formación universitario. Se concluye con la necesidad de que los operadores turísticos complementen los servicios que ofertan, de modo que satisfagan las expectativas de los turistas mochileros que visitan Cartagena de Indias.

Palabras clave: turismo informal, servicios turísticos, patrimonio cultural, Cartagena de Indias.

Abstract

In this document, the behavior of the supply, demand and preferences of tourism of young backpackers, who visit the city of Cartagena de Indias, Colombia, are analyzed. The research is quantitative, descriptive and transversal in scope, where 196 visitors who used low-cost informal tourist services were surveyed during 2018. It was found that the majority of informal tourists are young people between 18 and 30 years old (68%), professionals, who are looking for a different, low-cost experience, preferably to travel with a group of friends, spend little money and stay in cheap places. In 95% of the cases, they choose sites that offer breakfast service and internet connection, considered a priority, and prefer to stay in places located mainly in the historic center of the city, due to their bohemian and multicultural atmosphere. It stands out that 67% of those surveyed have a university level of training. It concludes with the need for tour operators to complement the services they offer, so that they meet the expectations of backpackers visiting Cartagena de Indias.

Keywords: informal tourism, tourist services, cultural heritage, Cartagena de Indias.

¹ Ingeniero Industrial, Doctor en Ciencias Sociales- Mención Gerencia, Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. E-mail: jmorelosg@unicartagena.edu.co. ORCID: 0000-0002-0334-0575

² Administrador de Empresas, Doctor en Administración, Universidad Libre, Cartagena, Colombia. E-mail: diegoa.cardonaa@unilibre.edu.co. ORCID: 0000-0002-9123-0156

³ Ingeniero de Productividad y Calidad, Doctor en Ciencias Sociales- Mención Gerencia, Universidad de Cartagena, Cartagena, Colombia. E-mail: hlorag@unicartagena.edu.co. ORCID: 0000-0001-6945-0999

1. Introducción

El turismo en el mundo, es considerado como una actividad relevante para el jalonamiento y dinamismo de la economía, en la medida en que contiene y vincula a una amplia gama de subsectores, lo que permite generar numerosos empleos y cuantiosos ingresos en las regiones donde se desarrolla (Lima et al., 2018). La relación entre el crecimiento económico y los ingresos por turismo, ha sido ampliamente estudiada en las últimas décadas, tanto para países desarrollados como emergentes (Paramati et al., 2017). A medida que la industria del turismo crece, la relación causal entre: el crecimiento económico, innovación e ingresos derivados de la actividad turística, se está volviendo importante para las regiones con alta dependencia de estos recursos (Velázquez-Castro et al., 2018; Bilén et al., 2017). En este sentido, algunos autores afirman que la identificación de los actores relevantes en zonas de desarrollo turístico, acompañado de un ejercicio de prospectiva, podría contribuir a la mitigación de los problemas de orden social y económico de dicha región (Del Río-Cortina, Cardona-Arbeláez & Pérez-Olascuaga, 2018; Gómez-Acevedo, Luna-Amador & Escobar-Espinoza, 2016).

El turismo es para muchas ciudades de Colombia, entre ellas Cartagena de Indias, una fuente de negocios e inversión tan buena como su renglón industrial más importante, pero ampliamente mejor en cuanto al reparto de sus beneficios en la cadena de valor del turismo, y su efecto multiplicador en el resto de la economía (Vergara-Schmalbach, Cortés-Cantero & Martínez-Correa, 2019). La ciudad de Cartagena, considerada la capital turística de Colombia, ha logrado posicionarse entre los mejores destinos turísticos del mundo, alcanzando una ocupación hotelera del 66,6 % en 2018, y con la tasa de llegada de turistas extranjeros más alta, con un incremento del 165% en los últimos 10 años (Corporación Turismo Cartagena de Indias, 2019).

