



**Análisis de la percepción de los principales efectos ocasionados por la insuficiencia en el suministro de agua potable en las empresas del sector turístico de Santa Marta D.T.C.H., Colombia**

**Wendy Carolina Fayllace Fuzcaldo**

**Universidad Magdalena**

Facultad Ciencias Empresariales y económicas  
Programa Administración de empresas Turísticas y hoteleras  
Santa Marta, Colombia  
2021



**Análisis de la percepción de los principales efectos  
ocasionados por la insuficiencia en el suministro de  
agua potable en las empresas del sector turístico de  
Santa Marta D.T.C.H., Colombia**

**Wendy Carolina Fayllace Fuzcaldo**

**Cód. 2013127037**

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de:  
**Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**Director:**

Mg. Pedro Luis Navarro Hernández

**Codirector:**

Mg. Freddy De Jesús Vargas Leira

**Línea de Investigación:**

Marketing de destinos y empresas turísticas.

**Grupo de Investigación:**

Turismo, Competitividad y Desarrollo Sostenible - TURCODES

Universidad del Magdalena

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Santa Marta, Colombia

2021

# Nota de aceptación:

Aprobado por el Consejo de Programa en cumplimiento de los requisitos exigidos por el Acuerdo Superior N° 11 de 2017 y Acuerdo Académico N° 41 de 2017 para optar al título de Administrador de empresas turísticas y hoteleras

---

Jurado

---

Jurado

Santa Marta, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

## **Dedicatoria y agradecimientos**

*Dedico este logro primero a Dios que nunca me abandona, a mis padres Milagros y Carlos, mis hermanas Carol, Emily, Angélica y mi hermano Carlos Jair. A mi esposo que ha sido un apoyo incondicional durante toda mi carrera; a todas las personas (familia, compañeros y amigos) que han aportado en cierta manera para que hoy esto sea posible y por último y no menos importante a la Universidad del Magdalena y a mis profesores que han aportado sus conocimientos para mi aprendizaje y me han hecho una mejor profesional, principalmente los profesores que hicieron parte de esta pasantía de investigación. Gracias.*

---

## Resumen

El agua es un recurso natural indispensable para la vida de los seres humanos, y por ese motivo se ha diseñado la investigación principal que hace parte del presente trabajo, para analizar la percepción de los principales efectos ocasionados por el suministro insuficiente del agua potable en las empresas turísticas de la ciudad de Santa Marta, las cuales, en los últimos años se han visto afectadas significativamente tanto operativa como financieramente por este desabastecimiento de agua que se ha venido presentando en la capital del Magdalena. Teniendo como objetivos conocer las causas principales de esta problemática, las consecuencias ocasionadas a las empresas turísticas, y a través de este conocimiento poder dejar plasmada información pertinente que servirá para crear estrategias o propuestas de solución para mitigar estos impactos negativos que afectan no solo la economía de la industria si no también la imagen del destino. Para esta investigación se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, tipo cuestionario con preguntas cerradas, se utilizaron fuentes primarias, se diseñaron encuestas como instrumentos de recolección, las preguntas diseñadas por el equipo investigador fueron aplicadas a los empresarios y turistas en la ciudad de Santa Marta, y se utilizaron formularios de Google. De manera general se mencionan algunos de los resultados obtenidos, del primer capítulo se observa que el (36%) de los empresarios del sector turístico de Santa Marta afirman que la problemática estudiada es ocasionada por falta de inversión de estado en las redes de acueducto, el (27%) dice que por las condiciones climáticas y el (18%) la ineficiencia de la empresa encargada de la prestación del servicio, por su parte los turistas el (47%) mencionan que no tienen ningún hábito de gasto de agua y el (25%) dice que si tienen malos hábitos como ducharse más de 3 veces al día durante su estancia en el destino; de la misma forma en el segundo capítulo el (53%) señaló que presentaron incrementos en los costos operativos de la empresa, como también el (13%) dijo que tuvo disminución en los ingresos, en este los turistas el (48%) respondieron que el correcto suministro de agua en los destinos si es un factor decisivo a la hora de elegir un destino de viaje y para ellos lo es en muy alto grado; el tercer capítulo es referente a la imagen y en este los resultados arrojaron que los empresarios de la ciudad si tienen inconvenientes con los índices de satisfacción de los clientes (30%) y el deterioro de la imagen de sus establecimientos con (23%), pero a pesar de su afirmación los turistas mencionan que ellos nos han percibido esta problemática en el destino en su mayoría el (78%) dicen que el servicio no presento fallas

durante su visita en los establecimientos. Finalmente de acuerdo a estos resultados se puede concluir que a pesar de ratificar que si existe esta problemática en la ciudad y que si afecta a sus empresas turísticas en aspectos tan importantes como en su economía, también se debe decir que todavía la imagen del destino no se ha visto afectada significativamente, es por esa razón que se hace un llamado a los entes gubernamentales y empresas encargadas del servicio de acueducto para que tomen las medidas y correcciones necesarias y así poder sobresalir como un destino turístico de calidad y evitar que se presenten carencias de recursos tan importantes para la vida como lo es el agua potable.

**Palabras claves:** Turismo, agua, destino, suministro de agua, empresas turísticas, turistas, Santa Marta.

---

## **ABSTRACT**

Water is an essential natural resource for the life of human beings, and for this reason the main research that is part of this work has been designed to analyze the perception of the main effects caused by the insufficient supply of drinking water in the tourism companies in the city of Santa Marta, which, in recent years have been significantly affected both operationally and financially by this shortage of water that has been occurring in the capital of Magdalena. Having as objectives to know the main causes of this problem, the consequences caused to tourism companies, and through this knowledge to be able to leave relevant information that will serve to create strategies or solution proposals to mitigate these negative impacts that affect not only the economy of the industry if not also the image of the destination. For this research, a non-probabilistic sampling for convenience was used, type questionnaire with closed questions, primary sources were used, surveys were designed as collection instruments, the questions designed by the research team were applied to businessmen and tourists in the city of Santa Marta, and google forms were used. In general, some of the results obtained are mentioned, from the first chapter it is observed that (36%) of the entrepreneurs of the tourism sector of Santa Marta affirm that the problem studied is caused by lack of state investment in the aqueduct networks, (27%) say that due to weather conditions and (18%) the inefficiency of the company in charge of providing the service, for their part tourists (47%) mention that they do not have any habit of spending water and (25%) say that if they have bad habits such as showering more than 3 times a day during their stay at the destination; In the same way, in the second chapter, (53%) indicated that they presented increases in the company's operating costs, as well as (13%) said that there was a decrease in income, in this the tourists (48%) responded that the correct supply of water in the destinations is a decisive factor when choosing a travel destination and for them it is to a very high degree; The third chapter refers to the image and in this the results showed that the businessmen of the city do have problems with the customer satisfaction rates (30%) and the deterioration of the image of their establishments with (23%), But despite their statement, tourists mention that they have perceived this problem in the destination for us. Most of them (78%) say that the service did not present failures during their visit to the establishments. Finally, according to these results, it can be concluded that despite confirming that if this problem exists in the city and that it affects its tourism

companies in aspects as important as its economy, it must also be said that the image of the destination still does not has been significantly affected, it is for that reason that a call is made to government entities and companies in charge of the aqueduct service to take the necessary measures and corrections and thus be able to stand out as a quality tourist destination and avoid deficiencies. of resources as important for life as drinking water.

**Keywords:** Tourism, water, destination, water supply, tourism companies, tourists, Santa Marta

# Contenido

	Pág.
<b>Resumen</b> .....	<b>V</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Capítulo 1</b> .....	<b>5</b>
1.1 Introducción .....	5
1.1.1 Objetivos .....	7
1.1.2 Marco de referencia .....	8
1.1.3 Metodología .....	11
▪ Resultados .....	12
▪ Conclusiones .....	18
▪ Discusión .....	18
<b>2. Capítulo 2</b> .....	<b>21</b>
2.1 Introducción .....	21
2.2.1 Objetivos .....	22
2.2.2 Marco de referencia .....	22
2.2.3 Metodología .....	24
▪ Resultados .....	25
▪ Conclusiones .....	32
▪ Discusión .....	32
<b>3. Capítulo 3</b> .....	<b>35</b>
3.1 Introducción .....	35
3.3.1 Objetivos .....	36
3.3.2 Marco de referencia .....	36
3.3.3 Metodología .....	38
▪ Resultados .....	39
▪ Conclusiones .....	41
▪ Discusión .....	42
<b>5. Conclusiones</b> .....	<b>44</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>47</b>

## **Objetivo general**

Analizar la percepción de los principales efectos ocasionados por la insuficiencia en el suministro de agua potable en las empresas turísticas de Santa Marta D.T.C.H., Colombia.

## **Objetivos específicos**

- Conocer las principales razones que ocasionan la insuficiencia en el suministro de agua potable a las empresas turísticas de Santa Marta D.T.C.H.
- Identificar los efectos ocasionados a las empresas turísticas de Santa Marta D.T.C.H. por la insuficiencia en el suministro de agua potable en materia económica.
- Determinar como la problemática en relación con el desabastecimiento de agua en las empresas turísticas de Santa Marta D.T.C.H. ha tenido efectos en la imagen del destino.

# Introducción

El presente trabajo enmarca la importancia de indagar sobre cómo se ven afectadas las empresas turísticas de la ciudad de Santa Marta con relación al desabastecimiento en el suministro de agua potable, ya que se ha venido presentando constantemente durante los últimos años; con el propósito de determinar cómo se podría mitigar esta afectación, luego identificar las causas y de acuerdo a esto realizar un diagnóstico que proporcione información necesaria para reducir la problemática existente.

Por tal motivo lo que define la presente investigación realizada por el grupo de investigación Turismo, Competitividad y Desarrollo Sostenible - TURCODES de la Universidad del Magdalena, es el soporte que proporcionara para la toma de decisiones futuras y mejor gestión, no solo para las empresas turísticas si no para los entes públicos de la ciudad.

# 1. Capítulo 1

## CONOCER LAS PRINCIPALES RAZONES QUE OCASIONAN LA INSUFICIENCIA EN EL SUMINISTRO DE AGUA POTABLE A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE SANTA MARTA D.T.C.H.

### 1.1 Introducción

En la investigación “Análisis de la percepción de los principales efectos ocasionados por la insuficiencia en el suministro de agua potable en las empresas del sector turístico de Santa Marta D.T.C.H., Colombia”, se logró identificar mediante investigación e indagación a los actores principales del sector turístico y a través de su percepción se pudieron conocer cuáles fueron las causas que están provocando la deficiencia en el suministro de agua de la ciudad, del mismo modo, en el presente capítulo se abordará la argumentación y fundamentación de la literatura acerca del desabastecimiento de agua en algunos destinos, y autores rescatados de investigaciones similares que serán utilizados como antecedentes.

El turismo es una industria proveedora de grandes beneficios, de crecimiento económico, social, ambiental y cultural, como también se conoce que es causante de grandes impactos negativos para el lugar donde esta industria se desarrolle, como por ejemplo, el deterioro de la infraestructura, el daño o alteraciones causadas al medio ambiente y la saturación ocasionada por exceder la capacidad de carga de los destinos, entre otros; no obstante, su actividad está siendo afectada por la insuficiencia en el suministro del agua potable, lo que interfiere con el buen funcionamiento del turismo, siendo un agravante debido a que el agua es un recurso esencial para la vida y la supervivencia.

Así mismo, se afirma que “la mala gestión del suministro de agua puede provocar más impactos ambientales dañinos”. (Kent et al., 2002, p. 369)

La cantidad de agua con la que dispone Santa Marta es inferior a un metro cúbico por segundo, es menos del 50% que el consumo de su población actual incluyendo turistas, esta situación no mejora, lo que según el autor es consecuencia de “lustros de desidia

administrativa, corrupción, falta de planeación, y de gerencia pública y preponderancia de intereses particulares en la prestación de los servicios públicos”. (Behrentz, 2020, párr. 2)

Por su parte, en el proyecto sobre el problema de disponibilidad y escasez de agua en Santa Marta, (Universidad de los Andes, 2016) afirmó que la problemática de la ciudad no es el abastecimiento sino la falta de infraestructura y planeación, se conoce que Santa Marta cuenta con abundantes fuentes hídricas suficientes para abastecer toda la ciudad, pero hasta el momento la incorrecta gestión de los recursos hídricos ha impedido que esta situación mejore, siendo gravemente afectado el sector turístico de la ciudad.

Ciertamente, “el turismo depende en gran medida de la disponibilidad de agua, hecho que genera tensiones ya que el turismo alcanza su máxima expresión en destinos donde el agua es precisamente un bien escaso” (Grenon y Batisse, 1988) como se citó en (Gabarda, Ribas y Daunis-i- 2015, p. 53)

Varios estudios demuestran que la viabilidad y sostenibilidad de cualquier destino turístico depende en última instancia de un suministro de agua adecuado (tanto en cantidad como en calidad) y constituye un factor determinante en el modelo del ciclo de vida del turismo. (Essex et al., 2004, Kent et al., 2002, Rico-Amoros et al., 2009), como se citó en Deyà, & Tirado (2011, p 2569).

Igualmente, se desarrolla la investigación de la que se desprende este capítulo, para entender y conocer cuáles son las principales causas del suministro deficiente de este preciado líquido en destinos como estos.

