



PERFIL DE PREFERENCIAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL TURISTA EXTRANJERO
QUE VISITA EL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA
CATALINA.

JENIFER YEPES BRUN
PRESIDENTA EJECUTIVA

ELABORADO POR:
JULIBETH ORTIZ ROCA¹

CÁMARA DE COMERCIO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA
2022

¹ Economista, Líder del Centro de Estudios Económicos de la cámara de Comercio de San Andrés,
Cel: 3242832775, E-mail: juortizroc@unal.edu.co

CONTENIDO

RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN	5
METODOLOGÍA	5
APLICACIÓN DE ENCUESTAS. TRABAJO DE CAMPO.....	6
APLICACIÓN.....	6
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	6
INDUSTRIA TURÍSTICA EN SAN ANDRÉS	6
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	9
ATRATIVOS TURÍSTICOS PREFERIDOS.....	16
CONCLUSIÓN	19
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.	22

LISTADO DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Actividades económicas en el Departamento Archipiélago de San Andrés Providencia y Santa Catalina, en porcentajes.....	7
Gráfica 2. Establecimientos Turísticos 2022.....	8
Gráfica 3. Lugar de procedencia de los visitantes extranjeros no residentes a la isla de San Andrés.	9
Gráfica 4. Preferencia por volver a visitar la isla de San Andrés por parte de los turistas extranjeros no residentes.....	10
Gráfica 5. Porcentaje de edades de los turistas extranjeros no residentes en la isla de San Andrés	10
Gráfica 6. Motivos de visita a la isla de San Andrés de los turistas extranjeros no residentes.	11
Gráfica 7. Distribución porcentual por sexo de los turistas extranjeros no residentes.	12
Gráfica 8. Establecimientos preferidos para alojarse durante la visita a la isla de San Andrés por los turistas extranjeros no residentes.....	12
Gráfica 9. Rango de gastos en alojamiento de los turistas extranjeros no residentes.....	13
Gráfica 10. Medio que usaron los turistas extranjeros no residentes para realizar sus reservas.	13
Gráfica 11. Medios que usaron los turistas extranjeros no residentes para adquirir los planes de actividad turística.	14
Gráfica 12. Establecimientos preferidos para adquirir y consumir alimentos durante la visita a la isla de San Andrés por los turistas extranjeros no residentes.	15
Gráfica 13. Rango de gastos en alimentación de los turistas extranjeros no residentes.....	15
Gráfica 14. Medios de transporte preferidos por los turistas extranjeros no residentes.	16
Gráfica 15. Grado de interés por los atractivos turísticos, según clasificación de los turistas extranjeros no residentes.....	17
Gráfica 16. Preferencias de consumo de los turistas extranjeros no residentes.	18
Gráfica 17. Rango de gastos diarios por servicios turísticos de los turistas extranjeros no residentes.	19
Gráfica 18. Medio preferido de pago por los turistas extranjeros no residentes.	19

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo identificar las preferencias en el consumo de servicios y productos del turista extranjero no residente que visita la isla de San Andrés. Los resultados de la investigación serán de utilidad para los planificadores turísticos, prestadores de servicios turísticos y tomadores de decisiones. Este estudio se realizó a través de un análisis cuantitativo, utilizando fuentes primarias y secundarias, principalmente, mediante la aplicación de encuestas, cuyos resultados fueron analizados y presentados en gráficas. Para determinar el número de encuestas necesarias para el estudio, se utilizó el criterio de saturación de la información. Estas fueron aplicadas durante el mes de abril y mayo de 2022. En términos generales, el estudio concluye que los turistas extranjeros no residentes que visitan la isla de San Andrés proceden: el 26% de Brasil, el 24% de Chile y comparten porcentajes por debajo del 10% España, Perú, Estados Unidos y Argentina. En cuanto al rango de edades, el 69% de los visitantes extranjeros no residentes se encuentran entre los 25 – 40 años, el 24% es mayor a 40 años y el 8% se encuentra en un rango de edad entre los 18 – 24 años. Los principales motivos de viaje son: 42% descanso y placer, 23% diversión y 20% conocer otro destino. El medio de pago preferido es la tarjeta de crédito. Las actividades turísticas más apetecidas son la visita a los cayos y playas, el eco-turismo y los recorridos alrededor de la isla. Para reservar estas actividades, el 34% de los visitantes prefieren realizarlas directamente en el lugar turístico.

INTRODUCCIÓN

La importancia del sector turismo en la economía colombiana y, particularmente, en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina es innegable. Así lo demuestran las estadísticas oficiales. Con la reactivación económica, la economía colombiana creció por encima del 10% en 2021 y, parte de este crecimiento, fue gracias al turismo (DANE, 2022). Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2022), para el 2022 se proyecta la llegada de 3,1 millones de turistas extranjeros no residentes², incluyendo los cruceros. Contrastando esta cifra con el número de visitas de 2021, se prevé un aumento del 49% en la llegada de turistas extranjeros no residentes al país. En este sentido, el sector turismo no sólo se reactivó, sino que se recuperó a niveles históricos con tendencia positiva hacia un crecimiento sostenido.

A nivel nacional, los turistas extranjeros no residentes provienen, principalmente, de Estados Unidos, Venezuela, Perú, México, Ecuador y Chile, quienes optan por destino ciudades como Bogotá, con el 37,5% del total de extranjeros no residentes, seguida de Medellín y Cartagena (MinComercio, 2022).

² Extranjeros no residentes: no tienen nacionalidad colombiana y no residen en Colombia.

El Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina es un destino predilecto por turistas extranjeros no residentes y nacionales. Dada su alta oferta de planes turísticos, sus atractivos naturales, la cultura, la ubicación estratégica en el caribe insular, su capacidad para ofrecer bienes y servicios cada vez, en mejores condiciones, entre otras cualidades, el Archipiélago se ha convertido en un destino con alta competitividad.

Por ello, el análisis de preferencias de productos y servicios de los turistas extranjeros no residentes que visitan el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina es necesario para innovar en la toma de decisiones en el sector turismo, apuntando a la diversificación de la oferta de sol y playa en el Archipiélago. Así, en la medida que se solventen las necesidades y se potencien las preferencias propuestas por el presente análisis, con nueva y renovada oferta, la tendencia de crecimiento de visitas de los turistas extranjeros no residentes podría aumentar, maximizando así los beneficios para los empresarios del sector.

OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Identificar las preferencias en el consumo de productos y servicios del turista extranjero no residente que visita la isla de San Andrés, durante el mes de abril y mayo de 2022, a través de un análisis cuantitativo.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis cuantitativo descriptivo de las preferencias en el consumo de productos y servicios del turista extranjero que visita la isla de San Andrés.
- Identificar el perfil básico del turista extranjero no residente que visita la isla de San Andrés.
- Identificar la preferencia en la realización de actividades del turista extranjero no residente durante su estadía en San Andrés Isla.
- Identificar el gasto promedio en productos y servicios turísticos de los turistas extranjeros no residentes durante su permanencia en San Andrés Isla.

