

## ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE BARRANQUILLA

Jackeline Bueno Herrera\*  
María Gómez Ramos\*\*  
Rina Devanni\*\*\*  
Luis Eduardo Ortiz Ospino\*\*\*\*  
Universidad Simón Bolívar

**RECIBIDO:** marzo 10 de 2011

**ACEPTADO:** octubre 8 de 2011

### RESUMEN

El presente artículo tuvo por objetivo analizar la oferta y la demanda de las empresas del sector turístico de Barranquilla, con un enfoque de investigación mixto, el método utilizado fue descriptivo, se realizaron tres entrevistas a expertos en las áreas de turismo cultural, de negocios y de sol y playa; Se aplicó encuesta a 10 hoteles, 20 turistas, para un muestreo estratificado de 33 elementos, lo cual permitió el análisis de la información relacionada con la oferta y la demanda de servicios turísticos en la ciudad Barranquilla. El resultado obtenido es la dinámicas económicas interesantes que se está presentado alrededor de tipos de turismo no convencionales (diferentes a sol y playa), y que abren camino a nuevas posibilidades de desarrollo. Se concluye con la propuesta de Construir centro recreacional en bocas de ceniza y Creación de un parque y recreacional privado.

**Palabras Clave:** Barranquilla, Demanda, oferta, Turismo, Visitante.

---

\* Estudiante de administración de Empresas, octavo semestre

\*\* Estudiante de Administración de Empresas, octavo semestre

\*\*\* Estudiante de Administración de Empresas, octavo semestres

\*\*\*\* Magister en Gestión de la Innovación. Docente investigador de la Universidad Simón Bolívar, sede Barranquilla, rmiranda10@unisimonbolivar.edu.co

## ANALYSIS OF THE OFFER AND DEMAND OF TOURIST COMPANIES IN BARRANQUILLA

### ABSTRACT

This article aimed to analyse the offer AND demand for tourism businesses in Barranquilla, with a focus on joint research, the method used was descriptive, three interviews were conducted with experts in the areas of cultural tourism, business and sun and beach; Survey was administered to 10 hotels, 20 tourists, for a stratified sample of 33 elements, allowing the analysis of information related to supply and demand for tourist services in the city Barranquilla. The result is interesting economic dynamic that is being presented around types (other than sun and sand) unconventional tourism and opening up new possibilities for development. It concludes with a proposal to build recreational center in mouths of ash and Creating a recreational park and private.

**Key words:** Barranquilla, Demand, Supply, Tourism, Visitor.

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha adoptado como tema de investigación en este trabajo partiendo de eventos estacionales como el Carnaval de Barranquilla, o permanentes como eventos empresariales; que han significado nuevas oportunidades para la economía local. El problema de investigación consiste en la carencia de información detallada sobre las tipologías de turismo que está generando la ciudad y los retos existentes en aras de potenciar este sector económico.

La investigación presentada se concibe con el objetivo de analizar la oferta y la demanda de las empresas del sector turístico de Barranquilla con el fin de plantear estrategias que dinamicen su posicionamiento. Es un estudio de tipo descriptivo a partir de los resultados de encuestas aplicadas a empresas del sector (hoteles) y clientes

(turistas). Este ejercicio permitió validar aspectos de interés, por una parte, sobre las características del negocio, y por otro, sobre el comportamiento del consumidor.

Para el logro de estos objetivos se partió de diferentes teorías que sustentan la investigación, tales como el comportamiento del turista, el análisis de la satisfacción en los servicios y los sitios de interés de la ciudad. Más adelante se implementa una metodología que permitió recoger, interpretar y analizar los resultados obtenidos, con el apoyo de gráficas. Por último se cierra el artículo con conclusiones obtenidas en la investigación.

## MÉTODO

La presente es una investigación de tipo mixto en las que se destacan variables cuantitativas (Oferta, ocupación y tarifas hoteleras) y cualitativas (razones de compra, percepción del productos y servicios relacionados), debido que al estudiar el sector turismo se analizan factores como sus motivos de visita, tiempo de estadía y lugar de alojamiento. De este modo, se compilan y analizan datos que permitan tener un conocimiento más profundo de los clientes y proponer estrategias para innovar en la forma de satisfacer sus necesidades.

