



TÍTULO DE INFORME:

***CREACIÓN DE PORTAFOLIO DE TOURS Y SERVICIOS TURÍSTICOS DE SANTA MARTA Y SUS
ALREDEDORES PARA LA AGENCIA DE VIAJES SPORTUR DEL HOTEL IROTAMA RESORT***

PRESENTADO POR:

ROSANA MARIA POVEDA CONTRERAS

Código:

2015127118

PRESENTADO A:

RUBEN DARIO SOSSA ALVAREZ

Tutor de prácticas profesionales

EDGARDO ORELLANO

Jefe inmediato empresa

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

FACULTAD EMPRESARIAL

TECNOLOGIA EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA

Fecha de entrega: 28/11/2019

CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	2
2.1	ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES.	2
2.1.1	El hotel verde por naturaleza	2
2.1.2	Políticas de sostenibilidad.....	2
2.1.3	Políticas de uso de alcohol y drogas.....	3
2.1.4	Valores Irotama.....	4
2.1.5	Número de trabajadores.....	4
2.2	FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.....	5
2.2.1	Misión.....	5
2.2.2	Visión.....	5
3.	INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO.....	5
3.1	DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.	5
3.2	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.	6
4.	PROPUESTA O PLAN DE MEJORA	7
4.1	NOMBRE DE LA PROPUESTA O PLAN DE MEJORA	8
4.2	DIAGNÓSTICO.....	8
4.3	PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	9
4.4	JUSTIFICACIÓN.....	10
4.5	OBJETIVO GENERAL.....	11

4.6	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
4.7	PLAN DE ACCION	13
4.8	RESULTADOS OBTENIDOS	13
5.	AUTOEVALUACION	13
6.	CONCLUSIONES	14
7.	RECOMENDACIONES GENERALES.....	15
8.	BIBLIOGRAFÍA	16
9.	ANEXOS.....	17

1. INTRODUCCIÓN

La encantadora Santa Marta posee una diversa infraestructura hotelera y productos turísticos únicos, su temperatura promedio es de 28 grados centígrados, es llamada también como la “ciudad hospitalaria”. Aquí los visitantes siempre encuentran qué hacer, como por ejemplo, bucear, practicar deportes de aventura y visitar playas donde la selva se junta con el mar; también, observar aves, hacer un recorrido histórico por la ciudad y visitar el corazón de la cultura Tayrona. Playas, manglares, corales y arrecifes hacen parte del paisaje selvático que adorna el Parque Nacional Natural Tayrona, uno de los mayores atractivos que tiene Santa Marta (Sistema de Información Turística del Magdalena, 2018). Lo que crea la necesidad de los hoteles de la ciudad que cuentan con el servicio de Agencia de Viajes a preparar un portafolio de servicios tanto español como en inglés ofreciendo los mejores destinos turísticos para vacacionar

A 14 kilómetros de la ciudad más antigua de Santa Marta, se encuentra el sector de Pozos Colorados con mayor desarrollo turístico en los últimos años, Allí se encuentra el Hotel Irotama Resort. Un oasis natural, un entorno verde que ha crecido exuberantemente y generoso a través del tiempo.

Este proyecto se basa en proponer y crear un portafolio que incluya los lugares turísticos de Santa Marta mostrando los diversos atractivos de la misma como Parque Tayrona, Minca, Ciudad Perdida, Acuario y playa Blanca, Cabo de la Vela, etc., con el fin de que los huéspedes se sientan bien informados y motivados de visitar estos destinos turísticos.

2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.1 ASPECTOS LEGALES, ECONÓMICOS Y ORGANIZACIONALES.

HOTEL IROTAMA S.A.S

2.1.1 El hotel verde por naturaleza

Situado en la zona de Bello Horizonte a 20 minutos de santa marta, Irotama encierra toda la magia y el encanto de un hotel de lujo en el caribe. Un espectacular Resort rodeado de naturaleza: tenis, campo de prácticas de golf, un kilómetro de playa.