METODOLOGÍA

El estudio se desarrolló a través de una metodología de abordaje cuantitativo descriptiva concluyente, en la cual se utilizaron fuentes primarias y secundarias. La información fue recolectada por medio de investigación de literatura y revisión de informes de indicadores económicos de turismo en la isla, específicamente de turismo extranjero. El eje principal del estudio fue el diseño y aplicación de encuestas como herramienta de recolección de información básica, las cuales se realizaron durante

los meses de abril y mayo de 2022. El tamaño de la muestra fue determinado por el criterio de saturación de la información recolectada en el trabajo de campo. Los resultados de las encuestas fueron analizados y, posteriormente, presentados mediante gráficas

APLICACIÓN DE ENCUESTAS. TRABAJO DE CAMPO.

Para la recolección de datos se aplicaron las encuestas. Una vez definidos los objetivos de la investigación, se logró recolectar la siguiente información:

- La procedencia de los visitantes que arriban a San Andrés Isla.
- Nivel de ingreso de los visitantes que arriban a San Andrés Isla.
- Edades de los visitantes que arriban a San Andrés Isla.
- Preferencia en la selección de las playas de la isla.
- Preferencia en la realización de actividades de los turistas extranjeros durante su permanencia en San Andrés Isla.
- Gasto promedio en productos y servicios turísticos de los visitantes durante su permanencia en San Andrés Isla.

APLICACIÓN

Se elaboraron y aplicaron encuestas en distintos momentos, durante los meses de abril y mayo de 2022 en la isla de San Andrés. Estas fueron resueltas por los encuestados, sin intervención por parte del encuestador, a excepción de aclaraciones o explicaciones relacionadas con la encuesta.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

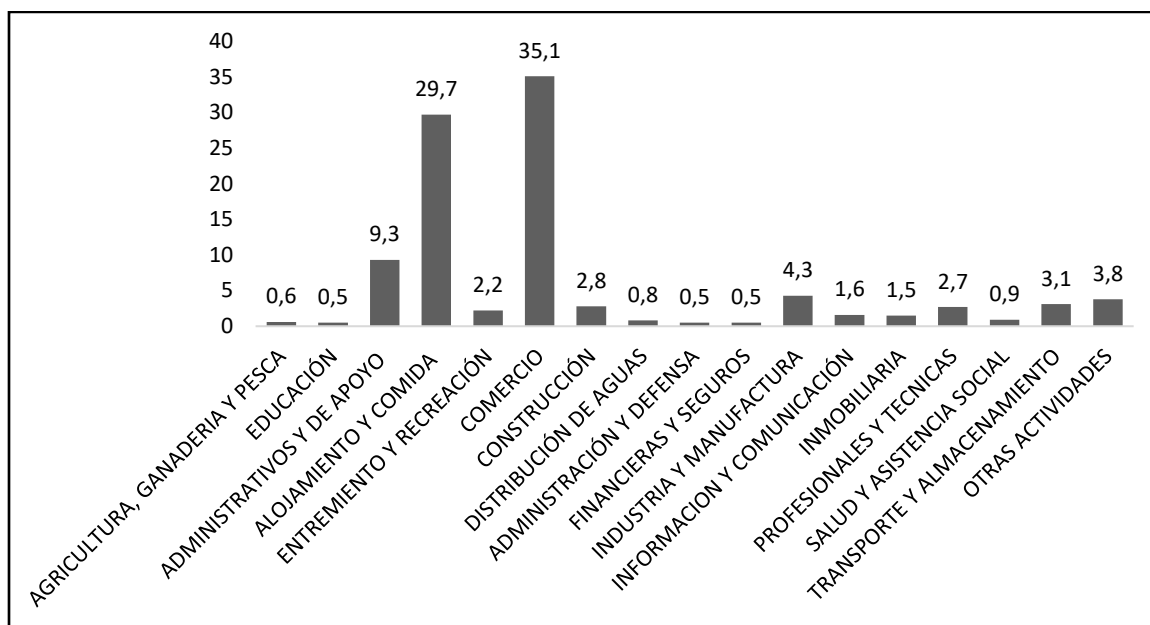
La muestra fue seleccionada por interés, realizándose un muestreo por conveniencia, mas no probabilístico. Las encuestas fueron aplicadas a hombres y mujeres adultos, visitantes extranjeros (turistas) de la isla de San Andrés durante los meses de abril y mayo de 2022.

INDUSTRIA TURÍSTICA EN SAN ANDRÉS

San Andrés Isla se ha posicionado como un destino turístico preferido por los extranjeros no residentes y nacionales. Históricamente, en la isla de San Andrés se ha evidenciado un constante incremento en el número de visitantes que demandan algún tipo de servicio o producto, en 2020 ingresaron 333.912 turistas mientras que en 2021 ingresaron 1.095.556 turistas, entre nacionales y extranjeros (Camara de Comercio de San Andrés, 2022). Así, el Archipiélago se ha convertido en el departamento más dependiente del turismo en Colombia. De hecho, aproximadamente, el 70% de la economía del Archipiélago está basada en el sector turístico (ver gráfica 1). En el 2020, el PIB del departamento fue de 1.345 millones de pesos de los cuales, más del 56%, lo representan actividades asociadas al turismo (Comercio, Hotelería y Restaurante), mientras que en otros departamentos esta

dependencia no supera el 10% (DANE, 2021). Por ello, los esfuerzos empresariales de los isleños han estado encaminados a fortalecer, cada vez más, la oferta de servicios turísticos con el fin de abastecer la demanda de turistas, tanto nacionales como extranjeros no residentes.

Gráfica 1. Actividades económicas en el Departamento Archipiélago de San Andrés Providencia y Santa Catalina, en porcentajes.

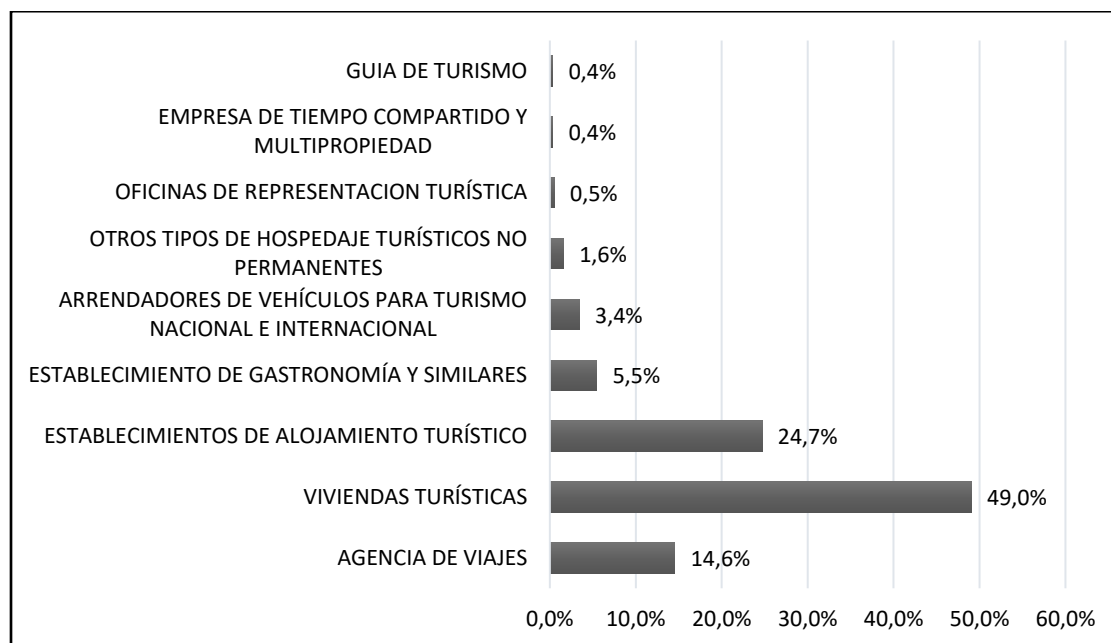


Fuente: Datos tomados de la Cámara de Comercio de San Andrés, Elaboración propia.