### Participantes

Dentro de esta investigación se tuvo en cuenta fuentes primarias como testimonios de expertos en turismo y la

aplicación de encuestas a hoteleros y turistas que permitieron caracterizar la problemática. Como información secundaria se recopiló información en instituciones como la Cámara de Comercio y el DANE. Igualmente, se obtuvo información de base teórica y de referencia a través de libros, internet, artículos, documentos, entre otros.

Se entrevistaron 3 expertos en las áreas de turismo cultural, de negocios y de sol y playa; Se visitaron 10 hoteles y se consultaron 20 personas mayores de edad (entre turistas y locales) en el proceso de aplicación de encuestas.

### Instrumentos

Para efectos de recolección de datos, se preparó un cuestionario de entrevista (preguntas abiertas) para expertos, y dos

cuestionarios para encuestas (preguntas cerradas). Estos instrumentos permitieron recoger respuestas y opiniones precisas, y organizar la información para una posterior interpretación y análisis de los datos. La diversidad de opiniones y perfiles de personas consultadas permitió profundizar en las respuestas y contextualizar el fenómeno en estudio.

### **Procedimientos**

Como se ha explicado en la Introducción, la investigación se compuso de tres fases:

**Fase 1.** Marco teórico: Se partió de diferentes teorías que sustentan la investigación, tales como el comportamiento del turista, el análisis de la satisfacción en los servicios y los sitios de interés de la ciudad.

**Fase 2.** Más adelante se implementa una metodología (consulta a través de encuesta) que permitió recoger, interpretar y analizar los resultados obtenidos, con el apoyo de gráficas.

**Fase 3.** Por último se cierra el artículo con conclusiones obtenidas en la investigación.

### **RESULTADOS**

#### ***Teorías basadas en la determinación del comportamiento del turista***

El turismo es una de las actividades con mayor relevancia a nivel mundial, además es de gran importancia para el desarrollo socio-económico y cultural de un país. De acuerdo con Alba (2005), el turismo posee el potencial para ser un aliado en la conservación de sistemas

naturales, contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades locales y acercar a las comunidades generando intercambio de experiencias.

El turismo es una fuente de ingresos debido a la constante necesidad de viajar de las personas, ya sea por ocio o por negocios (Quesada, 2005). También es un instrumento generador de divisas gracias al número de visitantes extranjeros; genera así mismo nuevos empleos con el fin de atender por completo la demanda. El turismo es un medio de intercambio social, revela la importancia histórica y cultural de una comunidad, pudiendo contribuir a la conservación de monumentos, lugares históricos, costumbres, tradiciones, artesanía, folklore, etc. Otra cualidad importante, según Boullón (2008), es que concede a las persona la experiencia de conocer y darse a conocer frente a otros pueblos y culturas, y con esto crecer y enriquecerse. También la

actividad turística hace que la población local proteja su entorno y cree zonas de especial protección como parques naturales.

De acuerdo con ANATO (2011), Colombia posee altas ventajas comparativas en los atributos y características relacionadas con los atractivos culturales, especialmente en cuanto a las expresiones del patrimonio intangible, los valores artísticos e históricos de algunas civilizaciones prehispanicas del siglo XV al XIX, el estilo de vida contemporáneo y las culturas vivas tradicionales. Sin embargo, la creciente afluencia del turismo internacional a nuestro país ha demostrado que “aún existente muchas potencialidades por desarrollar que pueden impactar positivamente en la imagen de Colombia a nivel internacional, al poseer una singular oferta de patrimonio cultural” (COTELCO, 2011).

Las cifras fueron presentadas ante los medios de comunicación en Bogotá por parte del presidente de la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO, 2011), Juan Leonardo Correa, quien aseveró que un favorable panorama reflejó la ocupación hotelera en lo corrido del año, al registrar un 53,4 % entre enero y julio de 2011 frente a un 51,1 % del mismo periodo del año anterior.