2.1.2 Políticas de Sostenibilidad

IROTAMA S.A.S organización pionera en el sector turístico nacional e internacional, consciente y defensora del equilibrio que debe existir entre el desarrollo de la infraestructura sostenible hotelera y turística, y preservación y conservación del medio ambiente considera que el reto más importante para nuestra generación, que es crecer como empresa y guardar, simultáneamente, un inmenso respeto por el ecosistema, nuestra cultura y actividades económicas típicas que nos identifican como región. Por ello, IROTAMA S.A.S hace un estricto seguimiento a nuestros procesos con el fin de mantener bajo control el equilibrio de nuestros factores de riesgo de impacto que pueden ser significativos en nuestro entorno ambiental, sociocultural y económico y de esta manera minimizar y/o corregir en caso de producirse.

Tal y como reza en nuestro Credo,” procuramos siempre ambientes de armonía respeto por los demás y en especial apoyar y promover campañas enfocadas a la prevención del comercio y explotación sexual por los niños niñas y adolescentes, responsabilidad y amor por nuestra empresa y por las naturalezas”, es decir, somos una compañía totalmente dedicada a protección cultural y del medio ambiente.

IROTAMA S.A.S. como en todas sus actividades, se escoge al cumplimiento de las leyes vigentes en el ámbito del medio ambiente y sostenibilidad turística utilizando y aplicando como marco metodológico para el cumplimiento de las exigencias ecológicas y turísticas nacionales e internacionales, tales como la norma ISO 14000 y la norma NTS- TS 002 Y NTS- TS 003.

Esta política es comunicada, implementada y sostenida a todo nivel en la empresa y se realizan permanentemente acciones tendientes para que sea conocida por nuestros huéspedes, clientes, proveedores, y comunidad en general.

2.1.3 Políticas de uso de alcohol y drogas

IROTAMA S.A.S consciente de la importancia de construir diariamente un ambiente laboral sano y seguro considera que el consumo de tabaco, drogas y el uso problemático de alcohol constituyen un riesgo para su salud y una condición que incrementa la posibilidad de accidentes en el trabajo: por lo tanto se compromete a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores cumpliendo con la normatividad vigente en cuanto a prevención del consumo de dichas sustancias y realizar acciones que promuevan hábitos de vida y trabajo saludable y seguro.

Tomando en consideración lo anterior IROTAMA S.A.S. Ha decidido elaborar una política sobre tabaco, alcohol y otras drogas, la que será aplicable a todos los trabajadores de la empresa.

Como mecanismo de prevención la empresa desarrollará actividades dentro del sistema de Gestión de salud y seguridad en el Trabajo y acorde con su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial. Dichas actividades contarán con la participación activa de los trabajadores, brindando información y asesoría de acuerdo con las características de la población de trabajadores propia de IROTAMA S.A.S.

Las actividades a desarrollar deberán cumplir con las siguientes directrices;

- Compromiso con el bienestar, la salud y la seguridad de los trabajadores.
- Desestimular el uso del cigarrillo, alcohol y drogas.
- Compromiso con la política de no alcohol, ni cigarrillos, ni drogas.
- Orientación y ayuda a los trabajadores que consideren pueden ser dependientes del alcohol y otras drogas.
- Verificación del consumo en áreas a cargos que representan riesgos para la seguridad de la empresa o de sus trabajadores.
- El consumo de alcohol dentro del a empresa NO estará permitido.

2.1.4 Valores Irotama

- Amabilidad
- Actitud de servicio
- Actitud positiva
- Hospitalidad
- Responsabilidad
- Creatividad

2.1.5 Número de trabajadores

- 540 Fijos
- 150 temporada alta

2.2 FILOSOFÍA INSTITUCIONAL.

2.2.1 Misión

Irotama es el mejor Resort del Caribe colombiano donde combinamos la calidez de nuestra gente, la exuberante naturaleza y nuestras originales instalaciones para anticiparnos a las necesidades de nuestros huéspedes y clientes, ofreciéndoles una amplia gama de servicios en alojamiento, gastronomía, recreación y entretenimiento, contribuyendo así a nuestro propio crecimiento y al fortalecimiento de nuestra organización, al bienestar de nuestras familias y al progreso de la comunidad. Irotama es una gran familia guiada por el espíritu de innovación, comprometida con la excelencia al satisfacer los deseos de recreación del cuerpo, el alma y los sentidos, creamos ambientes únicos de paz, naturaleza plena y máximo confort.