La ciudad de Cartagena, se ha caracterizado por ser un destino turístico sostenible y apetecido en el mundo, siendo ubicada por la BBC de Londres, entre las cinco metrópolis amuralladas más bonitas de la tierra. Además, guías de turismo tan prestigiosas como Condé Nast Traveller, la han catalogado entre los sitios imprescindibles para conocer en la vida (Salazar-Fuentes, 2016). Entre los atractivos de Cartagena, se destacan su centro histórico, reconocido por su riqueza patrimonial, así como la oferta de servicios de alojamiento de alta calidad, considerados hoteles exclusivos de lujo. En este sentido, es apreciable la contribución económica que resulta de los servicios que el sector turístico de la ciudad de Cartagena, viene registrando como crecientes. Esto se refleja en la entrada constante de nuevas organizaciones al mercado, junto con la diversificación de la oferta turística, así como el arribo de un alto número de jóvenes y familias extranjeras cada año (Menche-ro-Sánchez, 2017).

En el ámbito de la actividad turística, se distinguen variadas formas de uso de los servicios que ofrece el sector. Una de ellas es el acceso a los servicios que brinda el turismo formal de alto costo, y la otra corresponde al denominado turismo mochilero o informal, de bajo costo. El turismo informal, comprende la práctica y uso de los servicios turísticos que no están categorizados dentro de las actividades ordinarias del turismo formalmente establecido, y cuyo propósito se orienta a la obtención del máximo beneficio y placer al menor costo posible (Lescano, 2017). Una definición más compleja, describe a los mochileros como: “el grupo de turismo cultural no estructurado, con una subcultura juvenil efímera y cambiante que buscan el disfrute de vacaciones extendidas, en lugares de buena reputación, en zonas hoteleras informales de costos razonables, con ambientes abiertos para conocer nuevas culturas y compartir experiencias” (Martín-Cabello, 2014).

En este documento, se analizan el comportamiento de la oferta, demanda y preferencias del turismo de jóvenes mochileros, que visitan la ciudad de

Cartagena de Indias, Colombia. La investigación es pertinente para el sector turístico informal de Cartagena, dado que contribuye a identificar cuáles son los servicios de mayor demanda, así como las características comportamentales de los viajeros que integran el turismo informal de masas.

2. Marco teórico y metodología

2.1 El turismo y sus orígenes

La órbita conceptual del turismo, si bien es posible abordarla a partir de múltiples elementos que la correlacionan en sus diferentes variedades, de acuerdo con las riquezas: naturales, históricas y culturales de las regiones que se estudian, el concepto termina siendo muy amplio y diverso (Abrahão & Tomazzoni, 2018). Una definición más universal, considera al turismo como el: “movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Nechar, 2018). En este sentido, el turismo es una actividad social que busca el disfrute de las regiones locales, nacionales e internacionales, que poseen atractivos naturales, de negocios, de salud, históricos y culturales, por espacios de tiempo cortos (Moya-Espinosa, Cortés-Rodríguez & Martínez-Cárdenas, 2019).

Uno de los antecedentes más notables, tanto del turismo actual como del turismo informal o mochilero, es el viaje denominado Grand Tour, el cual se remonta al siglo XVIII. En él, los viajeros europeos emprendían la búsqueda de nuevas oportunidades de formación y de disfrute, en destacados sitios turísticos del viejo continente (O’reilly, 2006). Entre los principales destinos del Grand Tour, estaban Italia y Francia. El viaje tenía como finalidad que los jóvenes vivieran experiencias cosmopolitas, que les brindaran un amplio conocimiento de la cultura clásica, como complemento

a la formación académica personal para futuras oportunidades laborales (Garay, 2010).

2.2 El turismo mochilero o informal

En este punto, cabe mencionar el auge acelerado de la actividad turística para mediados del siglo XX, lo que incrementó la dinámica de la economía del sector. Este fenómeno se dio gracias al crecimiento económico de las familias en todas las clases sociales, lo que impulsó el llamado turismo de masas en el mundo entero (Peralta-Petitjean, 2018). En otras palabras, las oportunidades sociales y económicas de la población, le permitió disfrutar a un bajo costo los servicios y productos ofrecidos por el sector turístico (Aguirre, Martínez & Banda, 2018). En esencia, la principal característica del turismo informal la constituye su naturaleza no institucional, lo que se manifiesta en el interés de los viajeros de orientar sus rutas y destinos a lugares menos congestionados, económicos y de mayor cercanía, sin la intermediación de los agentes de viajes (Lillo & Taucare, 2018).