Así mismo, la participación porcentual del Producto Interno Bruto de San Andrés, sobre el producto nacional, en el 2021, fue del 0,13%, con una tasa de crecimiento inferior al 10%, de las más bajas del país. En contraste, las islas reportaron la ocupación hotelera más alta del país, superando a Cartagena y Santa Marta en el 2021. Para marzo de 2022 este porcentaje fue del 74,0%, mientras que, para el mismo mes, en el año 2021, este porcentaje fue de del 52,8%, lo que representó un incremento significativo de 22 p.p. (DANE, 2022).

El turismo es el motor de la economía de las islas y como muestra de ello son las empresas relacionadas al sector (ver gráfica 2), las cuales representan más del 50% de la oferta mercantil, en las que figuran las posadas nativas con un 49% de participación, seguidas de los establecimientos de alojamiento turístico con un 24,7 %, dentro del total de establecimientos que tienen como razón social alguna actividad relacionada con el turismo.

Gráfica 2. Establecimientos Turísticos 2022



Fuente: Reporte de Registro Nacional de Turismo, Cámara de Comercio de San Andrés. Elaboración Propia.

Durante el 2019, aproximadamente, 214 mil turistas extranjeros ingresaron a la isla mientras que, durante el 2020 el ingreso de turistas extranjeros no residentes fue suspendido. Así, para el año 2020, la tasa de ocupación hotelera registrada en San Andrés y Providencia fue cero, lo cual representó una caída de 71,1 p.p., como consecuencia de las restricciones sanitarias a raíz de la pandemia por COVID 19 (Bonet-Morón, Ricciulli-Marín, & Peña, 2021). Los turistas extranjeros para los meses de enero y febrero del 2022 sumaron 3.257, cifra que, comparada con el ingreso de turistas en los mismos meses de 2021, representó un aumento de 2.943 turistas extranjeros no residentes nuevos (MinComercio, 2022).

El gasto promedio per cápita total por día de personas que viajaron a San Andrés durante el año 2021 fue de 193.060, siendo el más alto dentro de las 24 ciudades y áreas metropolitanas, de los cuales el 32 %, en promedio, fue destinado para el alojamiento y 18% para bebidas y alimentos, entre otros (DANE, 2022). Cabe mencionar que los altos precios en la isla son consecuencia de las condiciones de dependencia del turismo y los altos costos de transporte que encarecen los bienes y servicios ofrecidos, lo cual se traduce en niveles inflacionarios por encima del promedio nacional.

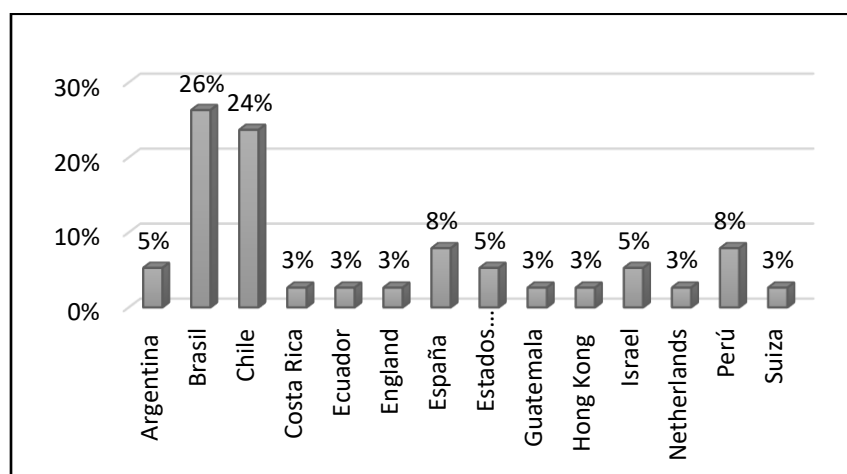
Teniendo en cuenta el auge de la tecnología y la información en la población mundial y el uso de las redes sociales para su difusión, los viajeros que visitan las islas, están debidamente informados de la

oferta turística y cultural de San Andrés, sintiéndose principalmente atraídos por las exuberantes playas, la amalgama cultural y la alta biodiversidad marina, pero, sobre todo, por la estructura turística de sol y playa. Sumado a lo anterior, la declaratoria por la UNESCO al Archipiélago como Reserva de Biosfera “Seaflower” trajo consigo para el territorio la obligación de cumplir tres funciones básicas: conservar los paisajes y los ecosistemas, fomentar el desarrollo económico y humano sostenible y sustentable desde el punto de vista sociocultural y ecológico y prestar apoyo logístico a proyectos de demostración, educación, investigación y capacitación sobre el medio ambiente. Por esto, el turismo y, en general, el desarrollo económico debería estar encaminado a lograr los encadenamientos positivos entre los sectores productivos que complementen el turismo de sol y playa con un turismo sostenible, ecológico y étnico más robusto (James Cruz, 2014), buscando generar el mínimo impacto sobre los ecosistemas y respetando el patrimonio cultural presente en las islas, al tiempo que se diversifique el turismo y se amplíe la oferta (Aguilera Díaz, 2010).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

Con el fin de identificar el perfil básico del turista extranjero no residente que visita la isla de San Andrés, se ejecutó la metodología diseñada y expuesta anteriormente, obteniendo los siguientes resultados:

Gráfica 3. Lugar de procedencia de los visitantes extranjeros no residentes a la isla de San Andrés.

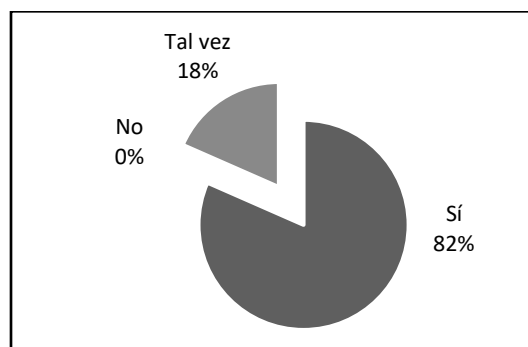


En la gráfica 3, se observa que el mayor número de visitantes proviene de Brasil con un 26%, seguido de Chile con un 24%, y España y Perú con un 8%.

Conocer los países de procedencia de los visitantes es necesario ya que permite identificar hacia donde deben ir dirigidas las estrategias de mercadeo y los idiomas en los que se deben ofrecer los servicios en las islas.