Por tanto, es importante que también los entes públicos de Santa Marta tomen las medidas para contrarrestar los efectos ocasionados por la escasez de agua en la ciudad y como se ha mencionado anteriormente se minimice el impacto causado a las empresas turísticas de este destino, y en consecuencia tener soluciones pertinentes para dicho problema.

De acuerdo a lo anterior, se infiere que las empresas turísticas de Santa Marta como industria, deben implementar dentro de sus planes de gestión ambiental indicadores que sean útiles y convenientes para minimizar efectos devastadores para las generaciones futuras, como, por ejemplo, conocer porcentajes de consumo de agua en los hoteles y el

ahorro de cada uno de ellos, entre otros métodos que ayuden a disminuir el consumo y por ende la escasez de agua que se está presentando; A su vez, exigir a los entes públicos, gubernamentales y empresas de servicios de acueducto, que gestionen de mejor manera los recursos hídricos que posee la ciudad para prestar un servicio de calidad y poder optimizar la imagen de Santa Marta ante los potenciales visitantes.

### **1.1.1 Objetivos**

El objetivo principal de este capítulo es identificar las causas que ocasionan la insuficiencia en el suministro de agua potable en las empresas turísticas de la ciudad de Santa Marta – Colombia. Es así como se busca de manera descriptiva exponer las razones por la cual esta dificultad está afectando al sector turístico y poder evidenciar algunas soluciones a futuro, para mejorar la percepción del destino con relación a la problemática planteada.

Por esta razón, se desarrollaron actividades teniendo en cuenta el problema a resolver y las necesidades de la investigación en curso. Además, para poder conocer cuáles son las causas de esta problemática en la ciudad inicialmente se encontraron fuentes secundarias como reportajes periodísticos que indicaron algunas de las causas por las que se presenta este inconveniente, según Semana (2020) esto se presenta por múltiples factores, como por ejemplo problemas estructurales con respecto a la red de acueducto, el efecto de cambio climático y la baja conciencia ciudadana por el agua, entre otros, debido a esto se puede inferir que estos factores antes mencionados influyen negativamente en el adecuado suministro de agua para los hoteles y restaurantes de esta ciudad; del mismo modo como fuentes primarias se diseñaron instrumentos de recolección de información (encuestas), para identificar la percepción con respecto al desabastecimiento de agua en el sector turístico con empresarios del sector y los visitantes o turistas en la ciudad, al igual en contraste de los resultados de esta primera fase de investigación se busca encontrar respuestas por parte de los entes públicos y los gremios asociados al sector para evidenciar la veracidad de la percepción de los empresarios y de los turistas, y poder encontrar posibles soluciones.

### 1.1.2 Marco de referencia

Siendo Santa Marta una ciudad con vocación turística, es importante que posea todos los recursos para ofrecer un servicio de calidad, entre esos servicios se encuentra tener una infraestructura adecuada, vías en buen estado, un buen servicio de alojamiento, como también el acceso al agua potable para los turistas que visitan el destino; en ese orden de ideas, es necesario que el destino disponga de un buen suministro del recurso hídrico, a su vez, éste ayudará con la apariencia de la zona turística hacia los visitantes. Después de hacer una revisión de la literatura disponible se pueden conocer diversos postulados teóricos en relación a problemas similares en el suministro de agua de las empresas dedicadas al turismo.

Se dice que “La actual crisis del agua inducida por el aumento de la demanda, la disminución de la oferta y las leyes de agua ineficaces tiene consecuencias muy reales tanto para las poblaciones locales como para los desarrolladores turísticos” (Lavanchy, 2017a, p.46), y no cabe duda de los efectos negativos que tiene la falta de agua en residentes y empresarios de los destinos turísticos, siendo estas diferentes en cada caso pero aun así con alto grado de afectación para los involucrados. Así como se conoce, el turismo siempre presenta una alta demanda de agua y esto puede ser un inconveniente para destinos con restricciones en sus recursos hídricos, esto tiende a suceder en áreas costeras e insulares” (Gössling, 2001) como se citó en (Lavanchy, 2017b), por ejemplo la ciudad de Santa Marta siendo zona costera tiene restricciones significativas de agua, por cuestiones climáticas, gasto del recurso existente y otras razones que son estudiadas en esta investigación.

Para que el turismo tenga un crecimiento continuo necesita de la cantidad y calidad suficientes de los recursos hídricos, los visitantes y habitantes requieren abastecimientos de agua y que estos sean seguros y confiables para poder suplir las necesidades básicas, es necesario tener más cantidades de agua para apoyar los servicios relacionados con el turismo, como por ejemplo las piscinas, jacuzzis, etc. (Lavanchy, 2017c). Como también es importante reconocer que el agua es un recurso primordial para la puesta en marcha de un hotel, porque esta se utiliza en gran parte de sus áreas como son habitaciones, cocinas, lavandería, etc. (Garza y Borja, 2016), entonces si esto

---

es así como lo afirman los autores está claro que al no tener la cantidad y calidad adecuada de este preciado líquido se presentan múltiples problemas derivados de la carencia de este, como el daño a la imagen del destino, afectaciones en la economía, entre otros. De la misma forma, Rico (2007a), afirma que “la disponibilidad de agua también puede condicionar la propia oferta de servicios y productos turísticos, como podría ser campos de golf, piscinas, complejos acuáticos de ocio, jardines, etc” (p. 7), ya se ha dicho y repetido que es indispensable contar con un correcto suministro de agua sobre todo en establecimientos hoteleros que necesita grandes cantidades, y se afirma que en Santa Marta existen desafíos alrededor de los servicios y el abastecimiento de los recursos hídricos. Aún más cuando se sabe que los recursos hídricos son muy importantes para el turismo y el medio ambiente, el nexo agua y turismo abarca más allá del tema del consumo de agua de las permanencias en hoteles o establecimientos turísticos. (Eurostat, 2009d).

Seguidamente, el proyecto Carbon Disclosure (2010) informa que la escasez de agua en el futuro es una preocupación creciente para las empresas más grandes del mundo, y más de la mitad de las empresas que responden a una encuesta esperan problemas con el agua en los próximos cinco años, incluida la interrupción de la sequía o las inundaciones, la disminución de la calidad del agua, aumentos en el precio, multas y litigios relacionados con incidentes de contaminación. Citado por Gössling et al. (2012a, p.1-4), lo mismo que sucede en las empresas turísticas de la ciudad de Santa Marta, existe una constante intranquilidad debido al inconveniente por el que atraviesa la ciudad y que ha pasado por muchos años, es este problema de desabastecimiento de agua potable que ahora está siendo analizado. Por otra parte, los problemas de ineficacia de la gestión pública a causa de falta de recursos económicos y técnicos y la dejadez en la gestión, han instalado una cultura de la privatización del recurso como solución a los problemas de gestión municipal. El agua, que pasa de ser un derecho para el ciudadano a una mercancía para el consumidor, una mercancía que se encuentra en manos de grandes conglomerados empresariales de capital extranjero de carácter global que entra en este mercado lentamente. (Romero, 2006, p.47), así como se ha mencionado anteriormente aquí en el destino investigado han estado en la gestión del agua varias empresas internacionales que han dejado mucho que desear, o así perciben los usuarios de estas mismas, lo que no es diferente a las afirmaciones hechas por estos autores aquí citados.

Es más, “los gobiernos son los principales responsables de garantizar que las comunidades tengan un suministro de agua limpia, segura, accesible y asequible” (Stroma Cole, 2014a, p. 98), y se supone que así debería ser en cualquier región sea turística o no, pero no cabe duda que falta una gestión más eficiente para tratar de evitar carecer de un recurso tan importante para la vida, la responsabilidad recae sobre entes gubernamentales quienes dirigen tales destinos y eso debería ser garantía.

Por su parte, los autores Garcia, Ribas, Llausàs y Saurí (2013, p. 53), manifiestan que a partir de su investigación, puede quedar claro que los diseñadores de futuras políticas de agua urbana y medidas de gestión que afecten a áreas con dinámicas urbanas y demográficas similares tienen la responsabilidad de adoptar una visión más holística y ser sensibles a las realidades urbanas y sociales, junto, por supuesto, con perspectivas económicas y ecológicas.

Se debe agregar que Gössling et al, (2012b) citado por Martínez (2015), “dividieron el uso del agua en el turismo en dos categorías, a saber, uso directo (alojamiento y actividades diarias) y uso indirecto (infraestructura, energía y alimentos)” (p.488), como se ha dicho en diversas investigaciones, existen varios tipos o categorías del uso del agua en el turismo y estos deben ser estudiados en cada destino para conocer el gasto real de la industria, lo que está siendo analizado por varios autores. Igualmente se afirma que cuando hablamos de gestión del agua para consumo urbano e industrial, en realidad estamos hablando de cinco actividades diferentes: captación, potabilización, distribución, alcantarillado y depuración. Este proceso varía en función de los tres grandes usos urbanos que puede haber: urbano, turístico e industrial. (Romero, 2006, p. 42).

No obstante, “resulta imprescindible generar una cultura en el uso responsable del agua en la hotelería, sin descuidar la correcta calidad del servicio, pero que permita mantener los consumos en una lógica de sostenibilidad ambiental” (Cámara Santiago de Compostela, 2008) como se citó en Garza y Borja (2016, p. 4). Es así como se podrá tener acceso al agua pero sin comprometer la sostenibilidad de los destinos ni crear estrés hídrico alguno.

---

### 1.1.3 Metodología

Para dar respuesta al problema planteado en este capítulo se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, tipo cuestionario con preguntas cerradas debido a que para la investigación era necesario y acorde escoger los establecimientos y zonas donde se haría la recolección de información, de la misma manera que el total de la muestra (establecimientos y turistas seleccionados), se utilizaron fuentes primarias, se diseñaron encuestas como instrumentos de recolección, con el fin de obtener la percepción acerca de las principales causas que originan este conflicto en el destino turístico; las preguntas diseñadas por el equipo investigador fueron aplicadas a los empresarios y turistas o visitantes en la ciudad de Santa Marta.

En primera instancia, el equipo investigador realizó la encuesta en un documento de Word donde estaban plasmadas las preguntas que se realizarían en dicha encuesta, para hacer más sencillo el diligenciamiento de esta se trasladaron a formularios de google. Así mismo se inició un contacto y relacionamiento con los establecimientos turísticos (hoteles y restaurantes) que fueron escogidos por el grupo de trabajo, la muestra fue seleccionada y abordada por conveniencia como se explicó anteriormente, los datos fueron obtenidos de una base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Santa Marta, donde se pudo obtener la información de cada uno de los empresarios, como correos electrónicos y teléfonos de las empresas para realizar el proceso; por tema de pandemia debido al virus covid – 19 y evitando la exposición del equipo investigador se empezó a realizar la aplicación de encuestas vía telefónica y posteriormente se realizaron visitas presenciales, en los sectores principalmente de la zona turística del Rodadero, Gaira, pozos colorados, bello horizonte y aeromar, visitas de las que se obtuvieron setenta y siete (77) encuestas efectivamente diligenciadas.

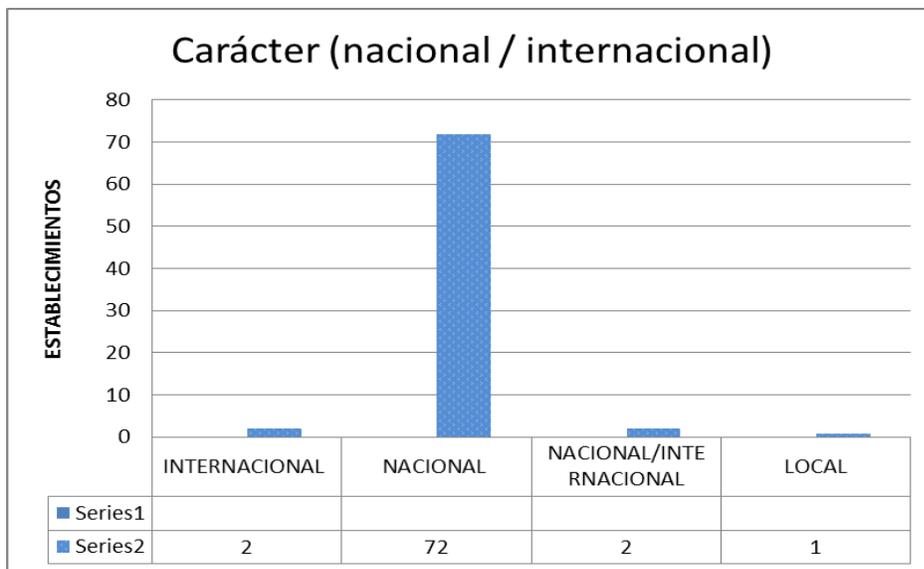
En cuanto a las encuestas a turistas fueron realizadas en el área de la playa del Rodadero, en tres (3) sesiones, se realizaron por medio de formularios de google y se obtuvieron noventa (90) encuestas diligenciadas.

## ▪ Resultados

De acuerdo a los resultados derivados de la aplicación de las encuestas y según la metodología dispuesta para esta investigación, se ha podido documentar de la siguiente forma; inicialmente se tuvo en cuenta la caracterización de los establecimientos, el tipo de establecimiento en los que se dividían y la ubicación de los mismos, teniendo en cuenta la muestra que se seleccionó de manera no probabilística y por conveniencia como se mencionó anteriormente, para el abordaje de las variables de estudio de la investigación. A continuación se muestran 3 gráficos con la información anteriormente descrita.