La denominación de turistas mochileros, apareció formalmente en los años 90 en la literatura académica. El nombre se debe a que estos individuos emplean, generalmente, una mochila que representa el valor característico de un equipaje: económico, flexible y limitada capacidad de almacenamiento (Morris & Teye, 2010). En la literatura, también se resalta el no cumplimiento de las emociones y experiencias que demandan servicios turísticos de alto costo. Es decir, los mochileros viven “un momento limitado de pseudoemociones, que no refleja el goce real de los espacios turísticos visitados en este acto de consumo popular” (Cavalcanti-Zanforlin, 2016).

En el negocio del turismo global, existen otras prácticas recreativas, como la experiencia turística denominada tramping, practicada por las clases sociales de menor poder adquisitivo. Como puntos de convergencia entre el turismo informal y el tramping, se identifican los restringidos presupuestos disponibles de los viajeros y el propósito

de consecución de trabajo temporal, para apoyar: el sostenimiento alimenticio, transporte y hospedaje durante las estadías turísticas (Ávila-Romero, 2015).

El turismo mochilero ha recibido críticas por sus posibles efectos negativos, relacionados con: los impactos ambientales, culturales, económicos y sociales (Soler, 2014). En contraste, el turismo de voluntariado, otro tipo de turismo alternativo, se ha visto como más sostenible, ya que combina motivaciones altruistas con el concepto de viaje asociado al mercado mochilero (Pousada, 2018; Sánchez-Díaz & Domínguez-González, 2017).

2.3 Metodología

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y de tipo transversal, que permitió analizar las variables asociadas al comportamiento del turismo de masas, en la ciudad de Cartagena de Indias. El estudio considera variables cuantitativas, relacionadas con: los ingresos, presupuestos y consumo de los turistas mochileros. La investigación es descriptiva ya que se realizó caracterización de los elementos comportamentales, desde el análisis del mercado de la oferta y demanda del grupo objeto de estudio, y de corte transversal, por el análisis del fenómeno del turismo informal durante un intervalo definido (Acle-Mena, Santos-Díaz & Herrera-López, 2020).

La población objetivo correspondió al conjunto de turistas informales que llegaron a la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, a vacacionar bajo la modalidad de turismo mochilero durante 2018. En el cálculo del tamaño de la muestra, se consideraron los parámetros sugeridos por Otzen y Manterola (2017), así: Z: parámetro crítico del nivel de confianza del 95%, correspondiente a un valor de 1,96; E: porcentaje de error 7%; P: probabilidad de éxito 0,5; Q: probabilidad de fracaso 0,5. El cálculo de la muestra se efectuó con la ecuación 1.

$$n = \frac{z^2 p * q}{E^2} \quad (1)$$

En este caso se consideró una población infinita, ya que se desconoce el total de turistas informales que visitaron la ciudad de Cartagena durante 2018 (Fernández-Morales, 2012). Aplicando la ecuación 1, junto con los parámetros mencionados, se obtuvo una muestra correspondiente a 196 turistas.

La recolección de la información primaria, se efectuó a través de un instrumento específicamente diseñado, que fue aplicado in Situ en 5 barrios de la Ciudad de Cartagena, así: San Diego en el Centro histórico, Bocagrande, Laguito, Marbella y Getsemaní. Estos barrios son los de mayor preferencia para disfrutar de las experiencias turísticas y el valor patrimonial del Corralito de Piedra (Rius-Ulldemolins & Posso-Jiménez, 2016). Como fuentes secundarias, se consideraron los documentos e informes de coyuntura económica turística, provenientes de fuentes oficiales de entidades estatales y revistas científicas, que aportaron información pertinente a la investigación.

La información fue tratada y analizada sistemáticamente, utilizando las herramientas de la estadística descriptiva e inferencial (Barrera-Mesa, Fernández-Morales & Duarte, 2017). Luego de obtenida, procesada y analizada la información, se procedió al registro y análisis sistemático de los hallazgos más relevantes.

3. Resultados y discusión

3.1 Características de los turistas informales

En cuanto a la procedencia de los turistas consultados, el 24% presentan nacionalidad brasilera, 16% argentinos, el 10% chilenos y 7% colombianos, provenientes del interior del país. Es decir, que el 57% del total de los turistas mochileros, son originarios del cono sur de América. El 43% restante, es originario de países europeos, como: España con el 7%, Alemania e Italia (10%), Inglaterra (5%), Holanda (6%), Francia (7%), y otros países (8%).