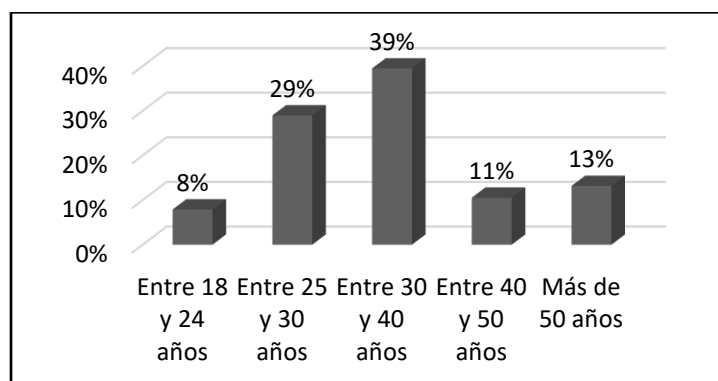
Al preguntar a los visitantes si están interesados en volver a la isla, sus respuestas variaron de la manera como se presenta en la gráfica 4.

Gráfica 4. Preferencia por volver a visitar la isla de San Andrés por parte de los turistas extranjeros no residentes.



La gráfica 4 indica que existe una conexión fuerte entre el visitante y el destino turístico, es decir que, el destino está posicionado en la mente del turista, lo cual apunta a un posible regreso, en varias ocasiones. Este tipo de turistas que prefieren regresar a la isla, pueden considerarse como un “cliente cautivo” o un turista frecuente. Sin embargo, estas preferencias, eventualmente, pueden cambiar según la percepción del turista en materia de oferta de productos y servicios. Por lo anterior, será necesario seguir invirtiendo en el diseño y desarrollo de estrategias dirigidas a mantener la relación entre cliente/turista y destino, ya sea para que este recomiende o regrese a la isla.

Gráfica 5. Porcentaje de edades de los turistas extranjeros no residentes en la isla de San Andrés.

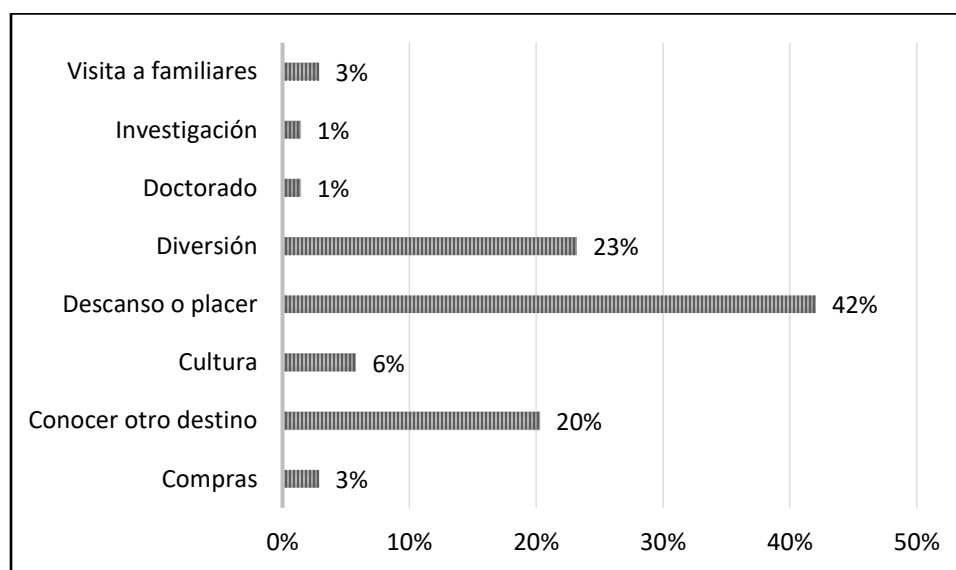


De acuerdo con los resultados obtenidos en la gráfica 5, se concluye que la mayoría de los visitantes extranjeros no residentes, se encuentran en un rango entre 30 y 40 años, seguidos de un rango entre 25 y 30 años de edad, los cuales son segmentos de la población joven y adulto joven, que en total constituyen el 68% de los encuestados. Es de suma importancia conocer este perfil debido a que, a

mayor edad, los requerimientos de los viajeros aumentan. Por ejemplo, los turistas que superan los 50 años buscan destinos que les brinden garantías en cuanto a los servicios en salud, seguridad personal. Según comentarios de los encuestados entre las edades de 30-50 años, ellos buscan mayor tranquilidad y descanso en el destino turístico. Mientras tanto, los llamados turistas senior, tienen preferencias por los viajes grupales, motivados por el turismo cultural, la aventura y los que buscan experiencias familiares (Santos, 2021).

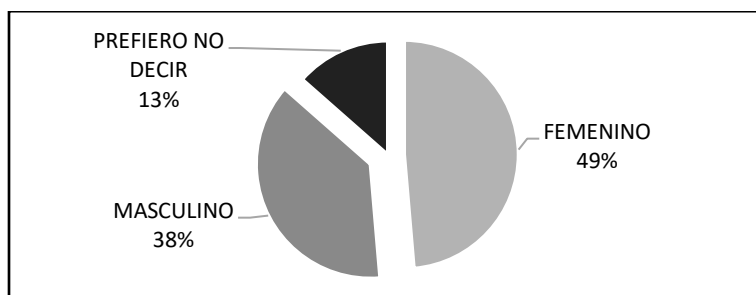
Además, es importante conocer el motivo por el cual los turistas prefirieron la isla de San Andrés como su destino, ya que esto permite perfilar la oferta que se les debe garantizar. La gráfica 6 indica que los extranjeros no residentes que visitaron la isla de San Andrés, en un 42% lo hicieron en búsqueda de descanso o placer, seguido de un 23% que prefirió la isla para la diversión. Es relevante destacar que visitaron la isla acompañados de una o dos personas en promedio.

Gráfica 6. Motivos de visita a la isla de San Andrés de los turistas extranjeros no residentes.



Partiendo del supuesto que los turistas extranjeros no residentes visitan la isla en compañía, su principal motivación es encontrar en el destino descanso y placer. Sin embargo, dentro de los comentarios consignados en las encuestas, se encontró que una de las principales quejas de los visitantes que se hospedan en los hoteles y posadas nativas ubicadas en la zona comercial y céntrica de la isla es que estas zonas, tanto de día como noche, son intranquilas pues presentan mucho ruido y aglomeración de personas, en su mayoría, por los establecimientos de bares y restaurantes y, en menor medida, por las construcciones de carreteras y edificios que se han vuelto constantes.

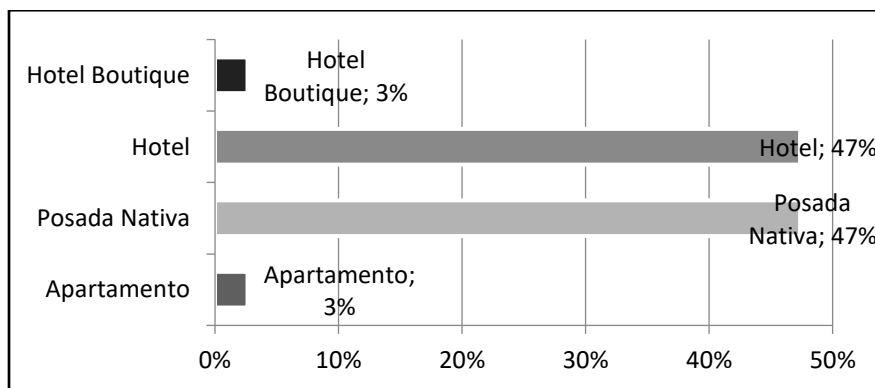
Gráfica 7. Distribución porcentual por sexo de los turistas extranjeros no residentes.