2.2.2 Visión

En el año 2020 estaremos posicionados entre los mejores complejos turísticos-inmobiliarios de todo el Caribe, lo lograremos desarrollando nuestro Plan Maestro, a través del cual innovaremos en infraestructura y propenderemos por la excelencia en el servicio, alcanzando así un mejoramiento continuo de toda la amplia gama de productos turísticos e inmobiliarios que ofrecemos a los mercados del mundo.

3. INFORMACION DEL TRABAJO REALIZADO

3.1 DESCRIPCION DEL AREA DE TRABAJO.

La oficina principal, ubicada en el sector Sur del hotel, al lado de las habitaciones bungalow, y en la parte inferior de la antigua recepción del hotel, cuenta con 3 escritorios con sus respectivos

computadores, teléfonos, sillas, impresoras, con vista panorámica de las llegadas y salidas de huéspedes.

En frente del restaurante los Coco's está una pequeña garita de la agencia de viajes que se acomodó con toda la información necesaria, como folletos y volantes, para que los huéspedes no tengan que llegar hasta la oficina de la agencia, si no que ahí se les vendan los tours que sean de su interés. La idea del hotel y de la agencia es aumentar las ventas de los tours y promover aún más el turismo.

3.2 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES ASIGNADAS.

- Mantener una excelente presentación personal y velar por mantener en orden su sitio de trabajo.
- Administrar llegadas y salidas de los huéspedes en el aeropuerto.

Atender los teléfonos de la agencia.

- Solicitar diariamente el reporte de llegadas y salidas de huéspedes al aeropuerto.
- Ayudar en la organización de los tours.
- Coordinar servicio especial de pasa bordos a huéspedes.
- Velar que los vehículos estén limpios en cada servicio.
- Verificar solicitudes especiales de recibo huéspedes en el aeropuerto (sillas de ruedas).
- Realizar listado de huéspedes plan semana Irotama y ofrecer tour incluidos.
- Promover los tours

- Realizar orden de servicio a los proveedores.
- Realizar itinerario de vuelos diario y enviar a las recepciones.
- Realizar cuadro de caja diario.
- Enviar lista de conductores para planillas de los vehículos.
- Recibir llegadas de los VIP y grupos en el aeropuerto.
- Mantener archivado todos los documentos de la agencia.
- Elaborar tiquetes aéreos nacionales.

4. PROPUESTA O PLAN DE MEJORA

Crear un portafolio de tours y circuitos turísticos donde se oferten los distintos lugares y servicios turísticos de Santa Marta y sus alrededores tales como: Parque Nacional Natural Tayrona, Neguanje-Playa Cristal, Bahía Concha, Acuario y Playa Blanca, Tour por la ciudad diurna y nocturna, Taironaka y Buritaca, Minca, Ciudad Perdida, Punta Gallinas, actividades Náuticas, Buceo, Tour en el Katamaran

La creación de este portafolio de tours y circuitos turísticos de Santa Marta y sus alrededores contará con distintos paquetes de transporte desde el hotel hasta el destino escogido, alimentación de buena calidad, seguros hoteleros para casos de emergencias, guías experimentados con manejo de un segundo idioma, permitiendo un acompañamiento profesional, serio y responsable. Se ofrecerá especialmente a los huéspedes de Irotama y organizadores de eventos.

Con base en lo anterior, en el desarrollo de las prácticas y el estudio de cada uno de los componentes involucrados en el área de Agencia de viajes Sportur en el Hotel Irotama Resort se propone la implementación de un portafolio de servicios y sectores turísticos en español e inglés,

físico y en la página web para ofrecerles a los huéspedes un buen servicio e incrementar la oferta mediante la difusión de nuevos destinos.