Las tarifas hoteleras, muy al contrario de los incrementos de la ocupación se han mantenido estables con un promedio de 220.000 pesos, lo que deja ver que si bien la expansión hotelera está en su mejor momento, es fundamental atraer un mayor número de visitantes extranjeros y un mejor flujo de turistas nacionales con el fin de mantener dichas tarifas sin mayores variaciones. Barranquilla, Cartagena Medellín y Bogotá se destacaron por

concentrar el mercado de congreso y convenciones.

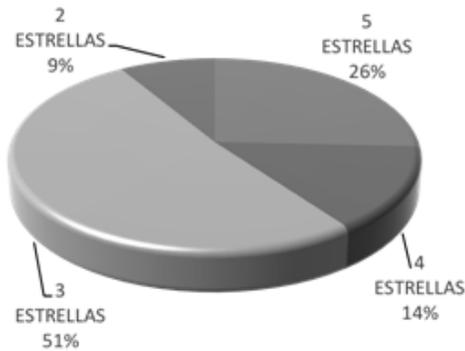
### **Análisis de entorno interno**

Las empresas de turismo y las otras unidades de producción de un país, ante un fenómeno devaluatorio se sienten fuertemente afectadas, ya que sus cuentas se ven alteradas por los nuevos valores que requieren para el desarrollo normal de la actividad.

**Cuadro No 1.** *Número de hoteles de Barranquilla Oferta Hotelera de Barranquilla.*

<b>CATEGORÍA</b>	<b>Cantidad</b>
5 Estrellas	9
4 Estrellas	5
3 Estrellas	18
2 Estrellas	3
<b>Total</b>	<b>35</b>

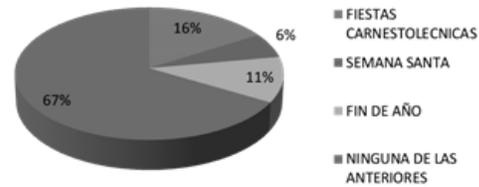
**Grafico No 1.** *Categorías de hoteles Barranquilla.*



**Fuente:** Elaboración propia.

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de la encuesta, con referencia a la principal fuente de información para visitar Barranquilla, un 4% prefieren buscar folletos y utilizar la tv, el 12% acerca a una agencia de viajes, el 15% buscar en internet y la mayoría con un 65% con otra fuente de información.

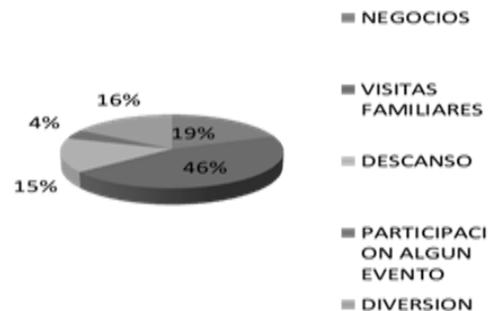
**Grafico No 2.** En cuál temporada viene usted a Barranquilla.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la Encuesta.

Analizando las temporadas importantes de fiestas o vacaciones de nuestra ciudad, concluimos que en Barranquilla el 6% prefiere la semana religiosa, siendo la Semana Santa, el 11% fin de Año, el 16% ninguna de las anteriores y el 67% fiestas carnestólcnicas.

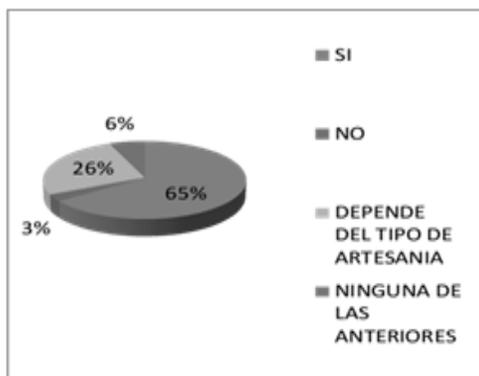
**Grafico No 3.** Motivo de su visita.



**Fuente:** Elaboración propia a partir de la Encuesta.

Siempre vemos muchos turistas en nuestra ciudad por eso destacamos las principales motivos por los cuales vienen y concluimos que la minoría con un 4% viene alguna participación en un evento, el 15% y 16% a descansar y diversión, el 19% algún negocio y el 46% a visitar algún familiar.