En cuanto al sexo, el 49% de los encuestados respondieron que se identifican con el sexo femenino, mientras que un 38% respondió identificarse con el sexo masculino. Esta pregunta resulta ser muy importante en la medida que los patrones y preferencias de consumo pueden variar según el sexo, género y orientación sexual. Pero, para efectos prácticos del estudio nos interesa realizar una distribución en cuanto a sexo de los participantes de la encuesta con el fin de identificar qué porcentaje llega de cada uno.

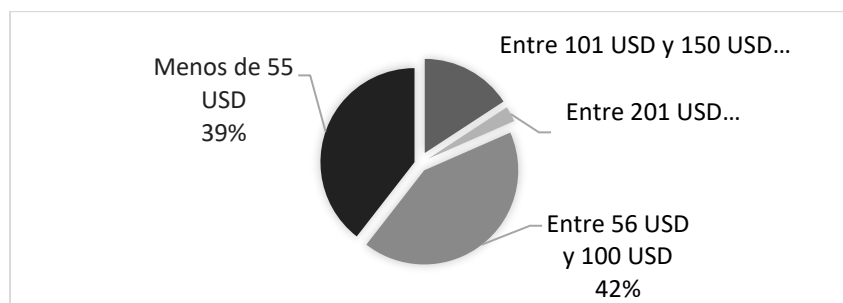
En la segunda parte de la encuesta se le hicieron preguntas a los encuestados relacionadas con sus preferencias tales como el lugar donde más les gustaría alojarse, consumo de alimentos, actividades turísticas y medio de transporte de su preferencia, así como el rango de dinero que destina para tales actividades.

Gráfica 8. Establecimientos preferidos para alojarse durante la visita a la isla de San Andrés por los turistas extranjeros no residentes.



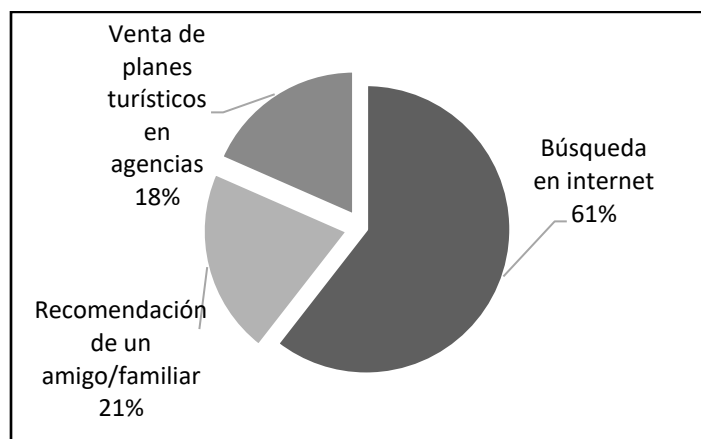
Los turistas extranjeros no residentes entrevistados tienen iguales preferencias entre hoteles y posadas nativas. A la hora de elegir donde hospedarse en la isla, un 47% de ellos prefieren los hoteles y también un 47% de ellos prefieren las posadas nativas, en menores porcentajes, un 3% prefiere hospedarse en hoteles Boutique o apartamentos.

Gráfica 9. Rango de gastos en alojamiento de los turistas extranjeros no residentes.



Los hoteles son los hospedajes predilectos por los turistas extranjeros no residentes. Las razones de esta preferencia son el interés por el descanso, la relajación y el placer que encuentran en los hoteles y el hecho de que, la mayoría de los visitantes están dispuestos a gastar entre 56 USD y 100 USD de sus ingresos en el lugar de alojamiento que garantice comodidades mínimas (ver Grafica 9). De igual manera, en la isla hay una amplia oferta de posadas nativas que ofrecen comodidades e inmersión cultural, las cuales son preferidas como alojamiento por un 47% de los encuestados.

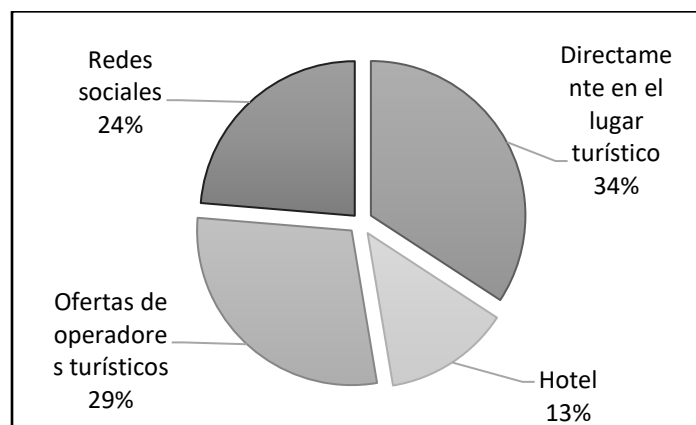
Gráfica 10. Medio que usaron los turistas extranjeros no residentes para realizar sus reservas.



El 61% de los turistas extranjeros no residentes prefieren utilizar las búsquedas en internet y en redes sociales para reservar sus viajes, hospedajes y adquirir sus planes turísticos, sin embargo, tal como lo muestra la gráfica 11, el 34% de los turistas extranjeros no residentes que visitaron la isla decidieron adquirir sus planes de actividad turística directamente en el lugar. Esto indica que existen varios escenarios: las plataformas para realizar reservas por redes sociales o página web de los lugares más visitados aún están muy incipientes, por lo cual no logran abastecer a todos los interesados; existe una desconfianza por parte del turista a hacer reservas previas o prefieren hacerlo directamente en los lugares motivados por el lugar a visitar en el momento que realizan recorridos por la isla. Por último,

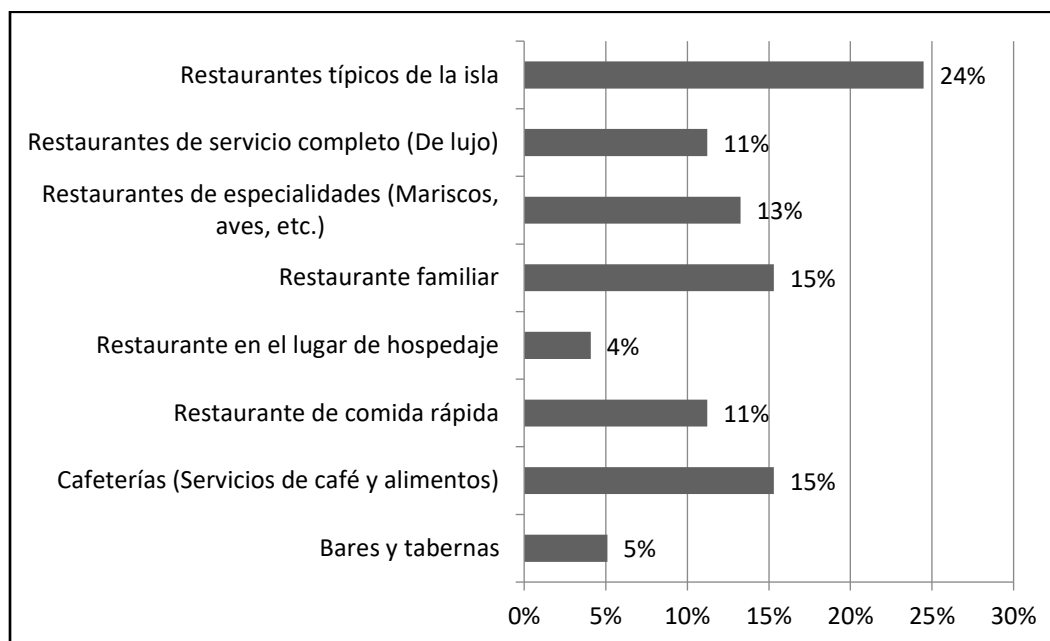
el 29% prefiere adquirir sus planes con los operadores turísticos que encuentran, ya sea en los hoteles, o en las calles de la isla.