4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA O PLAN DE MEJORA

CREACIÓN DE PORTAFOLIO DE TOURS Y SERVICIOS TURÍSTICOS DE SANTA MARTA Y SUS ALREDEDORES PARA LA AGENCIA DE VIAJES SPORTUR DEL HOTEL IROTAMA RESORT

4.2 DIAGNÓSTICO

Irotama Resort es un Hotel que cuenta con más de 5.000 mil clientes mensuales en sus diferentes servicios, en los cuales los huéspedes llegan a la agencia de viajes interesados en los tours y servicios que se ofrecen.

Con base en lo anterior, en el desarrollo de las prácticas y el estudio de cada uno de los componentes involucrados en el área de Agencia de viajes Sportur en el Hotel Irotama Resort, resolviendo a la problemática que consiste que no hay en la actualidad un portafolio de tours y destinos turísticos en español e inglés, físico y en la página web para ofrecerles a los huéspedes un buen servicio, por lo cual planteo las siguientes actividades en pro del mejoramiento continuo de dicha agencia. Como no está el portafolio de servicios utilizamos como ayuda folletos, información total en hojas de block y fotos en el computador.

Para la creación del portafolio en la página virtual del Hotel Irotama Resort se debe comunicar con el encargado de redes quien maneja la página web para que agregue con detalle el servicio ofrecido, así los huéspedes tendrán una mejor información de los servicios brindados por la Agencia Sportur, dicho portafolio tendrá dos versiones uno para los huéspedes hispanohablantes

y otro para quienes manejen el idioma universal, por eso se debe contar con personal capacitado en diferentes idiomas con el fin de brindar un servicio de calidad a los clientes.

Se evidenció que era un ambiente perfecto para exponer mis conocimientos académicos en investigaciones de mercado, organización de tiempo, captación de nuevos clientes y establecer contacto con ellos puesto que mi entrada fue directamente al departamento de la agencia de viajes y tenía una conexión directa con el cliente y el producto ofrecido.

4.3 PLANTEAMIENTO O IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Al momento que ingrese a la agencia de viajes Sportur pude determinar que las ventas de los tours bajaron por la poca información suministrada sobre los destinos turísticos, antes la recepción estaba cerca, pero ahora los registros se hacen en otro edificio más lejano, los folletos o la información con la que contamos, poseen información parcial, con pocas imágenes, pero que no hay documento físico único que reúna toda esa información en uno solo.

Por lo anterior surgió la necesidad de implementar un portafolio de servicios turísticos ofreciéndoles a los huéspedes nacionales e internacionales un recorrido por todos los lugares más visitados de la ciudad naturalmente mágica, y así experimentar, conocer y disfrutar de sus vacaciones al máximo.

4.4 JUSTIFICACIÓN

Según CODIGO ETICO MUNDIAL PARA EL TURISMO, Artículo 6, párrafo 1 y 2

“1. Los agentes profesionales del turismo tienen obligación de facilitar a los turistas un información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia. Además, aseguraran la absoluta transparencia de las cláusulas de los contratos que propongan a sus clientes tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio y a la calidad de las prestaciones que se comprometen a facilitar como las compensaciones financieras que les incumban en caso de ruptura unilateral de dicho contrato por su parte”.

“2. En lo que de ellos dependa, y en cooperación con las autoridades públicas, las profesiones del turismo velarán por la seguridad, la prevención de accidente, la protección sanitaria, y la higiene alimentaria de quienes recurran a sus servicios. Se preocuparán por la existencia de sistemas de seguros y de asistencia adecuados así mismo, asumirán la obligación de rendir cuentas conforme a las modalidades que dispongan las reglamentaciones nacionales y, cuando corresponda, la de abandonar una indemnización equitativa en caso de su incumplimiento de sus obligaciones contractuales”.

La práctica profesional es un programa de cooperación entre la universidad y una empresa ya sea del sector privado o público, que tiene como fin permitirle al estudiante practicar y desarrollarse en el mundo empresarial, acercándolo y empapándolo al ejercicio de su profesión, actividad que le da un valor agregado a su formación académica, profesional y personal.

Y también es un requisito académico para que el estudiante pueda alcanzar el título profesional.

Las agencias de viajes necesitan que sus portafolios y servicios sean impactantes y atractivos para los clientes, por eso es importante que estas empresas le den oportunidad a practicantes universitarios en la carrera de hotelería y turismo para que estos aporten sus conocimientos frescos y ser piezas importantes para darle otro aire a la empresa ya que estos pueden proponer nuevas ideas.