Lo anterior indica que más de la mitad de los turistas visitantes a Cartagena derivan de países emergentes, cuyo ingreso per cápita promedio para 2018 fue de U\$23.438.16 anuales. En contraste, el ingreso per cápita anual de regiones desarrolladas, como EE. UU. y la Unión Europea, es de U\$67.445.326.20 y U\$55.981.11 dólares, respectivamente (Fondo Monetario Internacional, 2020). Esto permite establecer que la mayoría de turistas informales, tiene limitaciones por los bajos ingresos disponibles, comparados con los de economías desarrolladas, limitando su acceso a la oferta de servicios y productos turísticos formales de calidad. Otra razón para la llegada del turismo informal procedente de Latinoamérica, es la cercanía de los países que integran esta región, con Cartagena de indias. Esto contrasta con la lejanía de los países de la Unión Europea y Asia, lo cual influye cuando se evalúa el presupuesto de gastos, relacionados con: el transporte, alimentación, hospedaje y otros costos del viaje (Benavides, 2019).

En cuanto a la edad, se encontró que el 72% de los encuestados, tienen edades entre 18 y 30 años; mientras que 23% presentan edades entre 31 y 45 años; 3% son menores de 18 años y solo el 5% son mayores de 45 años. Estos rangos de edad, contrastan con los identificados por Ramírez-Albisu y Moreno-Gobean (2019), y Morris y Teye (2010), confirmando que la relación ingresos y edad es directa. Es decir, este grupo de jóvenes recién egresados de sus estudios universitarios, amantes de la libertad y la buena vida, tienen recursos económicos limitados para cubrir todos los gastos al elegir destinos turísticos internacionales. Igualmente notable, es la vocación de alto riesgo y gusto por las aventuras dentro de este grupo de jóvenes, lo que impulsa la toma de decisiones para realizar turismo informal, a pesar de las limitaciones económicas (Reinoso, Chilán & Alfonso, 2019).

En cuanto al género de los turistas mochileros, se encontró que el 68% son hombres y el 32% restantes son mujeres. La mayor cantidad de

turistas jóvenes hombres, se correlaciona con la mayor libertad de este género para realizar turismo recreativo informal. El género masculino se asocia con el riesgo, lo que permite un comportamiento de mayor confianza en relación con las decisiones que impulsan el aprovechamiento de turismo de aventura y ecológico (Londoño-Aldana & Pérez-Ríos, 2020). En contraste, el turismo femenino es menor dado que los factores impulsores, relacionados con: los recursos económicos, el riesgo y el miedo a viajar sin acompañante, son determinantes en la decisión de hacer turismo informal (Gómez-Jiménez, 2019).

En cuanto al nivel educativo, el 67% posee estudios universitarios, el 23% estudios de postgrado, 7% estudios secundarios y solo el 3% estudios primarios. Estos resultados permiten inferir el alto nivel cultural y educativo que tienen los turistas que visitan Cartagena, en especial los provenientes de Europa. El nivel cultural y su capacidad adquisitiva, les permite visitar lugares turísticos formales, que ofertan productos y servicios de mayor calidad y costos (Lescano, 2017).

3.2 Características del viaje

En este apartado, se caracteriza la experiencia de viaje de los turistas mochileros en Cartagena de Indias. En primer lugar, frente a la preferencia de la compañía para el viaje, el 63% de los turistas gustan de viajar con amigos, lo que se correlaciona con su rango de edad, permitiéndoles compartir experiencias similares. En contraste, solo el 12% prefiere viajar solos, ya que esto les permite tener contacto directo con nuevas culturas y personas, brindándoles mayor libertad de movimiento. Otro 10% optan por viajar con familiares cercanos, un 8% con esposos o esposas jóvenes, mientras que un 7% prefiere viajar con hermanos de edad similar. Esto se debe a que la familiaridad y la cercanía de edad, les permite apoyarse en los riesgos y en las experiencias que viven.

En cuanto a la permanencia en Cartagena: un 42% de los turistas expresaron disfrutar de la ciudad,

solo entre tres y cinco días; seguido del 22% que se quedan más de seis y menos de 10 días. En el rango entre 1 y 3 días, se tiene el segundo valor más alto de turistas, con el 16%, lo cual se debe a que estos jóvenes, por la naturaleza misma del viaje informal, no poseen los recursos suficientes para cubrir los gastos asociados al viaje. El 9% de viajeros prefiere estar por dos semanas, mientras que el 11% tienen estadías mayores. Esta alta permanencia, se debe al aprovechamiento de ofertas en los paquetes turísticos de bajo costo, así como también a las temporadas de baja ocupación turística de la ciudad.