Gráfica 11. Medios que usaron los turistas extranjeros no residentes para adquirir los planes de actividad turística.



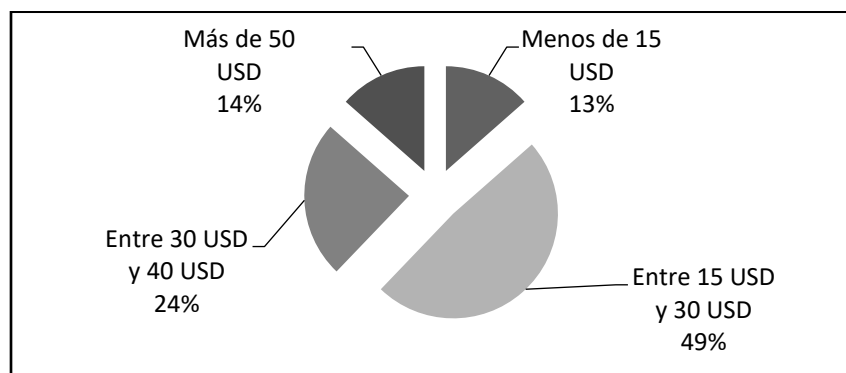
En la isla, la gastronomía ha demostrado ser, en sí misma, un atractivo que motiva e incentiva el turismo, por sus sabores caribeños propios y platos condimentados con las hierbas de azoteas que le brindan un sabor único y característico de la cultura raizal de las islas. Es por ello que conocer las preferencias del lugar de consumo de los alimentos de los turistas extranjeros no residentes es un insumo para la creación de estrategias de divulgación de la cultura gastronómica. De los encuestados, el 24% prefiere los restaurantes típicos o los Fair Table, incluso manifiestan tener interés en los eventos gastronómicos, considerando que deben ser constantes ya que con ellos se logra *“promover que los turistas conozcan la cultura local y la historia de las islas, así como dar a conocer la Fair Table, Casa Isleña y los eventos Gastronómicos Food and Fair Raizal”* (Comentario de uno de los encuestados). El 15% de los encuestados prefieren los restaurantes familiares, al igual que un 15% prefiere las cafeterías locales para consumir sus alimentos, el 13% prefiere los restaurantes especializados y el 11% prefiere los restaurantes de servicios completo o de lujo.

Gráfica 12. Establecimientos preferidos para adquirir y consumir alimentos durante la visita a la isla de San Andrés por los turistas extranjeros no residentes.



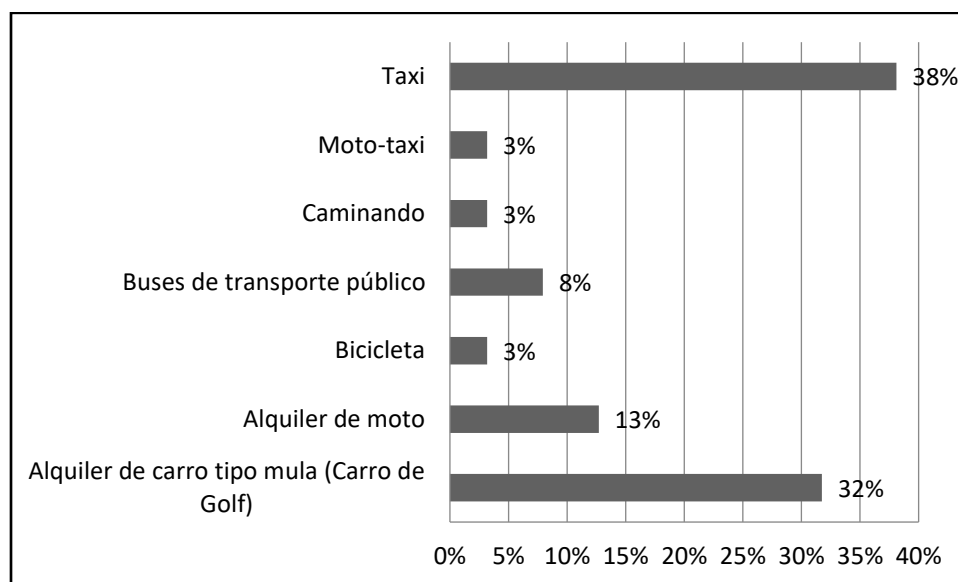
El gasto promedio diario en alimentación es uno de los gastos más representativos durante la visita. El 49% de los encuestados manifestaron gastar entre 15 USD y 30 USD, el 24% gastaron de 30 USD a 40 USD, seguido del 14% que gastó más de 50 USD y el 13% que gastó menos de 15 USD.

Gráfica 13. Rango de gastos en alimentación de los turistas extranjeros no residentes.



El principal medio de transporte usado por los turistas extranjeros no residentes es el taxi, preferido por un 38% de los encuestados. Un 32% de los encuestados prefiere el alquiler de un carro tipo mula o carro de Golf y el 13% prefiere alquilar moto para su estadía en las islas, el 8% usó el transporte público o buses, y con muy bajos porcentajes de preferencias le siguen caminar, andar en bicicleta o tomar mototaxi.

Gráfica 14. Medios de transporte preferidos por los turistas extranjeros no residentes.



ATRATIVOS TURÍSTICOS PREFERIDOS.