4.5 OBJETIVO GENERAL

Elaborar el portafolio de servicios turísticos de la agencia de viajes Sportur del Hotel Irotama Resort, focalizado en ofrecer servicios innovadores y de calidad a los clientes.

4.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Resaltar y promover los atractivos turísticos de la ciudad de Santa Marta y sus alrededores.
- Contribuir con el incremento de las ventas mensuales de la agencia de viajes Sportur.
- Proponer una herramienta útil y estratégica para la captación y fidelización de clientes de la agencia de viajes SPORTUR.

REFERENTES TEÓRICOS

De acuerdo con el artículo de Portafolio, “el turismo, líder mundial”, el autor sostiene:

“Gracias a la globalización, el turismo se ha convertido en uno de los sectores líderes del crecimiento económico mundial, siendo un motor clave para el progreso económico y social. Hoy, el volumen de negocios del turismo iguala e incluso supera, en muchos casos, a las exportaciones de petróleo, productos alimenticios y automóviles. Se ha

convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo”. (José Cárdenas, 2015).

El desarrollo del sector ha traído consigo impactos ambientales, económicos y sociales, que muestran el deterioro y la falta de responsabilidad social, tanto de los habitantes del sector, como de los turistas que visitan este importante lugar de Colombia (Martínez, 2013).

El turismo náutico encuentra su potencial de desarrollo alrededor de los principales puertos del caribe, en Santa Marta la Marina Internacional ha favorecido significativamente éste segmento a pesar de haber sido controvertida su construcción puesto que, para algunos críticos, se realizó en detrimento de las áreas de playa de la Bahía, la que en otro tiempo fue catalogada como la bahía más linda de américa (GUARDIOLA, 2019).

“La investigación propone la implementación de un portafolio de productos turísticos para incrementar la oferta, mediante la difusión de nuevos destinos y la propuesta de un turismo sustentable” (Santamaría Díaz, 2018).

“El presente trabajo está enfocado en el diseño de un portafolio de paquetes turísticos full day, debido a que los atractivos naturales y culturales que posee no son potencializados para el segmento de la tercera edad”. (Reyes Loor, 2017)

“El objetivo general es analizar los atractivos turísticos para la creación de un portafolio de atractivos turísticos del cantón, así como su aprovechamiento para ampliar la oferta turística”. (Mayancela Niveló, 2016).

4.7 PLAN DE ACCION

Para el cumplimiento de la propuesta en el presente proyecto, planteamos el siguiente plan de acción; un paso a paso para la implementación del portafolio de servicios turísticos.

N°	ACTIVIDAD	DETALLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	RESPONSABLE
1	Elaboración del portafolio de servicios turísticos español e inglés	Recolección de la información necesaria de los destinos a ofrecer como: tarifa de entrada y salida, alimentación, transporte, alojamiento, etc.	15 días	Pasante
2	Aceptación del portafolio	Se envía a Gerencia para que den la aprobación y el presupuesto	7 días	Gerente administrativo
3	Litografía	Impresión del portafolio para su exhibición	30 días	Proveedor
4	Informe final	Presentación de resultados obtenidos y conclusiones de la aplicación del portafolio	15 días	Pasante

4.8 RESULTADOS OBTENIDOS

Se esperan los siguientes resultados:

- Incremento en las ventas
- Reconocimiento de la agencia de viajes Sportur en la ciudad
- Satisfacción de clientes de querer volver a estos destinos.

5. AUTOEVALUACION

Nuestra profesión es amplia y podemos desempeñarnos en cualquier área de trabajo, pero una de las funciones más importante en nuestra carrera, es la atención al cliente y el manejo de otro

idioma, esta debe ser nuestra prioridad, y en la Agencia me encuentro en contacto directo con los huéspedes nacionales e internacionales, distintos jefes de cada departamentos, lo cual me ayuda de gran manera, a perder el miedo al momento de hablar con las personas y brindarles la información que ellos estén solicitando; así mismo aprendí las funciones de asesora de ventas, anfitriona del aeropuerto, manejo de la plataforma Zeus, manejo de archivo, reservas.