### Gráfico 1.

*Empresas de carácter nacional, internacional y/o local.*



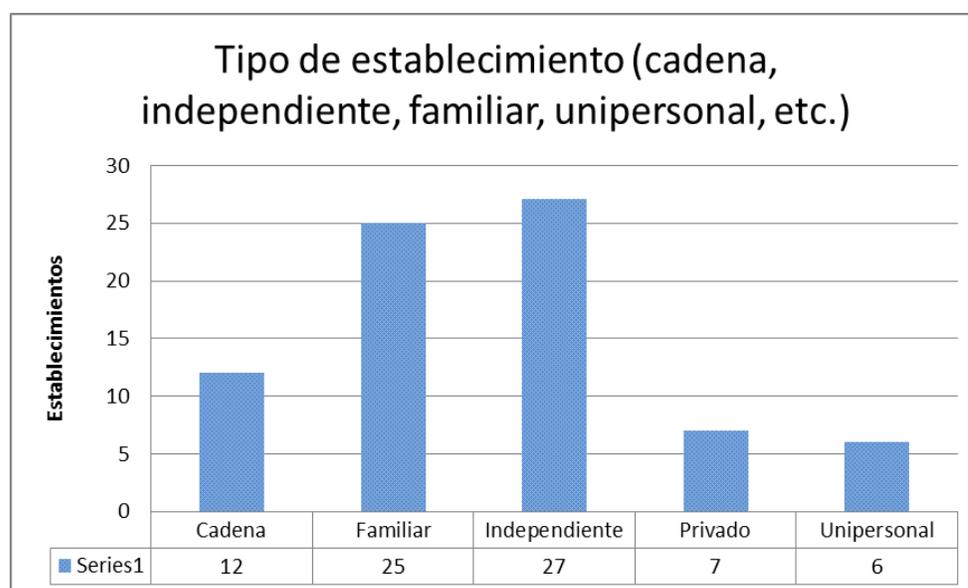
Fuente: Elaboración propia.

Se realizó una caracterización de los establecimientos para conocer más información, de los 77 establecimientos encuestados se observa que la mayoría de ellos son de

carácter nacional (72), se encuentran (2) de tipo internacional, (2) nacional e internacional y por último (1) de tipo local, así como se muestra en el gráfico 1.

## Gráfico 2.

*Tipo de establecimiento (Cadena, independiente, familiar, unipersonal y privado)*

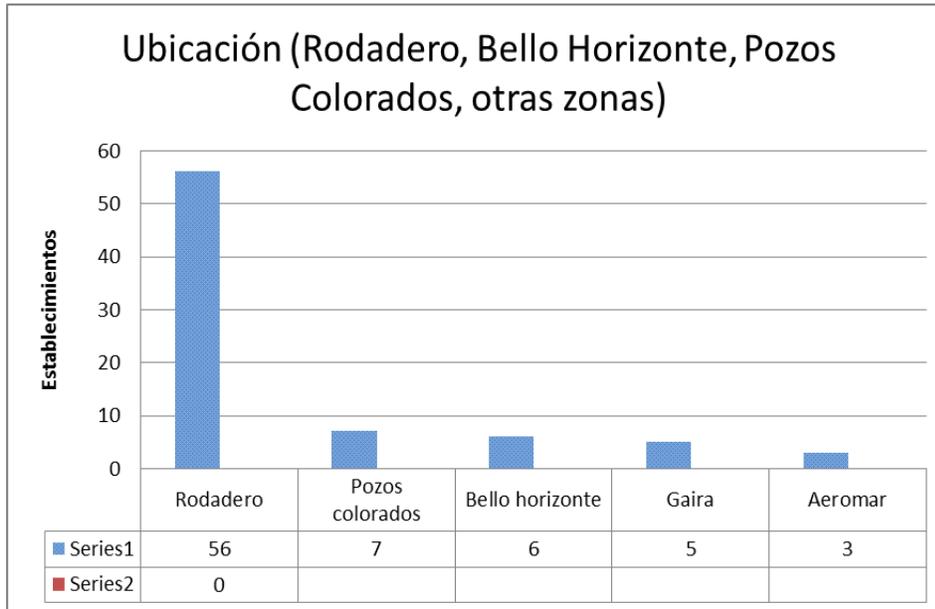


Fuente: Elaboración propia.

También, la mayoría de los empresarios encuestados afirmaron que tienen establecimientos de tipo independiente (27), de la misma manera un gran número (25) establecimientos dijeron que es de tipo familiar, (12) de cadena, (7) privado y por último unipersonal (6), como se observa en el gráfico 2.

### Gráfico 3.

*Ubicación (Rodadero, Bello Horizonte, Pozos Colorados, Gaira y Aeromar).*



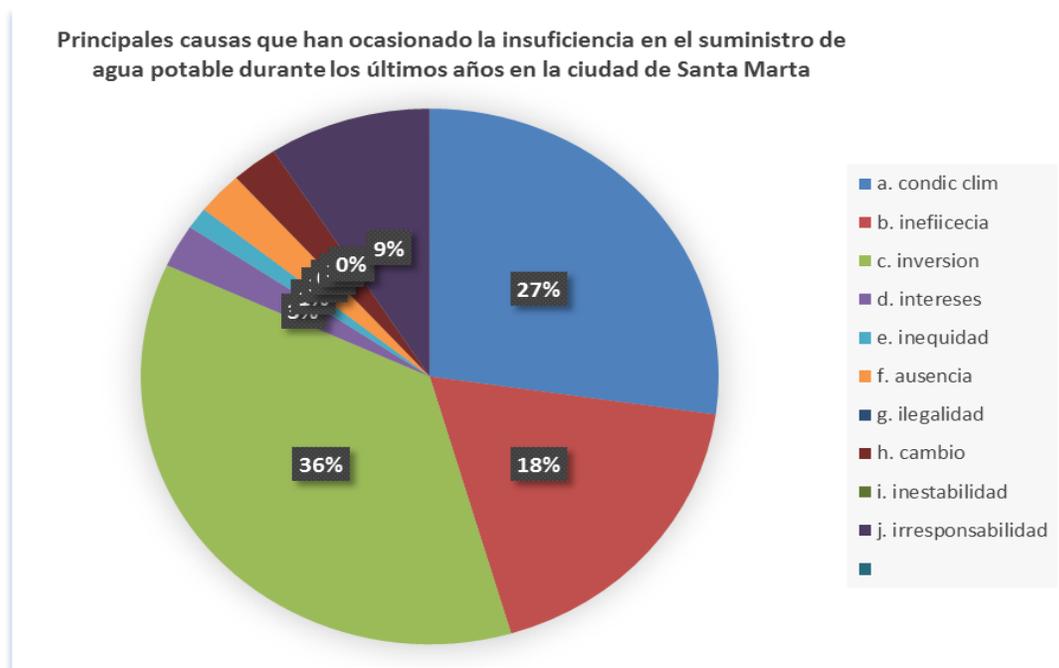
Fuente: Elaboración propia.

Igualmente, la zona turística donde se realizaron más encuestas de empresarios fue en el sector del Rodadero con (56), seguido por Pozos colorados con (7) establecimientos, Bello horizonte con (6), Gaira (5) y Aeromar con (3), como se ve en el gráfico 3.

Congruente con la información relacionada de los resultados, respondiendo al objetivo del presente capítulo y en la búsqueda de resolver la inquietud de la encuesta aplicada de la percepción referente a las causas se tiene los siguientes resultados.

#### Gráfico 4.

*Principales causas que han ocasionado la insuficiencia en el suministro de agua potable durante los últimos años en la ciudad de Santa Marta.*



Fuente: Elaboración propia.

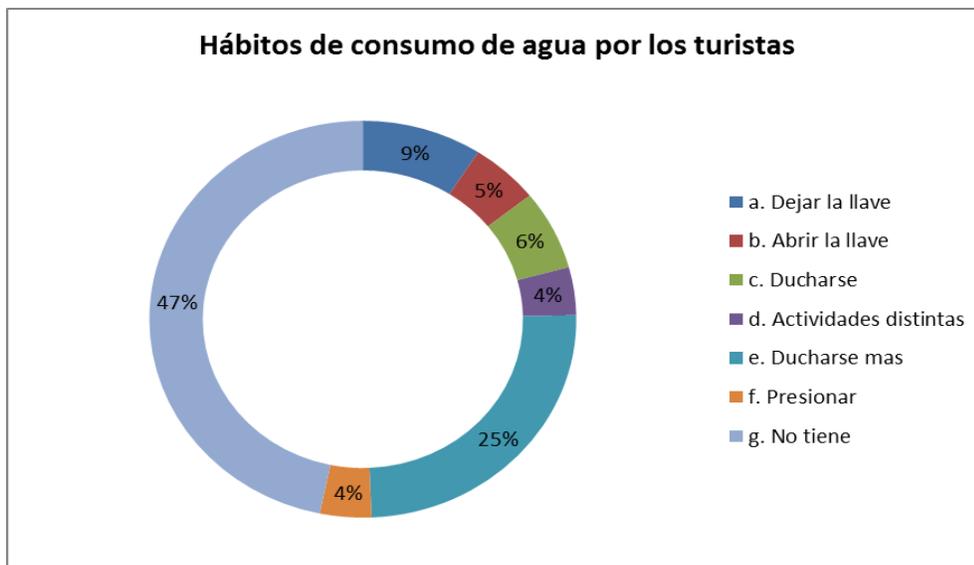
Según los resultados obtenidos por medio de estos instrumentos de recolección seleccionados, se puede afirmar que la mayoría de empresarios participantes coincidieron en que una de las principales causas que han ocasionado la insuficiencia en el suministro de agua potable durante los últimos años en la ciudad de Santa Marta es **la falta de inversión del Estado en las redes de acueducto** con un (36%) en las respuestas, seguida por **las Condiciones climáticas (sequía, cambio climático, calentamiento global, fenómeno del niño, etc.)** con (27%), y por último se puede mencionar también **la ineficiencia de la empresa encargada de la prestación del servicio** con (18%), por lo tanto se puede decir que para este capítulo se identificaron que estas razones afectan el suministro de agua en la ciudad y por lo tanto a las empresas del sector, como se puede apreciar en el gráfico 4.

A su vez, unas preguntas de la encuesta a turistas responden a ese contraste de la percepción del turista con respecto al servicio del agua, relacionando su contribución al

consumo del agua, y a sabiendas que muy pocos conocían la problemática existente al momento de realizar la encuesta.

### Gráfico 5.

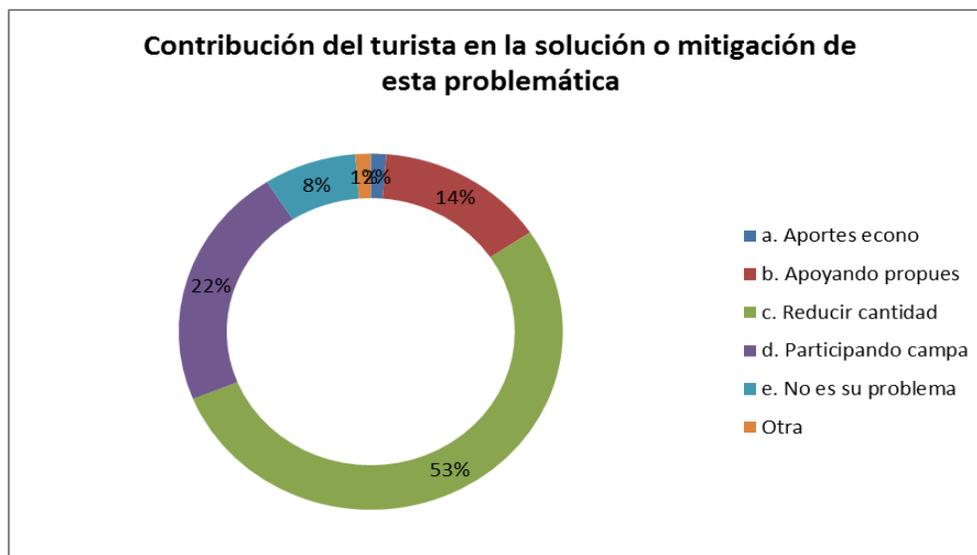
*Hábitos de consumo de agua por los turistas*



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 6.**

*Contribución del turista en la solución o mitigación de esta problemática*



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, si se quiere saber si los turistas contribuyen con malos hábitos de consumo de agua, potencializando la problemática desabastecimiento de agua en la ciudad, se podría decir que sí, teniendo en cuenta las respuestas dadas por ellos mismos se identificó que a pesar de que la mayoría (47%) dijo no tener ningún hábito de gasto de agua, el (25%) de los turistas que respondieron esta encuesta señalaron que sí tienen malos hábitos referente al ahorro de agua, como es ducharse más de 3 veces al día durante su estancia en el destino, pero según percepciones de los participantes está claro que aun siendo este porcentaje más bajo, si influye en el gasto y ahorro de agua del destino, como se ve en el gráfico 5. Pese a esto, el (53%) de ellos manifiesta que estaría dispuesto a reducir la cantidad de agua que consume en su visita a la ciudad, como se observa en el gráfico 6.