En relación al presupuesto, el 79% de los jóvenes mochileros viajan con poco dinero, entre U\$10 y U\$50. El 21% restante, con edades entre 26 y 30 años, presupuestan entre U\$51 y más de U\$200 en promedio, para su estancia turística en Cartagena. El presupuesto de viaje tiene relación directa con la tasa de cambio de las monedas extranjeras de mayor valor, como el Euro y el Dólar, que tienen un efecto positivo en su cambio frente a monedas de menor valor, como el peso colombiano (Benavides, 2019). Esto genera ventajas para los turistas provenientes de Europa y EE.UU., a la hora de acceder a los bienes y servicios ofertados por el sector turístico en la ciudad de Cartagena.

Asimismo, los hostales y hoteles económicos, con 54% y 16%, respectivamente, fueron señalados por los turistas mochileros como preferencias de alojamiento, relacionadas con los servicios tradicionales de acomodación. En segundo lugar, teniendo en cuenta las limitaciones presupuestales, el 30% indicó preferir alojarse en espacios de subarriendo, como: habitaciones, apartaestudios u hospedarse en casa de amigos y/o familiares. Lo anterior refleja el aporte que realiza el turismo informal a la parahotelaría, que es una forma de hotelería informal donde se alquilan apartamentos o habitaciones en apartamentos, que no hacen parte de las opciones de alojamiento certificadas por la autoridad turística, ni registradas legalmente (Vergara-Schmalbach, Cortés-Cantero & Martínez-Correa, 2019).

Entre las razones que los turistas informales aducen para su viaje, se tienen el disfrute del sol y la playa, junto con las visitas ecoturísticas, con 46% y 25%, respectivamente. Un grupo minoritario viaja para conocer la historia y cultura de la ciudad de Cartagena (15%); conocer amigos (6%); asistir a eventos de negocios o académicos (5%), y otros motivos 3%. En este caso, las actividades de esparcimiento y disfrute de la naturaleza son las más populares, lo cual coincide con los hallazgos de Chajín-Flórez, Mendoza-Vega y Mendoza-Ocasal (2020).

En cuanto al nivel de satisfacción de los turistas, el 69% estuvo plenamente satisfecho con las visitas realizadas a: los monumentos históricos, las plazas, las iglesias, las playas y la cultura de la ciudad de Cartagena. El restante 31%, menores de 26 años, expresaron su satisfacción por las visitas a: bares, discotecas, restaurantes de bajo costo y plazas públicas. Estos resultados se correlacionan con el alto interés que despierta Cartagena de Indias, debido a su encanto único, asociado al valor histórico de sus fortificaciones, iglesias y demás arquitectura, relacionada con la época colonial y republicana (Torres-Colina et al., 2019; De Madariaga, 2019).

4. Conclusiones

La caracterización de los turistas informales en Cartagena de Indias, permitió establecer que la mayoría de ellos son jóvenes entre 18 y 30 años (68%), profesionales, que buscan una experiencia diferente, de bajo costo, con preferencia para viajar en grupo de amigos, gastar poco dinero y hospedarse en sitios económicos. En el 95% de los casos, eligen sitios que les ofrecen servicio de desayuno y conexión a internet, considerado prioritario, y prefieren alojarse en sitios ubicados principalmente en el centro histórico de la ciudad, por su ambiente bohemio y multicultural.

Se destaca el alto porcentaje de viajeros universitarios y con posgrado (67%), lo cual indica la necesidad de que los operadores turísticos complementen los servicios que ofertan, de modo que

satisfagan las expectativas de los turistas mochileros que visitan la ciudad de Cartagena. Entre estos servicios, se podrían contemplar: planes de desarrollo cultural de interés interregional, o proyectos de desarrollo ambiental, entre otros.

Agradecimientos

Este artículo es resultado de un proyecto de investigación apoyado por la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad de Cartagena, Colombia.