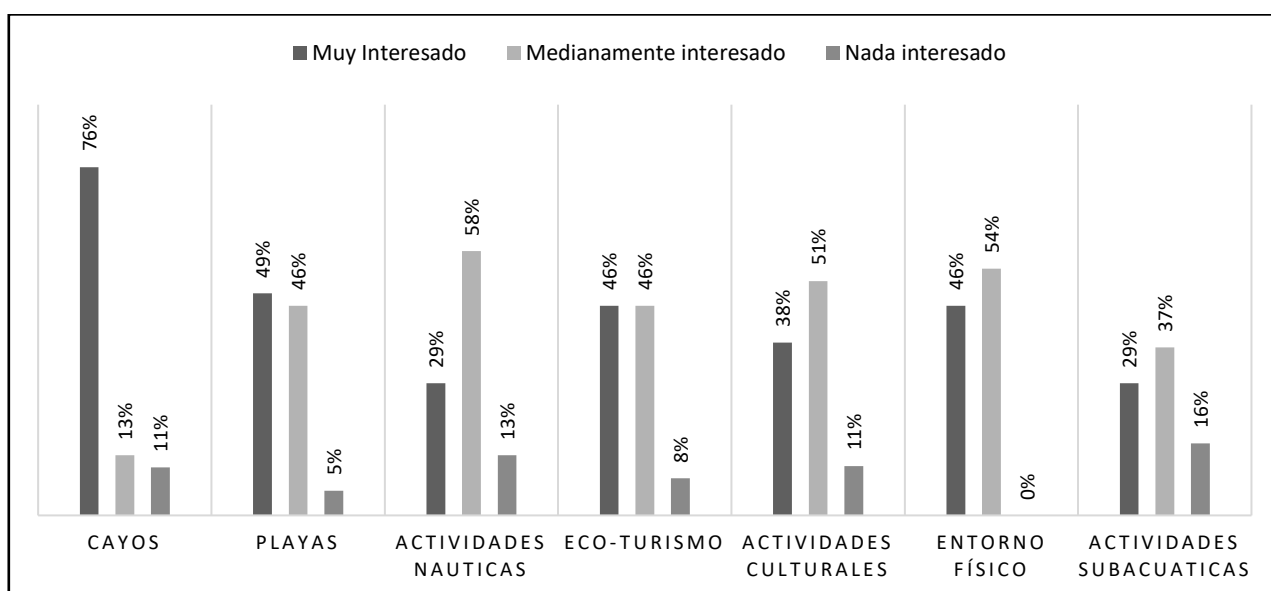
Luego de la recolección de la información se descubrieron las actividades turísticas preferidas por los turistas extranjeros no residentes, medidas según su grado de interés. Con fines de compilar la información, se agruparon los atractivos turísticos que ofrece el destino por afinidad y se definieron las siguientes clasificaciones:

- Cayos: la categoría incluye la visita y recorrido a los cayos principales de la isla: Jhony Cay, Acuario y/o Haynes Cay.
- Playas: reúne la visita a las playas más extensas y conocidas de la isla: Playa Spratt Bight, Sound Bay, San Luis y Rocky Cay.
- Actividades Náuticas: la categoría incluye las actividades donde el mar y los vehículos náuticos son protagonistas: paseo en pontón, en lancha, en yate, windsurf, parasailing, flyboard, kite surf, wake surf y kayak.
- Eco-Turismo: están incluidas las actividades que se realizan en ambientes donde la naturaleza y la tranquilidad son protagonistas: la laguna y el Sendero Old Point (Manglares).
- Actividades Culturales: la categoría reúne algunas actividades relacionadas propiamente con la cultura raizal de las islas: Museo casa Isleña, Cueva de Morgan y visita a la Iglesia Bautista.
- Entorno Físico: en esta categoría se reúnen las actividades turísticas que tengan como protagonista el patrimonio turístico natural o el paisaje, como los paseos alrededor de la isla, visitar la peatonal, hoyo soplador y la piscinita.

- Actividades subacuáticas: la categoría reúne las actividades que se realizan debajo del mar: buceo y apnea.

Con base en lo anterior, las respuestas obtenidas se presentan en porcentajes (ver gráfica 15):

Gráfica 15. Grado de interés por los atractivos turísticos, según clasificación de los turistas extranjeros no residentes.



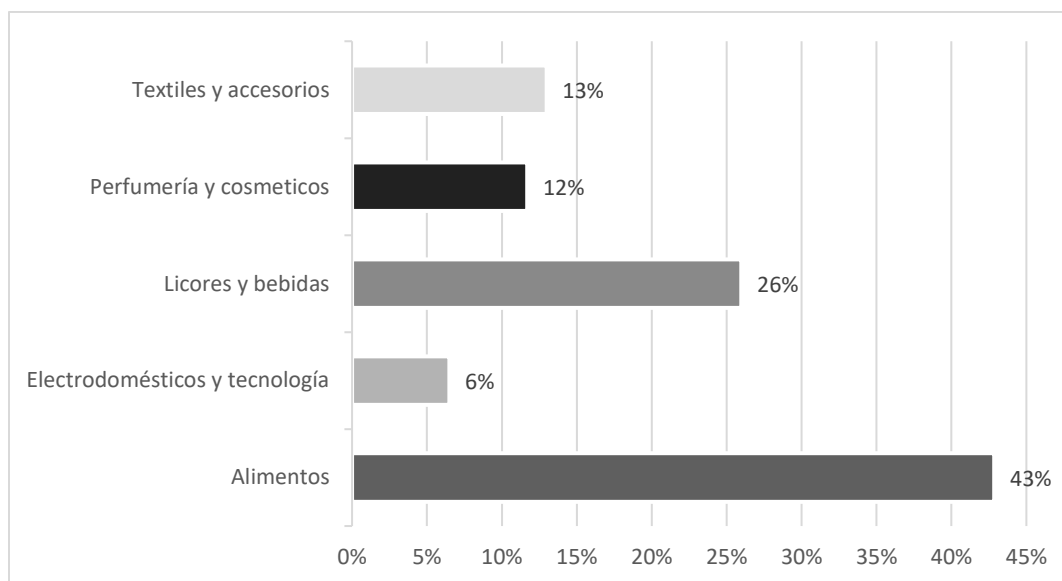
La gráfica demuestra que los atractivos turísticos relacionados con los cayos, playas, eco-turismo, actividades náuticas y entorno físico, destacan por ser las actividades de mayor interés de visitar, volver o conocer por parte de los turistas extranjeros no residentes.

Entre estas actividades turísticas destacan los cayos y las actividades náuticas, como las preferidas por los turistas extranjeros no residentes. El 76% de los encuestados respondieron sentir mucho interés en visitar los cayos. Así mismo, un 58% de los encuestados se sienten medianamente interesados en las actividades náuticas. Es por tanto que, las actividades donde el mar es protagonista tienden a ser las actividades predilectas por los turistas extranjeros no residentes, en consecuencia, las actividades que cuentan con ecosistemas parecidos o ligados al mar presentan alto interés, como lo son el eco-turismo y las actividades relacionadas con el entorno físico de la isla.

En cuanto a las preferencias de consumo de los turistas extranjeros no residentes, el 26% de los encuestados compraron licores y bebidas durante su estadía, 13% de ellos compraron textiles y accesorios y el 12% eligieron comprar elementos de perfumería y cosméticos, aprovechando la oferta de comercio con la que cuenta la isla. La alta oferta de establecimientos de comercio de productos de

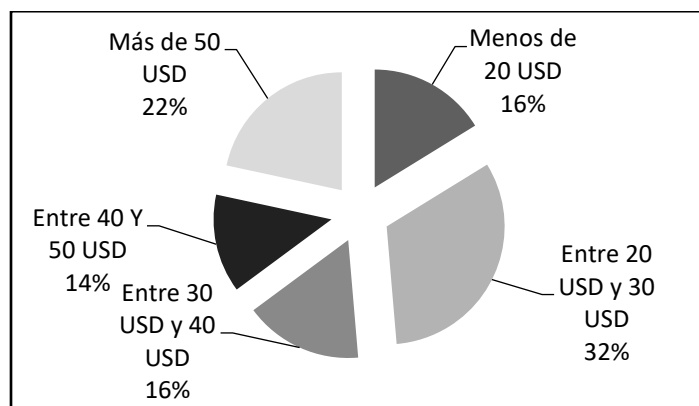
este tipo, incentiva la compra de turistas y residentes por sus precios exentos de IVA. Los alimentos fueron incluidos en el análisis, debido a que las compras de alimentos están enfocadas, principalmente, en dulces o alimentos de paquete que, tal y como se muestra en la gráfica 16, el 43% de los encuestados prefieren consumir alimentos de este tipo.