Además, en la literatura encontrada se apoya esta afirmación, “los turistas influyen demasiado en la escasez de agua de los destinos. Los turistas tienen un enfoque “placentero” para la ducha o el baño y, en general, utilizan más agua de la que normalmente utilizarían” (Gössling et al., 2012c, p. 9).

## ▪ Conclusiones

La percepción obtenida de la aplicación de la encuesta y que apuntan a los resultados de este capítulo indican que para que la situación del suministro de agua mejore se debe tener principalmente una empresa de acueducto que preste un servicio óptimo, de igual modo, es importante que el estado invierta en infraestructura para mejorar las redes de distribución del acueducto y se pueda abastecer a toda la población del distrito de Santa Marta. Además, de crear conciencia en los turistas que visitan la ciudad acerca del ahorro de agua en el destino.

En evidencia del alcance de los resultados se debe considerar de manera apremiante el cotejo de los hallazgos con investigaciones similares realizadas por otros autores con el fin de identificar el enfoque investigativo y académico para desarrollar estrategias en conjunto que apunten directamente a la solución de la problemática.

Finalmente, el conocimiento obtenido a través del trabajo realizado para recolectar la información es un logro académico, en el que se desarrollaron competencias investigativas importantes.

## ▪ Discusión

A través de los resultados expuestos anteriormente se conocieron las principales causas que ocasionan la insuficiencia en el suministro de agua potable en las empresas turísticas de Santa Marta, de allí se pueden decir varias cosas, es innegable que la dejadez por parte de los involucrados en la gestión del agua en la ciudad ha aumentado de alguna manera la problemática existente, las encuestas realizadas indica que el factor clima contribuye al desabastecimiento del agua, pero también según algunas fuentes secundarias esta no es lo la causa principal pero si ha contribuido a la crisis actual, debido a que en tiempos de sequías los niveles de los ríos bajan siendo aún menor el fluido de agua hacia las diferentes zonas o barrios de la ciudad, como afirmo RCN radio (2019) los caudales de los ríos que alimentan las plantas de distribución de agua potable han disminuido de gran manera debido a

---

condiciones climáticas como la sequía o falta de lluvias, lo que genera la escasez del recurso en los hogares samarios. Sin embargo el mayor problema está representado en la infraestructura insuficiente, las redes de distribución del líquido a toda la ciudad son ineficaces, ya que de acuerdo a algunos reportajes de prensa y radio donde se afirma que el problema de Santa Marta parte tanto de la falta de planeación, de gestión y de compromiso de empresas de acueducto encargadas como de los entes gubernamentales que han pasado por la administración y que no tuvieron en cuenta en la planeación el crecimiento de la población entre otros factores, como dijo la Universidad de los Andes (2016, párr. 4) “de acuerdo con Juan Guillermo Saldarriaga, líder del proyecto en Los Andes, el problema no era de abastecimiento dado que múltiples fuentes hídricas rodean a Santa Marta- sino de infraestructura y planeación”, como también afirma que las fuentes de agua actuales no son suficientes comparado con el crecimiento poblacional. Polo (2016) dijo que la crisis del agua existente en Santa Marta no es actual si no que lleva más de 30 años, y que esto es debido a la falta de visión con respecto al crecimiento poblacional, a la afluencia de turistas, los problemas causados por el clima y la mercantilización de este preciado líquido por las empresas privadas, termina en la conclusión que hay crisis en la gestión del recurso. De la misma manera el tiempo (2020) manifestó que Santa Marta no le son suficientes los caudales de los ríos Piedras, Manzanares y Gaira con los que se suministra el agua actualmente hacia la ciudad y que el agua aquí no es una obviedad si no una pena, hay muchas conexiones y pozos ilegales, como también el agua que brinda la alcaldía a los barrios de la ciudad es de mala calidad algo afirmado por uno de los habitantes. Del mismo modo la página web Tierra Grata (2020) manifiesta que el agua en Santa Marta ha dejado de llegar, tarda días o semanas en llegar a los barrios de la ciudad, según uno de sus habitantes el agua llega cada 15 días, a pesar de los cambios de Alcaldía y administraciones aún no han resuelto el problema y cada año es igual, pasando penurias tratando de obtener por lo menos una pequeña cantidad de agua, es una realidad que también viven las empresas del sector turístico de Santa Marta.

De acuerdo con lo anterior, se conoce que en la ciudad hay diferentes Ríos a parte de los ya utilizados, que pueden suplir la demanda actual de la ciudad y acabar por fin con esta problemática, Caracol Radio (2021) afirma que el proyecto de construcción de la planta en el Curval terminara con el actual problema que aqueja

toda la ciudad, este es un acuerdo entre una filial empresarial, la Alcaldía de Santa Marta junto con la gobernación del Magdalena, donde se llevará agua desde otros ríos alrededor de la ciudad y que serán suficiente para solucionar definitivamente el desabastecimiento de agua en Santa Marta.

## 2. Capítulo 2

### **IDENTIFICAR LOS EFECTOS OCASIONADOS A LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE SANTA MARTA D.T.C.H. POR LA INSUFICIENCIA EN EL SUMINISTRO DE AGUA POTABLE EN MATERIA ECONÓMICA.**

#### 2.1 Introducción

La insuficiencia de agua potable en las empresas turísticas de Santa Marta ocasiona efectos que las puede afectar de diferentes formas, como por ejemplo el deterioro de su imagen, disminución de la satisfacción de los clientes, menor eficiencia en los procesos operativos, entre otros, pero en este capítulo se describen principalmente los efectos económicos que pueden suceder a raíz de esta problemática.

En Santa Marta las organizaciones turísticas presentan varios desafíos que impactan en su operación como lo es el mal estado de las vías de acceso, inseguridad y en este caso falta de agua en la ciudad, problema que afecta a un gran porcentaje de establecimientos dedicados a esta actividad. A su vez, estos desafíos impactan sobre todo en la economía de la empresa, y el problema con el desabastecimiento de agua no es la excepción, por ello se exponen los efectos que ocasiona este inconveniente en los establecimientos hoteleros y turísticos con el fin de brindar material útil tanto para las organizaciones como para futuras investigaciones.

El tema del agua es un aspecto fundamental para la supervivencia de los seres humanos ya que todas las actividades cotidianas que se realizan requieren del uso de este vital líquido. Incluso, para las actividades económicas se necesita de agua. (Ruiz, Amador, 2018, p. 10)

Entonces, la escasez de agua es una gran dificultad para la industria turística (Rico-Amoros et al. 2009; Gössling et al. 2012d) como se citó en (Martínez, 2015).

Así mismo, la percepción social del agua como producto de primera necesidad, derivada de su carácter imprescindible en la vida doméstica y en la actividad económica de las áreas urbanas, tanto en el sector industrial como en el sector de servicios, requiere una consideración especial. Este carácter imprescindible del agua quizás explica que a

menudo se exija, en la medida en que sea posible, como servicio público y gratuito, y que haya postulados a favor de un "derecho" al agua. (Serra, 2009, p.189)

Al mismo tiempo, en la planificación del agua se debe buscar mantener un equilibrio a largo plazo entre la oferta y la demanda de tal manera que las necesidades y aspiraciones de la economía y la sociedad se satisfagan sin daños graves al medio ambiente ni a las fuentes de suministro (Morris & Dickinson, 1987; Smith, 1997; Holden, 2000; Roberts, 2002).

### **2.2.1 Objetivos**

El objetivo de este segundo capítulo es describir los efectos económicos ocasionados a las empresas turísticas de Santa Marta – Colombia por la insuficiencia en el suministro de agua potable, en donde se detalla cómo se ven afectados financieramente los establecimientos turísticos.

De igual manera, para poder identificar y describir las consecuencias económicas causadas por la problemática mencionada, se tuvieron en cuenta algunos aspectos como las respuestas de los empresarios a preguntas formuladas con la intención de hallar algunos efectos percibidos por ellos mismos, como también de los turistas que visitaron la ciudad, adicionalmente el apoyo de fuentes secundarias que son primordiales para el análisis de la investigación.

### **2.2.2 Marco de referencia**

El sector turístico aporta en gran manera a la economía mundial, por eso es importante identificar impactos que afecten a las empresas de este sector, con el fin de poder solucionarlo de la mejor manera posible sin causar impactos negativos al destino, en este sentido se quiere conocer cuáles son los efectos económicos causados a las organizaciones turísticas por el suministro insuficiente del agua potable, con ayuda de literatura existente, teniendo en cuenta el tema principal de la relación del turismo y el agua.

El turismo mundial ha presentado un crecimiento constante durante las últimas seis décadas y es uno de los sectores económicos más grandes del mundo con un valor estimado de US \$ 1245 millones (OMT, 2015) como se citó en (Lavanchy, 2017d), es una de las industrias que más aporta a la economía mundial, así mismo en Santa Marta el turismo contribuye mucho a la economía, ya que siendo un destino con vocación turística está claro que la mayoría de las actividades están enfocadas al sector hotelero y turístico. Aun así, es evidente que la gestión ineficiente del agua puede aumentar las posibilidades de crisis de suministro de agua en los destinos turísticos, especialmente en situaciones climáticas desfavorables. Estas crisis pueden resultar en pérdidas económicas para el complejo turístico (MED WS&D WG 2007 ; Barceló y Sabater 2010 ; Tourism Research Australia (TRA) 2010 ), como resultado de caídas sustanciales en el número de turistas que visitan un destino (Kent et al. 2002 ; Tourism Research Australia (TRA) 2010) y estancias más cortas (Tourism Research Australia (TRA) 2010 ), y también puede disuadir al turista de regresar al destino a corto plazo (Tourism Research Australia (TRA) 2010 ) citados por (Martínez, 2015, p.488) como se menciona anteriormente la mala gestión de los recursos hídricos hacen que se presente aún más dificultades con el agua, de la misma forma pasa en Santa Marta, ya que es un destino donde surgen problemas climáticos como las sequías que afectan el suministro de agua y en los que se debe buscar soluciones asertivas a estos obstáculos, debido a que la falta de este líquido importante crea pérdidas significativas en las finanzas de las empresas turísticas.

“De hecho, es un desafío para las organizaciones turísticas encontrar soluciones inteligentes para superar el dilema de reducir los costos financieros sin comprometer la maximización del bienestar de la demanda y minimizar la calidad del servicio brindado” (Dos Santos, López, 2019, p. 251), como sucede en Santa Marta la mayoría de veces no se pueden reducir los costos, si no que al contrario pueden caer en pérdidas económicas para las empresas debido a que para prestar un servicio de calidad y suministrar agua potable a sus clientes deben recurrir a gastos para adquirir el preciado líquido y satisfacer esa necesidad básica.

Así, el turismo es conocido como una actividad económica, pero con visión socioambiental. Según Sinclair y Stabler (2009), el turismo depende en gran parte de los recursos ambientales, ya sea artificial o natural con fines de incremento de ingresos y mercantilización. Como se citó en (Dos Santos, López, 2019), el agua en este caso hace

parte de los recursos naturales del cual depende el turismo para su actividad y así poder obtener beneficios económicos de su actividad, “por tanto, se corre el riesgo de afirmar que la cantidad total de agua utilizada es un condicionante para el desarrollo económico y el bienestar social del territorio turístico” (Dos Santos, López, 2019, p.p 252 - 253).

Los recursos hídricos pueden ser un factor determinante en la elección de los destinos turísticos, más aún cuando se presentan problemas de falta o mala calidad del agua. (Rico, 2007b), al ser un factor determinante termina siendo indispensable ser un destino de calidad donde no existan carencias, como la falta de un recurso tan importante para la salud y la vida.

Por otro lado, Gössling (2015), afirma que hay ciertos países donde el turismo no solo es la principal actividad económica sino también el factor principal en el uso del agua y donde el sector tiene gran relevancia para la seguridad hídrica y competencia por recursos escasos (p.p 233 – 234), Santa Marta como destino turístico tiene gran dependencia de la industria del turismo para su economía, por tal razón está siendo indispensable darle solución a la problemática actual. Se afirma que “El agua tiene un valor monetario y en todos sus actos debe ser reconocido como un bien económico” (Chebly, 2014) citado por (James y Barrios, 2020, p. 298), si el agua es un bien económico es aquí donde se piensa en crisis del turismo, a raíz de la falta de recursos hídricos y la mala calidad de ellos.

### **2.2.3 Metodología**

Para poder describir los efectos económicos causados por la problemática estudiada, en este capítulo se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, tipo cuestionario con preguntas cerradas debido a que para la investigación era necesario y acorde escoger los establecimientos y zonas donde se haría la recolección de información, de la misma manera que el total de la muestra (establecimientos y turistas seleccionados), se utilizaron fuentes primarias, se diseñaron encuestas como instrumentos de recolección, con el fin de obtener la percepción acerca de las principales causas que originan este conflicto en el destino turístico; las preguntas diseñadas por el

equipo investigador fueron aplicadas a los empresarios y turistas o visitantes en la ciudad de Santa Marta.