Referencias

- Abrahão, C. M. S., & Tomazzoni, E. L. (2018). Conflictos de poder y estrategias territoriales: un estudio de caso sobre las segundas residencias turísticas en Matinhos, Costa de Paraná - Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (1), 01-11.
- Acle-Mena, R. S., Santos-Díaz, J. Y., & Herrera-López, B. (2020). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 10 (2), 237-248. doi: <https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624>
- Aguirre, P., Martínez, L. & Banda, H. (2018). Eventos culturales y alojamiento de lujo: El caso de la ciudad de Guanajuato, México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (1), 43-64.
- Ávila-Romero, A. (2015). Análisis del turismo alternativo en comunidades indígenas de Chiapas, México. *Études Caribéennes*, 1 (1), 31-32. doi: <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.7601>
- Barrera-Mesa, M., Fernández-Morales, F. H., & Duarte, J. E. (2017). Aprendizaje basado en proyectos colaborativos mediados por TIC para el desarrollo de competencias en estadística. *Saber, Ciencia y Libertad*, 12 (2), 220-232. Recuperado de: <http://www.sabercienciaylibertad.org/ojs/index.php/scyl/article/view/247>
- Benavides, G. F. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(29). doi: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v15i29.2872>
- Bilen, M., Yilanci, V., & Eryüzlü, H. (2017). Tourism development and economic growth: a panel Granger causality analysis in the frequency domain. *Current Issues in Tourism*, 20 (1), 27-32. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1073231>
- Cavalcanti-Zanforlin, S. (2016). Etnopaisajes en las metrópolis brasileñas: migración, comunicación y sentimiento de pertenencia. Editorial UOC.
- Chajín-Flórez, M., Mendoza-Vega, L., & Mendoza-Ocasal, D. (2020). Representaciones de las potencialidades ecoturísticas del Volcán del Totumo, en Colombia, frente al TLC con Estados Unidos. *Saber, Ciencia y Libertad*, 15 (1), 192-205. doi: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n1.6310>
- Corporación Turismo Cartagena de Indias (2019). Informe de gestión año 2019. Cartagena, Colombia.
- De Madariaga, C. J. (2019). El turismo patrimonial: la cultura en venta. En: *Hélices y anclas para el desarrollo local*, 803-812. Universidad de Cartagena.
- Del Río-Cortina, J., Cardona-Arbeláez, D., & Pérez-Olascuaga, S. (2018). Estrategias diferenciadoras y generadoras de valor en economías emergentes. Caso: manguicultores (Sucre - Colombia). *Saber, Ciencia y Libertad*, 13 (1), 133-144. doi: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2018v13n1.2083>
- Fernández-Morales, A. (2012). Tamaños muestrales: Instrumentos interactivos on-line para la formación estadística en el sector turístico. *Estadística III*. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/5075>

- Fondo Monetario Internacional, FMI. (2020). World Economic Outlook. Recuperado de: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO>
- Garay, L. (2010). La Estructura del Turismo Genérico. Barcelona, España: UOC.
- Gómez-Acevedo, K., Luna-Amador, J., & Escobar-Espinoza, A. (2016). La ciudad de Cartagena de Indias (Colombia) desde la perspectiva de una Matriz de Contabilidad Social (MCS). *Saber, Ciencia y Libertad*, 11 (2), 141-150. doi: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2016v11n2.552>
- Gómez-Jiménez, A. (2019). La economía informal y el turismo en Costa Rica: Estudio de caso en Guanacaste. *Universidad en Diálogo: Revista de Extensión*, 9(1), 11-30. doi: <https://doi.org/10.15359/udre.9-1.1>
- Lescano, D. (2017). Perfil del Turista Mochilero que Visita la Provincia de Trujillo en el Año 2017. Universidad César Vallejo, Perú.
- Lillo, F., & Taucare, H. (2018). El cambio de paradigma en el turismo sustentable: Las implicancias para su gestión. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27 (1), 140-157.
- Lima, S., Lima, D., Araujo, F. & Lucio, A. (2018). Materialismo, individualismo y consumo colaborativo en turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27(1), 24-42.
- Londoño-Aldana, E., & Pérez-Ríos, W. (2020). Transición de zona residencial a microcentro comercial en barrios de estratos medios y bajos en Cartagena – Colombia, como consecuencia de la presencia de grandes superficies comerciales. *Saber, Ciencia y Libertad*, 15(1), 114-127. doi: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n1.6294>
- Martín-Cabello, A. (2014). El turismo «backpacker» en Chile como expresión de una subcultura juvenil global. *Cuadernos de Turismo*, 34(1), 165-188.
- Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/203071>
- Menchero-Sánchez, M. (2017). Las fortificaciones de Cartagena de Indias y su función turística en el turismo cultural de la ciudad. *Methadodos, Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 100-118.
- Morris, C. & Teye, V. (2010). Backpacker Motivations: A Travel Career Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 244-259. doi: <https://doi.org/10.1080/19368621003591350>
- Moya-Espinosa, P. I., Cortés-Rodríguez, N. C., & Martínez-Cárdenas, A. G. (2019). Proceso de toma de decisiones en mipymes hoteleras de Boyacá, Colombia. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 9 (2), 237-248. doi: <https://doi.org/10.19053/20278306.v9.n2.2019.9159>
- Nechar, M. (2018). Epistemología del turismo. *Regiones y Desarrollo Sustentable*, 1 (1), 133-155. Recuperado de: <http://www.coltlax.edu.mx/openj/index.php/ReyDS/article/view/9>
- O'reilly, C. (2006). From drifter to gap year tourist. Mainstreaming Backpacker Travel. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 998-1017. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.04.002>
- Otzen, T. & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35 (1), 227-232. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Paramati, S. R., Alam, M. S., & Chen, C. F. (2017). The effects of tourism on economic growth and CO2 emissions: a comparison between developed and developing economies. *Journal of Travel Research*, 56(6), 712-724. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287516667848>
- Peralta-Petitjean, L. (2018). Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico del impacto del turismo receptivo en la economía peruana en el