Al momento de ingresar a esta empresa, las expectativas eran altas, poder crecer profesionalmente y obtener todos los conocimientos posibles que esta pudiera darme, en consecuente para enriquecer mis conocimientos requiero de más estudios en administración hotelera por todo lo anterior, la experiencia laboral con el Hotel Irotama Resort, llenó todas mis expectativas profesionales y personales.

6. CONCLUSIONES

Con base en la información recolectada, este trabajo está sustentado en la implementación de un portafolio de servicios turísticos y las actividades turísticas de la agencia de viajes Sportur. Después de hacer un análisis internacional y nacional referente a los portafolios turísticos y las características de la capitulación del proyecto, se decidió tomar como temas relevantes: el turismo, el servicio, la oferta, la demanda el precio y el producto. Sportur ofrece distracción plena en sus actividades de aventura, satisfacción por servicios prestados por las operadoras turísticas, precios accesibles a la economía del turista, lugares atractivos y únicos. Se realizó un portafolio que servirá de guía para conocer los principales productos turísticos que tiene Santa Marta. Este portafolio está diseñado de manera dinámica e interactiva para facilitar e incentivar

al turista y al extranjero para que no se pierda la oportunidad de visitar estos hermosos lugares y disfrutar todo lo que nos ofrece.

7. RECOMENDACIONES GENERALES

- Se recomienda que se tomen en cuenta las características turísticas de la agencia de viajes Sportur y se resalten las virtudes. Un portafolio de productos turísticos será la herramienta necesaria para que sean conocidos y demandados.
- Promover y mejorar los recorridos turísticos ofrecidos por SPORTUR, para que los turistas tengan una visión más amplia acerca de los destinos turísticos de la ciudad.
- Por último crear un portafolio de destinos turísticos que vaya enfocado hacia los turistas con intereses de ocio, promoviendo la gran cantidad de atractivos que tiene la ciudad, para que los turistas se queden más tiempo en ella y no solo sea una ciudad de paso, haciendo énfasis en este punto, se pretenderá que la agencia de viajes y la ciudad sean reconocidas a nivel nacional e internacional por su vasta riqueza histórica, cultural, natural y geográfica.
- Ubicar un punto de información en la Recepción principal

8. BIBLIOGRAFÍA

GUARDIOLA, A. d. (2019). Potencial turístico de Santa Marta. *Revista espacios*, 5.

José Cárdenas, M. (04 de Mayo de 2015). *El turismo, líder mundial*. Obtenido de Portafolio:
<https://www.portafolio.co/opinion/manuel-jose-cardenas/turismo-lider-mundial-37264>

Martínez, C. (2013). *Diagnóstico actualizado y propuestas de manejo integrado para el Balneario "El Rodadero", Santa Marta, Caribe Colombiano*. Santa Marta: Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Mayancela Niveló, A. L. (2016). *Análisis para la creación de un portafolio de productos turísticos del cantón el Tambo*. Obtenido de Universidad de Cuenca:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23551>

Reyes Loor, G. T. (22 de agosto de 2017). *PORTAFOLIO DE PAQUETES TURÍSTICOS FULL DAY*. Obtenido de Universidad de Gayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/22628>

Reyes Loor, G. T. (s.f.). *ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE ADULTO MAYOR*.

Santamaría Díaz, E. C. (Abril de 2018). *Portafolio de productos turísticos para la provincia de Tungurahua*. Obtenido de Universidad Técnica de Ambato:
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27770>

Sistema de Información Turística del Magdalena. (2018). *Santa Marta D.T.C.H*. Obtenido de Sistema de Información Turística del Magdalena:
<https://www.siturmagdalena.com/destinos/ver/1>

Unidad Administrativa Especial Migración Colombia. (Marzo de 2019). *BOLETIN ANUAL DE ESTADÍSTICAS DE FLUJOS MIGRATORIOS*. Obtenido de Unidad Administrativa Especial Migración Colombia: <http://migracioncolomiba.gov.co>

9. ANEXOS