En primera instancia, el equipo investigador realizó la encuesta en un documento de Word donde estaban plasmadas las preguntas que se realizarían en dicha encuesta, para hacer más sencillo el diligenciamiento de esta se trasladaron a formularios de Google. Así mismo se inició un contacto y relacionamiento con los establecimientos turísticos (hoteles y restaurantes) que fueron escogidos por el grupo de trabajo, la muestra fue seleccionada y abordada por conveniencia como se explicó anteriormente, los datos fueron obtenidos de una base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Santa Marta, donde se pudo obtener la información de cada uno de los empresarios, como correos electrónicos y teléfonos de las empresas para realizar el proceso; por tema de pandemia debido al virus COVID – 19 y evitando la exposición del equipo investigador se empezó a realizar la aplicación de encuestas vía telefónica y posteriormente se realizaron visitas presenciales

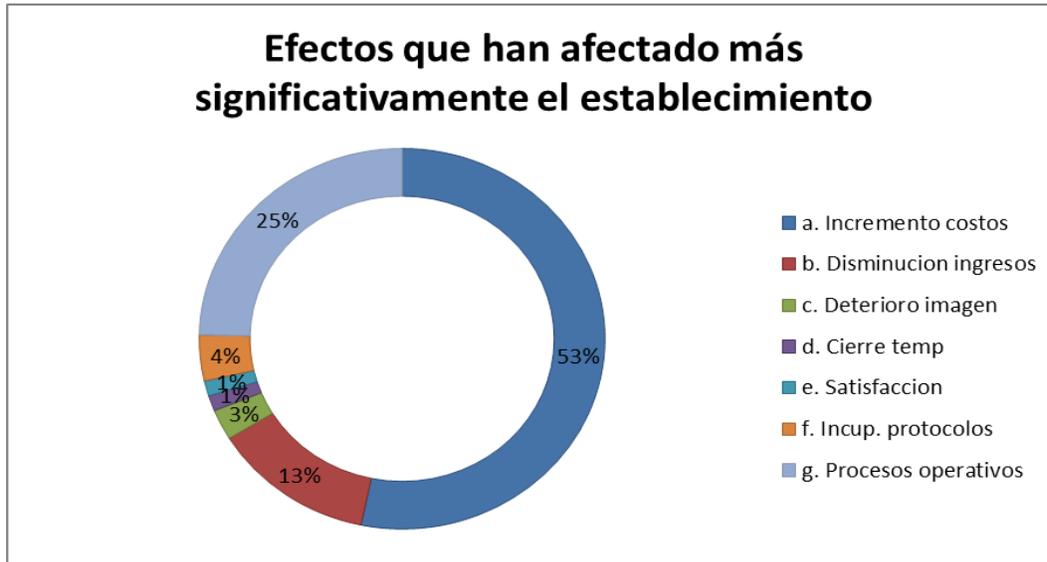
La recolección de información se realizó en las zonas turísticas del Rodadero, Gaira, Pozos colorados, Bello horizonte y Aeromar y se obtuvieron setenta y siete (77) encuestas efectivamente diligenciadas. Así mismo con los visitantes se obtuvieron noventa (90) encuestas diligenciadas, realizadas en el sector del Rodadero.

## ▪ **Resultados**

Congruente con la información relacionada de los resultados, respondiendo al objetivo del presente capítulo y en la búsqueda de resolver la inquietud de la encuesta aplicada de la percepción referente a los efectos económicos se tiene los siguientes resultados.

### Gráfico 1.

*Efectos que han afectado más significativamente el establecimiento*

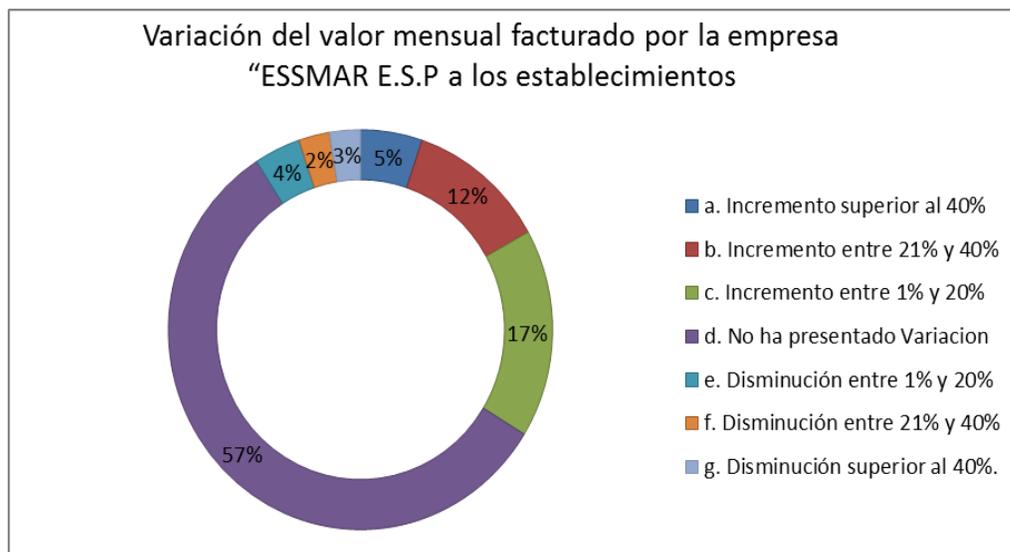


Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta los efectos asociados al presente capítulo referente a los efectos económicos están relacionados en primera instancia con un (53%) al **incremento de los costos operativos de la empresa**, el cual se identificó como principal efecto económico, seguido por **la disminución de los ingresos** con (13%), esto es lo que perciben los empresarios del sector con respecto a la pregunta: ¿en qué aspectos se ha visto afectado más significativamente su establecimiento?, como se observa en el gráfico 1.

**Gráfico 2.**

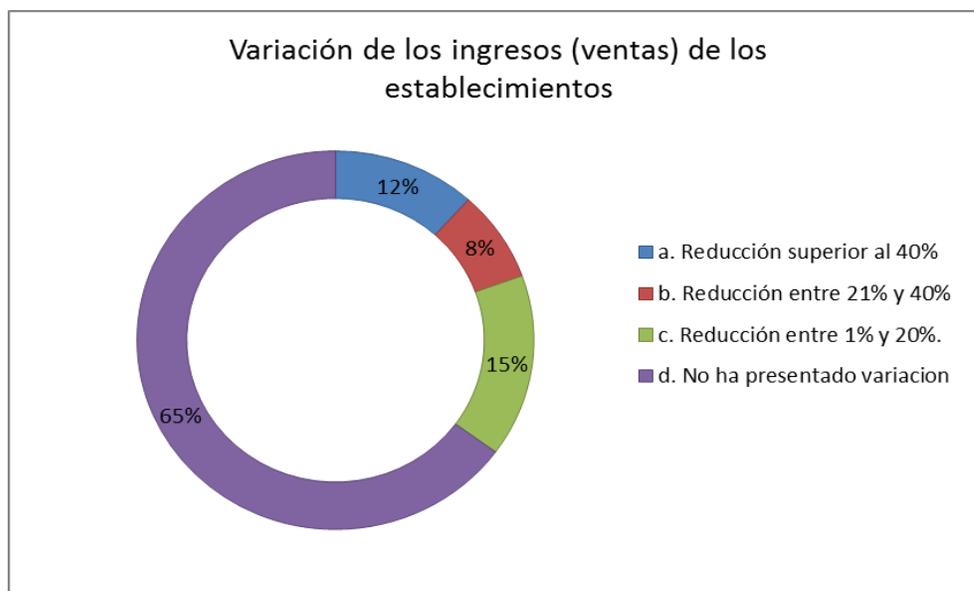
Variación del valor mensual facturado por la empresa “ESSMAR E.S.P” a los establecimientos



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 3.**

Variación de los ingresos (ventas) de los establecimientos

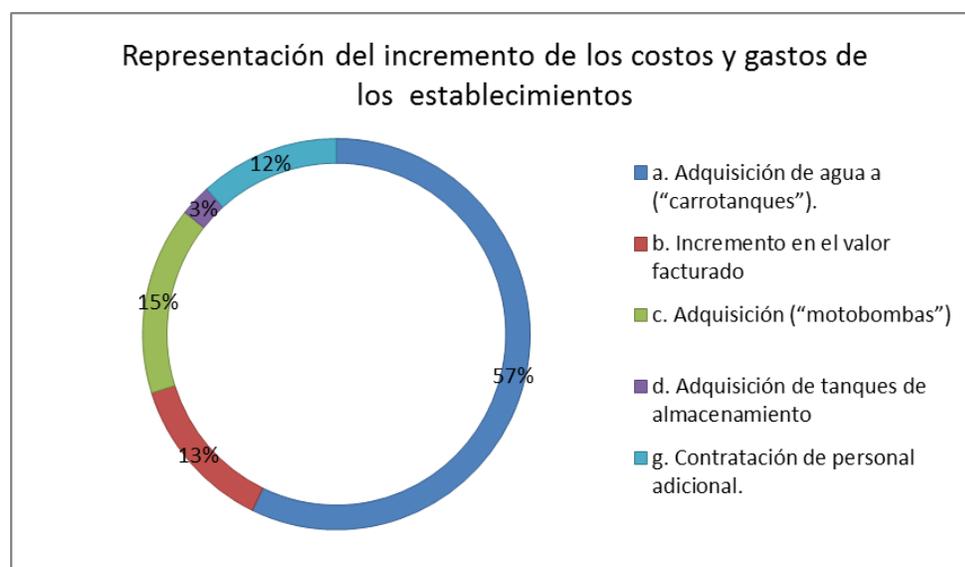


Fuente: Elaboración propia.

Así mismo el (57%) afirmó que el valor facturado por la empresa de servicios ESSMAR E.S.P no presentó variación por esa situación, lo contrario manifestó el (17%) que asegura haber presentado incrementos entre el 1% y el 20%, como se observa en el gráfico 2, lo que indica que a pesar tener un servicio poco constante, el valor cobrado por la empresa de acueducto la mayor parte del tiempo es el mismo, o en algunos casos aumenta su valor. Además, un gran porcentaje de los encuestados (65%) señaló que sus ingresos (ventas) no habían presentado variación, pero el (15%) dice haber tenido reducción entre el 1% y el 20%, lo mismo pasa con el (12%) que afirma presentar reducción de sus ingresos en un porcentaje superior al 40%, así como se puede observar en el gráfico 3.

#### Gráfico 4.

*Representación del incremento de los costos y gastos de los establecimientos*



Fuente: Elaboración propia.

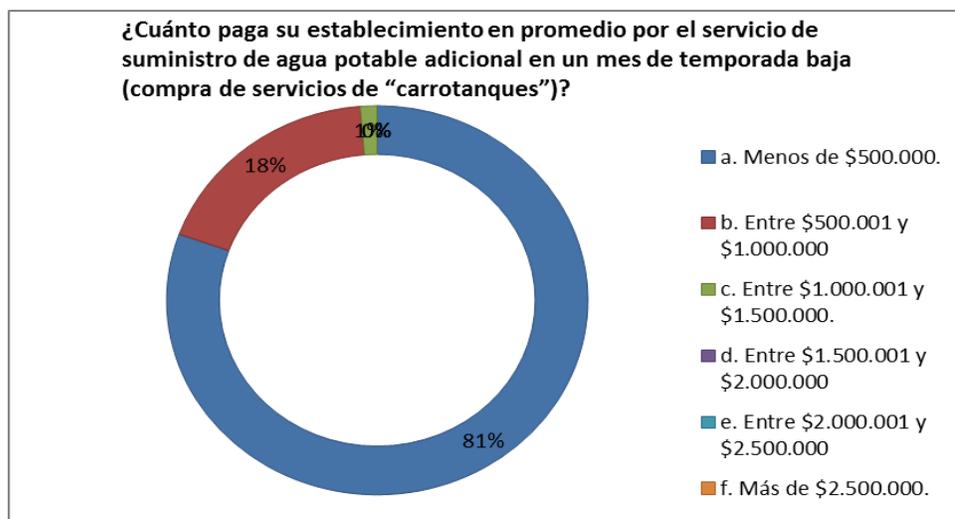
Con respecto a los rubros en los que han evidenciado incrementos en costos y gastos, el (57%) sostiene que la adquisición de agua a vehículos particulares

“carrotanques” ha sido el rubro con mayor representatividad, seguido por la adquisición de equipo de bombeo de agua “motobombas” representada por el (15%) de respuestas obtenidas, como se puede observar en el gráfico 4. Viéndose afectada la economía de los establecimientos turísticos, analizando las respuestas se puede afirmar que sus gastos han incrementado teniendo que ser recursivos comprando agua de “carrotanques” o adquiriendo equipos para poder suministrar agua a sus clientes.

A su vez, unas preguntas de la encuesta a turistas responden a ese contraste de la percepción del turista con respecto al servicio del agua, relacionando su opinión acerca del destino y su inconveniente con el agua, y a sabiendas que muy pocos conocían la problemática existente.