periodo 2004-2015. Universidad de Lima. Recuperado de: <http://repositorio.ulima.edu.pe/handle/ulima/6054>

Pousada, R. (2018). España, un país turístico emergente, 1900-1939. *Revista Pasado Abierto*, 4(8), 27-51. Recuperado de: <http://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/pasadoabierto/article/view/2847>

Ramírez-Albisu, E., & Moreno-Gobean, Y. (2019). *Estudio del perfil del turista alemán en la zona sur de la isla de Tenerife: el turismo activo como un modelo alternativo* (Trabajo fin de carrera). Universidad de La Laguna. Recuperado de: <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/16793>

Reinoso, N. G., Chilán, Y. D., & Alfonso, R. A. (2019). Impacto territorial do terremoto ao setor turístico de cantón Bolívar, Ecuador. *Turismo: Visão e Ação*, 21(1), 42.

Rius-Ulldemolins, J., & Posso-Jiménez, L. (2016). Cultura, transformación urbana y empoderamiento ciudadano frente a la gentrificación: Comparación entre el caso de Getsemaní (Cartagena de Indias) y el Raval (Barcelona). *EURE (Santiago)*, 42(126), 97-122. doi: <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-7161201600020000>

Salazar-Fuentes, Z. (2016). *Análisis sobre Cartagena como destino turístico por excelencia*. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/opinion/>

[zully-salazar-fuentes/analisis-cartagena-destino-turistico-excelencia-492977](https://www.portafolio.co/opinion/zully-salazar-fuentes/analisis-cartagena-destino-turistico-excelencia-492977)

Sánchez-Díaz, E., & Domínguez-González, D. (2017). Conflictividad en el desarrollo de un destino turístico emergente. Notas para el estudio de la gobernanza en Mompiche, Ecuador. *El Turismo en el Mundo Rural*, 18(1), 91-110.

Soler, A. (2014). ¿Es el turismo mochilero sostenible?: Consecuencias del turismo mochilero en Laos. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de: <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/36961/6/asolerjetfg0614memoria.pdf>

Torres-Colina, K., Ortiz-Montiel, N., & Arnedo-Re-dondo, B. L. A. (2019). *Conocimiento y percepción del patrimonio histórico y cultural en docentes de instituciones públicas de la ciudad de Cartagena de indias* (Tesis Doctoral). Universidad de Cartagena, Colombia.

Velázquez-Castro, J. A., Cruz-Coria, E., & Vargas-Martínez, E. E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(3), 9-20.

Vergara-Schmalbach, J. C., Cortés-Cantero, M., & Martínez-Correa, M. F. (2019). Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia. *Panorama Económico*, 27(2), 544-558.