**Grafico No 4.** *¿El turismo ayudará a recuperar la artesanía tradicional?*

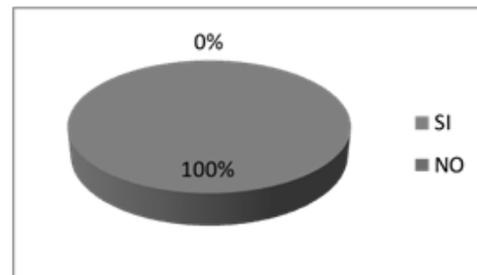


**Fuente:** *Elaboración propia a partir de la Encuesta.*

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de la encuesta con referencia al turismo como ayudara a recuperar la artesanía tradicional el 65% cree que si es posible, el 26% piensa que es dependiendo al tipo de artesanía

y el 6% y 3% dicen No o ninguna de las anteriores.

**Grafico No 5.** *Si tiene la oportunidad de volver a visitar Barranquilla ¿lo haría?*



**Fuente:** *Elaboración propia a partir de la Encuesta.*

Se destacan las preguntas más importantes y se concluye con la siguiente pregunta: Si usted como turista tiene la posibilidad de volver a viajar a la ciudad de Barranquilla ¿lo haría?, efectivamente y con un buen porcentaje de mayoría el 100% está de acuerdo en volver a Barranquilla.

## CONCLUSIÓN

Como cierre de este trabajo se destaca la oportunidad para que la ciudad continúe consolidando atractivos recreativos y culturales. Por lo tanto se hace una propuesta de ideas de negocio:

Bogotá, Colombia. Web:  
www.anto.com.co

## Cuadro No 2.

ESTRATEGIAS	RECURSOS	RESPONSABLES
1. Construir centro recreacional en bocas de ceniza.	1. Luego de realizar un análisis de investigación. Se requiere de la presentación y sustentación. 2. Se realizó un estudio de mercado para conocer las necesidades requeridas por los turistas que nos visitan. 3. se obtiene una aproximación del presupuesto con el cual puede el patrocinador puede apoyarnos para llevar a cabo la estrategia.	1. Los responsables sociales de que este proyecto se lleve a cabo son los patrocinadores del turismo en Colombia. 2. Obtener los permisos requeridos por los entes públicos para el desarrollo del proyecto.
2. Creación de un parque recreacional privado.	1. Gestionar áreas recreacionales y comerciales. 2. Estructura arquitectónica del centro recreacional. 3. Establecer una relación con entidades públicas y sociedades anónimas que apoyen la estrategia.	1. Sociedad anónima en conjunto con la alcaldía del municipio. 2. Empresarios y fundaciones.

AVIANCA (2011). Calle 16, 16-66, Edificio Avianca, piso 5, Bogotá, Colombia. Teléfono: 5997356 Web: www.avianca.com

Boullón, r. (1988). Planificación del espacio turístico. Trillas, México D.F. 245 p.

## REFERENCIAS

Alba, JR; Val, Elena (coord.) 2005. Turismo y gestión del territorio. Diputación Provincial de Zaragoza.

CENTRO DE CAPITAL INTELLECTUAL Y COMPETITIVIDAD Web: www.cecicmx.com  
Turismohistoria.blogspot.com/.

Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo ANATO (2011). Carrera 21, 83- 63,

COTELCO (2011). Carrera 7ª, 60-92, Chapinero alto Bogotá,

Colombia. Web: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley\\_0300\\_1996.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0300_1996.html)  
[www.cotelco.org](http://www.cotelco.org)

Ferraris, M. (1998). La Hermenéutica.  
México: Editorial Taurus. pp.  
23-27.

NTSH 006 Norma técnica Sectorial  
Hotelera del 2009

PANTURISMO (2011). . Calle 14, 97-  
32, Chapinero, Chicó Norte,  
Bogotá, Colombia. Web:  
[www.panturismo.com](http://www.panturismo.com)

Quesada, R. (2005). Elementos del  
turismo. EUNED. San José, CR.  
279 p.

Secretaria General del Senado de la  
República. Página de internet