### Gráfico 5.

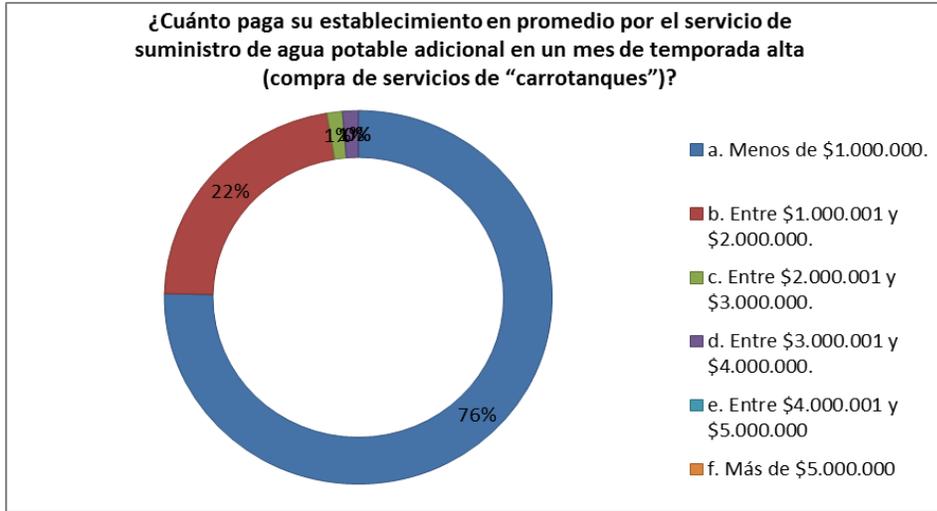
*¿Cuánto paga su establecimiento en promedio por el servicio de suministro de agua potable adicional en un mes de temporada baja (compra de servicios de “carrotanques”)?*



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 6.**

*¿Cuánto paga su establecimiento en promedio por el servicio de suministro de agua potable adicional en un mes de temporada alta (compra de servicios de “carrotanques”)?*

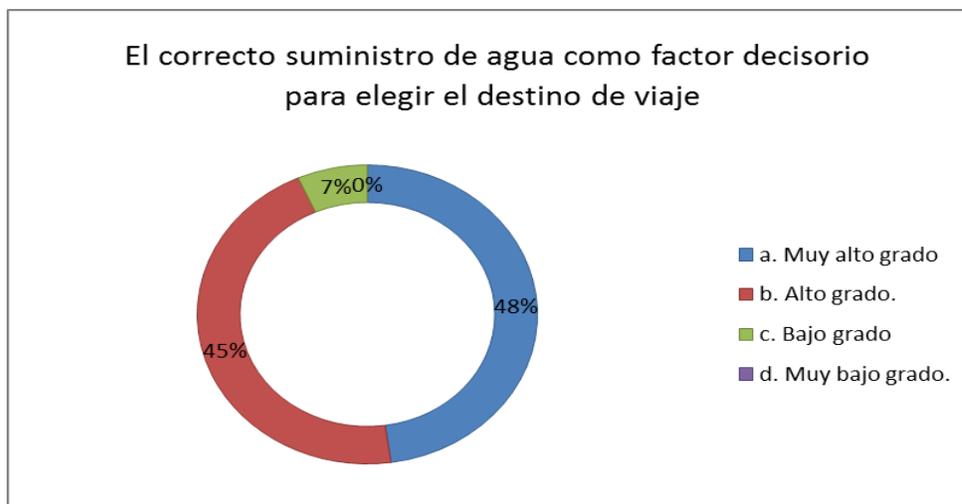


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al valor que pagan los establecimientos turísticos por concepto de compra de carrotanques, en el caso de la temporada baja el (81%) de los encuestados dijo pagar menos de \$500.000 y el (18%) entre \$500.001 y \$1.000.000 como se observa en el gráfico 5, de manera semejante en el caso de la temporada alta el (76%) sostuvo que paga menos de \$1.000.000 y el (22%) entre \$1.000.001 y \$2.000.000 independientemente del tamaño del establecimiento, como se ve en el gráfico 6. De esta manera se puede notar que este rubro es significativo en las empresas turísticas aumentando sus costos y gastos.

**Gráfico 7.**

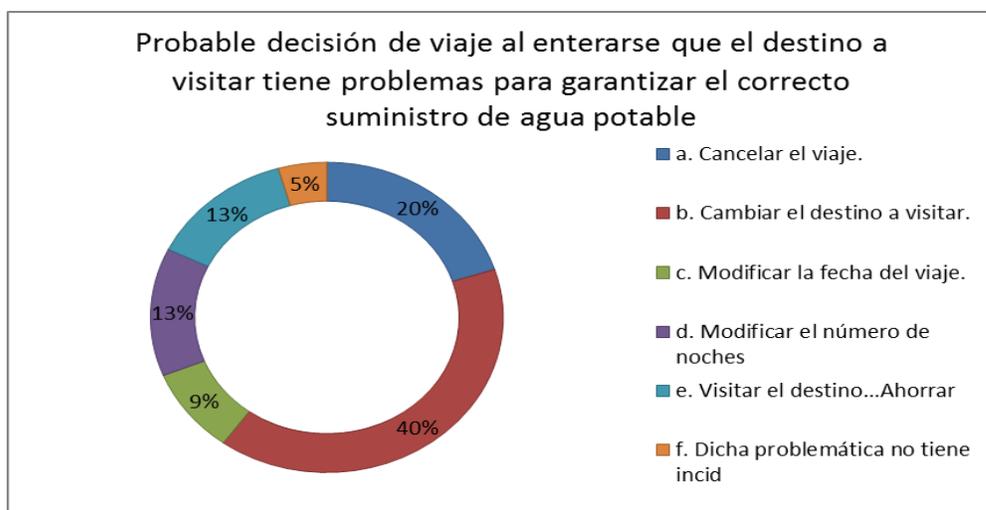
*El correcto suministro de agua como factor decisivo para elegir el destino de viaje*



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 8.**

*Probable decisión de viaje al enterarse que el destino a visitar tiene problemas para garantizar el correcto suministro de agua potable*



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, los turistas manifiestan que el correcto suministro de agua potable si es un factor decisivo a la hora de elegir el destino de viaje, ya que el (48%) afirma que lo es en muy alto grado y el (45%) que en un alto grado (gráfico 7), igualmente se preguntó ¿cuál sería su decisión de viaje si se enteran de que el destino que van a visitar tiene problemas para garantizar el correcto suministro de agua potable? A lo que el (40%) respondió que cambiaría del destino a visitar, seguido por el (20%) que afirma cancelaría el viaje (gráfico 8), se puede inferir entonces que, al tener esta insuficiencia en el suministro de agua en el destino y las empresas del sector, los turistas no querrán visitar la ciudad y por consiguiente afectaría los ingresos que estos visitantes aportarían a la economía del sector turístico de Santa Marta.

## ▪ Conclusiones

Así como se ha dicho anteriormente el turismo es una industria extremadamente importante para la economía mundial, pero a pesar de su importancia debe atravesar por múltiples barreras para obtener beneficios y al mismo tiempo poder ser sostenible en su actividad, de igual modo pasa en la ciudad de Santa Marta que atraviesa por problemas para garantizar el correcto suministro de agua potable en el destino, por esa razón se investigó esta situación donde se analizaron las respuestas de empresarios y turistas, precisamente se pudo determinar a través de sus percepciones cuales fueron los efectos económicos que causa esta problemática.

Entonces en definitiva se deben crear iniciativas que ayuden a hacer frente a este gran inconveniente que afecta el distrito, para poder darle vuelta a los resultados aquí descritos como son: el incremento de costos operativos y disminución de ingresos en las empresas del sector, indiscutiblemente debe haber un cambio en la planeación infraestructura y abastecimiento de este preciado líquido y finalmente la ciudad sea un destino donde exista más razones para querer visitarla.

## ▪ Discusión

Así como se observó en este capítulo la ciudad de Santa Marta y sus empresas turísticas están presentando problemas para garantizar el correcto suministro de agua,

---

cómo se ha visto a lo largo de la investigación, a raíz de estos problemas se han evidenciado consecuencias negativas en su actividad como afectaciones en la economía de los establecimientos dedicados al turismo. El principal efecto identificado en este apartado y desde la percepción de los involucrados fue el incremento de los costos operativos de las empresas, entonces se puede inferir de acuerdo a lo analizado en los resultados anteriormente expuestos, que esto sucede porque las empresas en su compromiso por prestar un servicio de calidad, optan por comprar agua y realizar cualquier gasto necesario para poder suministrar agua a sus clientes, como lo indica Omar García, presidente ejecutivo de Cotelco, capítulo Caribe, manifestó la inquietud del sector por la urgencia. “En la industria hotelera también tenemos inconveniente, tanto así que hoy día tenemos que comprar carrotanques, con el problema de no saber de dónde traen esa agua y esperar mucho tiempo para recibir ese servicio; es una urgencia que le pedimos al distrito de Santa Marta y a Essmar de hacer un plan de contingencia” igualmente dijo la directora ejecutiva de Fenalco Santa Marta, Angélica Silva, expresó la preocupación del gremio empresarial de la ciudad. “El sector formal y organizado manifestamos nuestra preocupación frente a la problemática de agua que tiene en este momento la ciudad, que es una realidad visible; lo que hacemos es un llamado muy respetuoso a la autoridad para que se puedan dar las garantías y una asesoría clara a los empresarios, sobre qué medidas pueden tomar para el abastecimiento del agua” (RCN radio, 2019, párr.10 -11).

De la misma manera RCN radio (2019) afirma que el problema de desabastecimiento de agua en Santa Marta es insostenible, los habitantes de la ciudad afirman que deben pagar adicional al recibo facturado por concepto de acueducto (que según ellos llega sin falta) para comprar agua de mala calidad y así poder abastecer sus necesidades básicas. Esta probablemente es la problemática más destacada en materia de insatisfacción en los ciudadanos y en las empresas turísticas de Santa Marta, quienes están siendo gravemente afectados por la falta de este recurso. Además, otro de los ciudadanos afirmo que no aguanta más la crisis, cuestiona el hecho de que se cambió la empresa de acueducto sin solucionar el problema y que al contrario los cobros por servicio de acueducto han incrementado (RCN radio, 2018). Lo que sugiere es lo que arrojaron los resultados, los empresarios de la industria turística afirmaron tener los mismos cobros a pesar de no recibir el servicio con regularidad, además de incrementos en el valor facturado por la empresa de acueducto.

Tal como se dijo anteriormente y como muestra otro de los resultados arrojados por las encuestas realizadas, en los distintos barrios de Santa Marta sus habitantes han optado por comprar carrotanques y gastar más dinero ya que de igual manera les sigue llegando recibo de la empresa de acueducto, los establecimientos turísticos de la ciudad también han tenido que hacer lo mismo siendo uno de los rubros más representativos en su incremento de costos y gastos, de igual manera adquirir equipo de bombeo de agua, entre otros rubros, como indica Hoy diario del magdalena (2019), la venta de tanques de almacenamiento, motobombas, mangueras y otros elementos se ha disparado ya que los Samarios buscan alternativas para poder recolectar agua de alguna manera, destaca que la compra de motobombas ha incrementado significativamente, asimismo indica que son varios los establecimientos, edificios y todo tipo de negocios que se han visto en la necesidad de comprar carrotanques para abastecerse tras la crisis de agua existente.

## **3. Capítulo 3**

**DETERMINAR COMO LA PROBLEMÁTICA EN RELACIÓN CON EL  
DESABASTECIMIENTO DE AGUA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE SANTA  
MARTA D.T.C.H. HA TENIDO EFECTOS EN LA IMAGEN DEL DESTINO.**

### **3.1 Introducción**

Las empresas del sector turístico de Santa Marta están presentando afectaciones en el suministro de agua potable, debido a problemas presentados en la ciudad y que han sido mencionados en apartados anteriores, por esta razón en este capítulo se pretende realizar un diagnóstico acerca de las consecuencias que esta problemática del destino ha causado tanto en la imagen de estas empresas turísticas, como en la implementación de sus estrategias promocionales.

De la misma manera se dará una explicación de cada consecuencia encontrada para tener un conocimiento más amplio y poder dar paso a la planeación de estrategias con el fin de mitigar la problemática existente.

En cualquier caso, se conoce que si existe desabastecimiento de agua en los destinos turísticos, se verán perjudicados en muchos aspectos importantes como afectaciones a su economía, disminución de los índices de satisfacción, deterioro la imagen, entre otros, y con ellos la disminución de visitantes hacia el lugar.

Hall y Murphy, (2010) citado por Gabarda et al. (2015) afirmaron que las limitaciones en el suministro de agua o la falta de la misma pueden dañar la imagen de los destinos turísticos.

Por otra parte, autores afirman que los signos, símbolos e incluso lemas a menudo dan una idea de los valores y las percepciones de ciertos grupos culturales. La industria del turismo global se ha vuelto experta en crear percepciones de ciertos espacios a través del poder del marketing (piense en el eslogan, "lo que sucede en Las Vegas..."), que puede llevar a percepciones y expectativas homogéneas de paisajes particulares (Dann, 2000, Pike, 2004) como se citó en (Lavanchy, 2017e, p. 40). Esto es importante para el destino, pero siendo áreas costeras al promocionarlas de cierta manera se asume

que habrá abundancia de agua y de recursos naturales, aun presentando carencias, entonces se deben tomar medidas donde no se vea dañada la percepción de los visitantes a través del marketing y otras estrategias.

### **3.3.1 Objetivos**

En este tercer capítulo se aborda el tema de la imagen y estrategias promocionales del destino en cuestión, lo que se busca en este apartado es realizar un diagnóstico evaluando las consecuencias que ocasiona esta problemática.

Del mismo modo poder conocer cuáles son los retos del sector en materia de promoción turística y como puede mejorar su imagen a través de progresos en las problemáticas existentes.

### **3.3.2 Marco de referencia**

Existen diversos autores que se refieren a la imagen y marketing de los destinos y sus empresas turísticas a raíz de problemas relacionados con el agua, por esta razón aquí se exponen algunos de ellos.

(Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza, Saura y García, 2002; Pike, 2007), como se citó en Da Silva, Dos Anjos y De Lima (2016a) dijeron que la imagen es uno de los elementos principales a la hora de tomar la decisión y de escoger el destino turístico, realmente para los destinos es imprescindible tener una buena imagen y una buena estrategia de marketing para sobresalir y poder tener afluencia de turistas que aportaran a su crecimiento económico y otros beneficios obtenidos a través de los visitantes.

De forma similar el autor Lehmann (2008) menciona que:

“El éxito continuo como destino turístico se basa en la capacidad de garantizar que la infraestructura hídrica proporcione la cantidad adecuada de agua con la calidad adecuada”, como se ha observado el no tener un correcto suministro de agua termina afectado de muchas maneras a los destinos, entonces se asegura ser un destino exitoso en el medio turístico si se posee recursos hídricos suficientes. Del mismo modo se afirma

---

que, “una de las principales claves del éxito radica en el desarrollo de una imagen positiva, fuerte y diferenciadora de la marca destino en sus mercados de referencia” (Gartner, 1993; Baloglu y McCleary, 1999b) citados por (San Martín & Rodríguez, 2010, p. 39), el posicionar la imagen de los destinos ante los potenciales visitantes es importante para garantizar el triunfo como destino turístico, en Santa Marta poder contar con todos los servicios que necesitan los turistas en su visita es primordial, entonces se hace necesario poder solucionar el inconveniente que aqueja al destino y a sus empresas y poder aumentar la buena imagen ante los turistas.

Así “una adecuada gestión de las percepciones o imágenes que un turista potencial puede tener sobre un destino contribuye a crear un posicionamiento diferente” (Stepchenkova y Morrison, 2008) como se citó en (Gomez, García & Molina, 2013, p. 167), si la imagen que tiene un turista sobre un destino es pésima debido a su conocimiento anticipado de las carencias de ese destino, no querrá visitarlo y al contrario será un voz a voz de desprestigio del destino, por el contrario si a pesar de algunas limitaciones de este, las campañas de promoción turística influye en la percepción de los visitantes de forma positiva crearan expectativa y por ende será un nuevo turista hacia el lugar que beneficiara su posicionamiento. Es más, Da Silva, Dos Anjos y De Lima (2016b) afirma que la imagen de los destinos crea expectativas en las personas y esto puede influir en cómo ellas valoran el destino, lo que puede significar un fracaso o éxito del mismo.

También, (Echtner & Ritchie, 1991; Gallarza, Saura & Garcia, 2002) citado por (Da Silva, Dos Anjos y De Lima, 2016c) dice que se entiende la importancia que tiene la imagen de los destinos turísticos, ya que esta puede afectar la percepción de los visitantes, y por ende influir en la elección de los lugares a visitar, así como se mencionó anteriormente se afirma que la percepción que tienen los turistas es lo más importante, en ese sentido la imagen que ofrece el destino ante ellos debe ser positiva y crear deseo de querer tener experiencias en ese destino turístico.

A su vez, expreso Da Silva, Dos Anjos y De Lima (2016d):

“La formación de la imagen de un destino se entiende por la composición de todos los conocimientos (aspectos funcionales) y emociones (aspectos afectivos), que un individuo o un grupo tiene sobre un lugar determinado” (p. 311). Entonces está claro que garantizar

la calidad en los servicios que ofrecen los destinos turísticos debe ser indispensable para poder crear estos conocimientos y emociones de manera conveniente y efectiva a través de la percepción, formando una imagen fuerte y positiva ante los turistas y/o potenciales visitantes, en Santa Marta es importante crear esta percepción por medio de la marca ciudad, promoción turística y ofreciendo servicios de calidad, aquí es donde se entra a analizar la situación del abastecimiento de agua y las consecuencias que han traído para las empresas turísticas de la ciudad, pero que han sabido darle frente para no verse tan afectados en su imagen o prestigio, así como se ve en los resultados de este capítulo.

Dicho esto, se reconoce que el agua es un recurso turístico esencial y de él puede depender el atractivo de un destino. (Eurostat, 2009d).

Asimismo, (Stonich, 1998; World Travel Market, 2007) citado por Stroma Cole, (2014b) indica que la cantidad suficiente de agua y que esta sea segura, asequible y accesible es un derecho fundamental de la humanidad, la cual es importante para la subsistencia y mantenimiento de la vida como también es fundamental para la salud y la felicidad de los turistas. Al mismo tiempo, el autor Stroma Cole, (2014c) menciona con relación a la industria turística, sea establecimientos o destinos, un correcto suministro de agua en cantidad y calidad es primordial para una industria turística prospera.

Incluso como mencionaron Vila, Afsordegan, Agell, Sánchez y Costa (2018) los cambios en la disponibilidad del agua, la calidad o la falta de ella pueden afectar la imagen de los destinos turísticos.

### **3.3.3 Metodología**

Para determinar cuáles son las consecuencias de esta problemática en la imagen y estrategias de promoción del destino, en este capítulo se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, tipo cuestionario con preguntas cerradas debido a que para la investigación era necesario y acorde escoger los establecimientos y zonas donde se haría la recolección de información, de la misma manera que el total de la muestra (establecimientos y turistas seleccionados), se utilizaron fuentes primarias, se diseñaron encuestas como instrumentos de recolección, con el fin de obtener la percepción acerca

de las principales causas que originan este conflicto en el destino turístico; las preguntas diseñadas por el equipo investigador fueron aplicadas a los empresarios y turistas o visitantes en la ciudad de Santa Marta.

En primera instancia, el equipo investigador realizó la encuesta en un documento de Word donde estaban plasmadas las preguntas que se realizarían en dicha encuesta, para hacer más sencillo el diligenciamiento de esta se trasladaron a formularios de Google. Así mismo se inició un contacto y relacionamiento con los establecimientos turísticos (hoteles y restaurantes) que fueron escogidos por el grupo de trabajo, la muestra fue seleccionada y abordada por conveniencia como se explicó anteriormente, los datos fueron obtenidos de una base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Santa Marta, donde se pudo obtener la información de cada uno de los empresarios, como correos electrónicos y teléfonos de las empresas para realizar el proceso; por tema de pandemia debido al virus COVID – 19 y evitando la exposición del equipo investigador se empezó a realizar la aplicación de encuestas vía telefónica y posteriormente se realizaron visitas presenciales

La recolección de información se realizó en las zonas turísticas del Rodadero, Gaira, Pozos colorados, Bello horizonte y Aeromar y se obtuvieron setenta y siete (77) encuestas efectivamente diligenciadas. Así mismo con los visitantes se obtuvieron noventa (90) encuestas diligenciadas, realizadas en el sector del Rodadero.

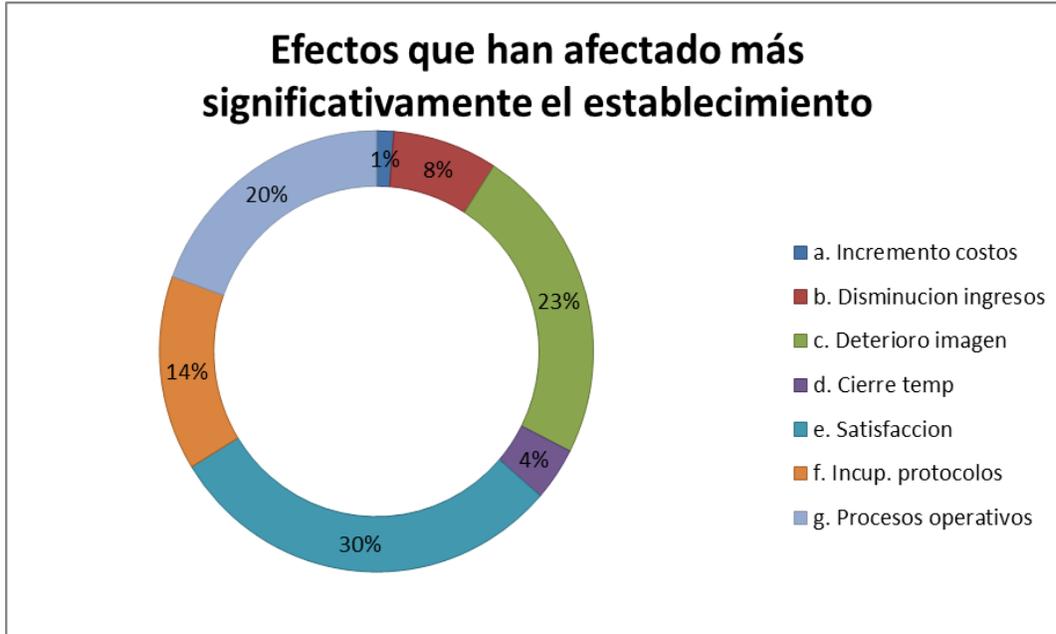
La recolección de información se realizó en las zonas turísticas del Rodadero, Gaira, pozos colorados, bello horizonte y Aeromar y se obtuvieron aproximadamente setenta y siete (77) encuestas efectivamente diligenciadas. Así mismo con los visitantes se obtuvieron aproximadamente noventa (90) encuestas diligenciadas, realizadas en el sector del Rodadero.

## ▪ **Resultados**

Congruente con la información relacionada de los resultados, respondiendo al objetivo del presente capítulo y en la búsqueda de resolver la inquietud de la encuesta aplicada de la percepción referente a las consecuencias en la imagen y estrategias promocionales de las empresas turísticas, se tienen los siguientes resultados.

**Gráfico 1.**

*Efectos que han afectado más significativamente el establecimiento.*



Fuente: Elaboración propia.

Al analizar las respuestas obtenidas de los empresarios del sector y de los turistas que visitaron el destino se puede afirmar que, por un lado los empresarios indicaron que su establecimiento se ha visto afectado en aspectos como en **la disminución en los índices de satisfacción y el deterioro de la imagen de su establecimiento**, aquí están descritos por grado de afectación del 1 al 7, siendo el 7 la de mayor efecto y 1 la de menor, en este caso los empresarios le dieron un grado de afectación de 5 en ambos, en ese orden de ideas se puede decir que ellos perciben que si están siendo altamente afectados en este sentido, con un (30%) de respuestas sobre la disminución de la satisfacción y un (23%) de respuestas sobre el deterioro de la imagen respectivamente, como se observa en el gráfico 1.

## Gráfico 2.

*Fallas en el servicio de suministro de agua potable en el establecimiento en el que se ha alojado o en el que ha degustado.*



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los turistas un gran porcentaje (78%) de los turistas encuestados afirmaron que durante su estadía en establecimientos turísticos de la ciudad el servicio no presentó fallas como se observa en el gráfico 2; aun así esto hace pensar que la percepción de los turistas está lejos de la realidad vivida en Santa Marta con respecto al suministro de agua, se puede deducir que posiblemente esto se debe a que las empresas del sector turístico tienen estrategias internas para que los clientes o turistas no se percaten de esta problemática ya que a través de la percepción de los habitantes conocida por medio de fuentes secundarias. se conoce que si existen inconvenientes para garantizar el correcto suministro de agua en el destino.

## ■ Conclusiones

Así como se evidencia a lo largo del capítulo, se puede afirmar que a pesar de que la falta de agua en los destinos y en las empresas turísticas puede afectar significativamente la imagen de estos y que los empresarios de la ciudad indicaron que, si se ven afectados por esta, la mayoría de los visitantes de Santa Marta indican que ellos

no perciben esta problemática en la ciudad o por lo menos en sus establecimientos turísticos.

A su vez, las estrategias promocionales pueden ser importantes a la hora de persuadir al turista potencial, por tanto, la ciudad tiene una imagen favorable pese a estos inconvenientes existentes.

## ▪ **Discusión**

De acuerdo a los resultados examinados anteriormente y a través de la percepción de los encuestados se puede afirmar con respecto a los empresarios del sector, que coinciden sus respuestas con la información que se percibe de la problemática analizada, es decir, ellos mencionan que este desabastecimiento de agua si afecta la imagen de sus establecimientos y presentan también disminución de la satisfacción de sus clientes, sin embargo, el tema se centra en la falta de percepción de los turistas a cerca de los problemas de suministro de agua en la ciudad, ya que por medio de las preguntas realizadas, ellos no reconocen inconveniente alguno relacionado a este, lo que no es del todo cierto debido a la constante intermitencia y falta del recurso hídrico. Según el tiempo (2020) en Santa Marta existe una constante crisis debido al suministro de agua y a eso se le suma la actual preocupación por el mal estado con el que llega el líquido a los hogares Samarios. No es solo algo que afecta los habitantes de la ciudad sino también sus establecimientos comerciales y turísticos. Asimismo, según Caracol radio (2019) La ciudad en temporada alta se ve más afectada por disminución en los caudales de los ríos que surten el sistema de acueducto, como por ejemplo en semana Santa, lo que causa escasez del recurso, en este sentido las zonas con mayor afectación son las turísticas como el centro histórico y el Rodadero.

Lo anterior significa entonces que las empresas turísticas de la ciudad realizan esfuerzos para mantener constantemente agua potable, ya que no es un secreto para muchos que la mayoría de los establecimientos se ven obligados a buscar soluciones para este problema en el destino, como la compra de botellones de agua o los famosos

“carrotanques” y la excavación de sus propios pozos de aguas profundas, entre otros, por consiguiente, se percibe y se puede inferir que gracias a esto los turistas que visitan el destino no notan este inconveniente por el que atraviesan las empresas del sector turístico de la ciudad. Según Caracol radio (2021) los habitantes de muchos barrios de Santa Marta han tenido que comprar agua de carrotanques porque llevan muchos días sin agua y sin una solución para este problema, lo que los lleva a gastar de más en compra de estos, como también otros ciudadanos afirman no tener dinero suficiente para comprarlos y les toca pedir a sus vecinos. Esto no es más que un ejemplo de lo que pasa en Santa Marta al respecto.

Ahora bien, los entes gubernamentales o en algunos casos las empresas prestadoras de servicios de acueducto reparten en la ciudad algunos carrotanques para tratar de subsanar la escasez o eso es lo que indica hoy diario del Magdalena (2018) “Para suplir la falta de agua en algunos barrios de Santa Marta la Essmar y Veolia distribuyen carrotanques siguiendo con unos operativos de distribución que es básicamente orientar el líquido de los tanques a cada sector donde no llega” (párr. 23). Igualmente, según W radio (2019) una de las estrategias de la alcaldía en compañía de la empresa Ecopetrol para mitigar la crisis del agua en la ciudad, fue distribuir agua a través de carrotanques para todos los barrios afectados.

Sabiendo que la imagen del destino turístico se ve afectada negativamente por el desabastecimiento de agua potable por la que atraviesa la ciudad de Santa Marta, se hace necesaria la intervención urgente del estado, de los entes gubernamentales e instituciones y demás gremios encargados del manejo de programas y planes de promoción del destino y de la marca ciudad, para destacar la imagen de Santa Marta a través de la mejora de aspectos tan necesarios e importantes para la vida, como son los recursos hídricos. Así como señala caracol radio (2021) la alcaldía de Santa Marta y la gobernación del Magdalena lograron un histórico acuerdo con la empresa Cenit filial de Ecopetrol en el cual se invertirán recursos en el diseño y construcción del nuevo sistema de acueducto con abastecimiento desde el Curval corregimiento de Bonda, que según afirman será la solución al desabastecimiento de agua que se presenta en Santa Marta. Entonces después de conocer la información pertinente a cerca de estos inconvenientes y sus consecuencias se puede decir que, si se hacen realidad los planes proyectados para resolver esta problemática existente, se podrá contrarrestar los efectos de esta, y también evitar que los turistas lleguen a percibir realmente esta calamidad.

## 5. Conclusiones

En el presente trabajo se obtuvieron varios resultados de acuerdo a la metodología utilizada, donde se plasmaron con la intención de llegar a concluir que; las empresas turísticas de Santa Marta no cuentan con un correcto suministro de agua potable; el primer capítulo abarca la identificación de las principales causas que ocasionan la insuficiencia en el suministro de agua potable a las empresas turísticas de la ciudad, en el que se describen cada una de las causas principales que ocasionan este inconveniente del destino. La principal causa identificada fue la falta de inversión del estado en las redes de acueducto como se describió en los resultados del capítulo 1, en estos se encontró que los empresarios en su mayoría percibieron que el gobierno no ha invertido lo suficiente en las redes de distribución del líquido a través de la ciudad, es así como estudios realizados anteriormente afirman que en Santa Marta si hay suficiente agua pero no está bien distribuida y necesita nuevas redes de acueducto que se surtan de otros ríos diferentes a los que se utilizan actualmente y que no dan abasto con la demanda actual, asimismo se analizó en esta investigación; otra de las causas fueron las condiciones climáticas (sequía, cambio climático, calentamiento global, fenómeno del niño, entre otras), también las condiciones climáticas han golpeado fuertemente la ciudad por un lado las fuertes lluvias crean crecientes e inundaciones que afectan a decenas de familias y los dejan sin un techo donde habitar, y por el otro la fuerte sequía que disminuye el caudal de los ríos creando la carencia del agua en los barrios Samarios. De la misma manera sucede con la última causa identificada, la ineficiencia de la empresa encargada de la prestación del servicio, donde por diversas fuentes se conoce que esta afirmación es real y coincide con la percepción de los encuestados, las empresas que han manejado el servicio de acueducto de la ciudad durante los últimos años han prestado un servicio realmente deplorable, ya sea Metroagua, Veolia o la actual empresa Essmar, siempre están en el ojo de huracán debido a sus manejos se puede decir que irresponsables del suministro de agua de la llamada Perla de América, entonces la problemática existente no es más que la suma de estas causas y que deben solucionarse prontamente, como dijeron la Alcaldesa y el Gobernador la solución a este problema está

---

cerca, según ellos debido al acuerdo firmado con la filial de Ecopetrol con la que se proyectó la construcción de nuevas redes de distribución provenientes de otros ríos donde se podrá abastecer a toda la población. Con respecto a los turistas encuestados, la mayoría afirma no tener hábitos de consumo de agua, pero se conoce que estos si afectan el suministro de agua.

Por otro lado, en el segundo capítulo se describen los principales efectos económicos ocasionados a las empresas turísticas de santa marta, donde se encontraron incrementos en los costos operativos y disminución en los ingresos como principales efectos, según la información analizada los empresarios de la ciudad afirman que sus costos y gastos aumentaron debido a este problema del agua, como se encontró también en otra de las preguntas de las encuestas, los rubros en los que se representa el incremento de estos costos y gastos en los establecimientos son la compra de carrotanques y la adquisición de motobombas los más representativos según la percepción de los empresarios encuestados, igualmente se conoce en promedio el valor pagado por ellos para la compra de carrotanques en temporadas bajas es menos de \$500.000 y en altas es de menos de un \$1.000.00, otro de los resultados es la variación del valor mensual facturado por la empresa ESSMAR E.S.P. que indican no presenta variación, como se menciona anteriormente este es uno de los factores que influye en la problemática ya que a pesar de que deja de llegar el agua a los establecimientos, la empresa de acueducto sigue generando cobros mensuales y sin variación alguna, es así como se puede decir que las empresas turísticas de la ciudad si están siendo afectadas por este desabastecimiento de agua en materia económica.

A pesar de eso, en el tercer capítulo los resultados arrojados por las encuestas realizadas indican que la imagen y los índices de satisfacción de las empresas si se ven afectados por la falta del recurso hídrico, debido a que según los empresarios han percibido que estos son los efectos que han afectado más significativamente su establecimiento, sin embargo la mayoría de turistas que visitan el destino dicen no percibir este inconveniente que está afectando el destino, afirmaron que durante su estadía en los establecimientos de la ciudad el servicio de agua potable no presento fallas

Así que de acuerdo con estos resultados se puede concluir que a pesar de ratificar que si existe esta problemática en la ciudad y que si afecta a sus empresas turísticas en

aspectos tan importantes como en su economía, también se debe decir que todavía la imagen del destino no se ha visto afectada significativamente, es por esa razón que se hace un llamado a los entes gubernamentales y empresas encargadas del servicio de acueducto para que tomen las medidas y correcciones necesarias y así poder sobresalir como un destino turístico de calidad y evitar que se presenten carencias de recursos tan importantes para la vida como lo es el agua potable.

# Bibliografía

Caicedo y Virna dan soluciones al problema de falta de agua en Santa Marta. (20 de junio de 2021). *Caracol Radio*. Recuperado de [https://caracol.com.co/emisora/2021/06/20/santa\\_marta/1624205188\\_635167.amp.html](https://caracol.com.co/emisora/2021/06/20/santa_marta/1624205188_635167.amp.html)

Compra de tanques y motobombas, el negocio de moda en Santa Marta. (24 de abril de 2019). *Hoy diario del magdalena*. Recuperado de <https://www.hoydiariodelmagdalena.com.co/archivos/230706>

Crisis del agua en Santa Marta, agravada por sequía y falta de acueducto. (23 de abril de 2019). *RCN Radio*. Recuperado de <https://www.rcnradio.com/colombia/caribe/crisis-del-agua-en-santa-marta-agravada-por-sequia-y-falta-de-acueducto>

Desabastecimiento de agua en Santa Marta: La sequía recurrente que no da tregua. (5 de junio de 2020). *Tierra Grata*. Recuperado de <https://tierragrata.org/desabastecimiento-de-agua-en-santa-marta-la-sequia-recurrente-que-no-da-tregua>

Desabastecimiento de agua frena el desarrollo y progreso de Santa Marta. (29 de octubre de 2018). *Hoy diario del magdalena*. Recuperado de <https://www.hoydiariodelmagdalena.com.co/archivos/157539>

Deyà, B. y Tirado, D. (2011). Hotel water consumption at a seasonal mass tourist destination. The case of the island of Mallorca. *Journal of Environmental Management*, 92, 2568-2579.

DOS SANTOS, E., LOPES, L. (2019). A dinâmica das organizações turísticas e o consumo de água em São Luís (MA) e Belém (PA). *Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo*, 9, p. 248-273.

Da Silva, E., Dos Anjos, F., De Lima, M. (2016). Imagen de los destinos turísticos: evaluación a la luz de la teoría de la experiencia en la economía basada en los servicios. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. 10(2), pp. 309-329.

Behrentz, E., (20 de abril de 2020). Santa Marta: Muchos votos con escasez de agua. Eduardo Behrentz. <https://eduardobehrentz.com/escasez-de-agua-potable-en-santa-marta/>

Estas son las acciones para mitigar la problemática de agua potable en santa marta. (24 de abril de 2019). W radio. Recuperado de <https://www.wradio.com.co/noticias/regionales/estas-son-las-acciones-para-mitigar-la-problematica-de-agua-potable-en-santa-marta/20190423/nota/3894042.aspx>

Gabarda, A., Ribas, A., Daunis-i-, J. (2015). Desarrollo turístico y gestión eficiente del agua. Una oportunidad para el turismo sostenible en la costa brava (Girona). *Investigaciones turísticas*. (9), pp. 50-69.

Garza, J., Borja, V. (2016). Mejores prácticas para el uso racional del agua en la industria hotelera de la Riviera Maya, Quintana Roo, México. *Turydes*. Vol. 9, 20, pp. 22-22

Gössling, s., Peeters, p., hall, m., Ceron, j.p., Dubois, g., Lehmann, v. y Scott, d. (2012). Tourism and water use: supply, demand, and security. *An international review. Tourism management*, 33, 1-15.

Kent, M., Newnham, R. y Essex, S. (2002). Tourism and sustainable water supply in Mallorca: a geographical analysis. *Applied geography*, 22, 351-374.

Lavanchy Thomas. When wells run dry: Water and tourism in Nicaragua. *Annals of tourism research* 64 (2017) 37–50.

- Gómez, M., García, J., Molina, A. (2013). Imagen cognitiva de los destinos de interior desde la perspectiva de residentes y visitantes: una aplicación empírica en 4 regiones españolas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Volume 16, Issue 3, Pages 167-179, doi: <https://doi.org/10.1016/j.cede.2012.09.001>
- Martínez, E. (2015). Climate, water and tourism: Causes and effects of droughts associated with urban development and tourism in Benidorm (Spain). pp. 487–501.
- RICO, A. (2007). Tipologías de consumo de agua en abastecimientos urbano-turísticos de la comunidad Valenciana. *Investigaciones Geográficas*, nº 42 pp. 5-34.
- Samarios protestan por falta de agua en la ciudad. (10 de mayo de 2018). RCN Radio. Recuperado de <https://www.rcnradio.com/colombia/caribe/samarios-protestan-en-santa-marta-por-falta-de-agua>
- Samarios se quejan por el mal estado del agua. (16 de marzo de 2020). El tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/colombia/falta-de-agua-en-santa-marta-473270>
- San Martín, H., Rodríguez, I. (2010). Los factores estímulo y personales como determinantes de la formación de la imagen de marca de los destinos turísticos: un estudio aplicado a los turistas que visitan un destino vacacional. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Volume 13, Issue 43. pp. 37-63. Doi: [https://doi.org/10.1016/s1138-5758\(10\)70009-8](https://doi.org/10.1016/s1138-5758(10)70009-8).
- Santa Marta activa plan de contingencia por crisis de agua en semana santa. (23 de abril de 2019). Caracol Radio. Recuperado de [https://caracol.com.co/emisora/2019/04/15/santa\\_marta/1555348794\\_734321.html](https://caracol.com.co/emisora/2019/04/15/santa_marta/1555348794_734321.html)
- Santa Marta, sin agua potable. (10 de enero de 2020). Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/nacion/articulo/problemas-con-el-agua-potable-en-santa-marta/647774/>

Se agrava crisis por falta de agua en Santa Marta. (11 de abril de 2019). RCN Radio. Recuperado de <https://www.rcnradio.com/colombia/caribe/se-agrava-crisis-por-falta-de-agua-en-santa-marta>

Polo, G. (15 de septiembre de 2016). *Crisis del agua en Santa Marta, un problema de responsabilidad social territorial*. Universidad cooperativa de Colombia. Recuperado de <https://www.ucc.edu.co/prensa/2016/paginas/crisis-del-agua-en-santa-marta-un-problema-de-responsabilidad-social-territorial.aspx>

Universidad de los Andes. (29 de enero de 2016). Investigación para mejorar el agua en el Magdalena | Uniandes. <https://uniandes.edu.co/es/noticias/desarrollo-regional/agua-para-la-paz-en-magdalena>