Gráfica 16. Preferencias de consumo de los turistas extranjeros no residentes.



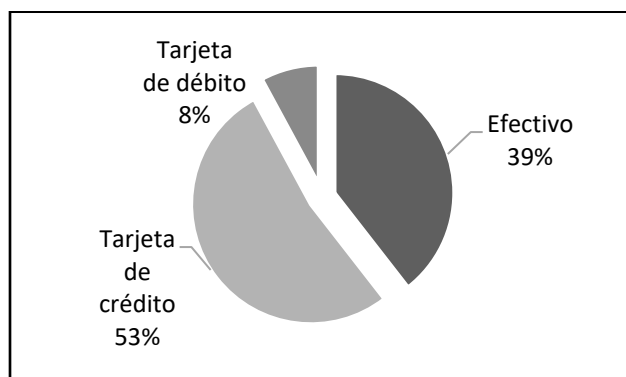
El rango de gastos diarios que tuvieron los turistas extranjeros no residentes al adquirir los planes o servicios turísticos fue: el 32% de ellos gastaron entre 20 USD y 30 USD, el 22% gastó más de 50 USD, el 16% gastó entre 30 USD y 40 USD y el 16% gastó menos de 20 USD. Teniendo en cuenta que este dato puede variar dependiendo de la actividad que realice cada día, se les pidió a los encuestados que hicieran un promedio del gasto diario. Estas cifras demuestran que la mayoría de los encuestados tiene preferencias de consumo hacia los servicios, prefiriendo gastar en actividades destinadas al disfrute y goce del destino (ver gráfica 17).

Gráfica 17. Rango de gastos diarios por servicios turísticos de los turistas extranjeros no residentes.



En cuanto al medio de pago, el 53% de los encuestados prefieren pagar con tarjeta de crédito, seguido del 39% con pago en efectivo y un 8% con tarjeta débito. Los turistas extranjeros no residentes sugieren que se amplíe la oferta de cajeros en zonas más alejadas de la zona céntrica de la isla, como en el sector de San Luis y Cove. Además, existe una preocupación por parte de los encuestados, relacionada con los precios que manejan algunos servicios en la isla y que no están regulados, percibiendo que pagan de más por algunos de ellos. Por ejemplo, el precio del transporte de taxi y entradas en atractivos turísticos varía, por lo cual *“deberían estandarizar los precios para que no se cobre de más, como si se hace en Santa Marta. Deberían los lugares tener la posibilidad de pagar con tarjetas en especial los bares y discotecas”* (Comentario de uno de uno de los encuestados).

Gráfica 18. Medio preferido de pago por los turistas extranjeros no residentes.



CONCLUSIÓN

En consecuencia, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados, tomar decisiones en torno a la diversificación de la oferta turística de sol y playa en el Archipiélago y servir de insumo para

futuras investigaciones y para emprendedores que tengan interés en invertir en la industria turística de la isla, se llega a las siguientes conclusiones.

Los resultados de las encuestas muestran que los países de procedencia de los turistas extranjeros no residentes son: 26% de Brasil, 24% de Chile, 8% España y Perú y con menos del 5% Argentina, Estados Unidos, Ecuador, entre otros. En cuanto a la preferencia de visitar nuevamente a la isla, el 82% de los encuestados asegura un regreso. La mayoría de los turistas extranjeros se encuentran en un rango de edad entre 30 y 40 años con un 39%, el 29% entre 25 y 30 años, el 13% tiene más de 50 años, el 11% tiene entre 40 y 50 años y el 8% tiene entre 18 y 24 años.

Los motivos de viaje que reportaron los turistas son: 42% descanso y placer, 23% diversión, 20% conocer otro destino, 6% cultura y con menos del 3% visita a familiares, compras y realizar investigación. Los atractivos turísticos preferidos por los turistas extranjeros no residentes, según su grado de interés, son: 76% se siente muy interesado en la visita a los cayos, seguido de un 49% que se siente muy interesado en visitar las playas, el 46% se siente interesado en el eco-turismo, el 46% se siente muy interesado por los recorridos y el disfrute del entorno físico, y el 58% se siente medianamente interesado por las actividades náuticas.

El medio preferido de pago de los turistas extranjeros no residentes es, con un 53%, la tarjeta de crédito y con 39% efectivo. Los gastos promedios diarios en alimentación en un 49% están entre 15 USD y 30 USD, los gastos en servicios turísticos en un 32% están entre 20 USD y 30 USD y el 34% prefieren adquirir estos servicios turísticos directamente en el lugar turístico.

El turista extranjero no residente que visita la isla de San Andrés, encuestado durante los meses de abril y mayo del 2022, tiene el siguiente perfil: proviene de Brasil o Chile, en su mayoría, tiene entre 30 y 40 años, eligió la isla para el descanso o placer, para realizar actividades turísticas que tengan como principal protagonista el mar, la visita de los cayos, los recorridos alrededor de la isla, paseos ecológicos y el turismo cultural y está dispuesto a pagar diariamente entre 20 y 30 USD, por estos planes. Además, es un turista que prefiere consumir sus alimentos en restaurantes típicos de la isla y pagar con tarjeta de crédito la mayoría de los servicios y productos demandados, que son, principalmente, alimentos, licores y bebidas.

Por último, resulta necesario que los responsables de ofrecer servicios turísticos tomen en cuenta el perfil del turista extranjero no residente, ya que conocer las motivaciones de viajes, las barreras o dificultades que encontraron en el destino, son herramientas para mejorar y diversificar la oferta de productos y servicios coherentes a las necesidades, expectativas y características que describe este análisis y que se analicen, posteriormente, para condicionar su oportunidad de viaje. El interés de los

prestadores de servicios turísticos y tomadores de decisiones debe centrarse en la diversificación de la oferta de sol y playa con un modelo turístico sostenible orientado a convertir las islas en un destino predilecto por extranjeros. En la medida en la que se aproveche su ventaja comparativa, en cuanto a su condición de reserva de biosfera, los paisajes, el ecosistema y biodiversidad marina y terrestre, se podría tener condiciones estructurales para el disfrute, la adquisición de conocimiento, eco-turismo y diversión.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.

- Aguilera Díaz, M. (2010). *GEOGRAFÍA ECONÓMICA DEL ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA* (Vol. Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional). (B. d.–S. Cartagena., Ed.) Cartagena.
- Andrés, C. d. (2022). *Registro Nacional de Turismo* . San Andrés Isla: Camara de Comercio San Andres, reporte RNT.
- Bonet-Morón, J., Ricciulli-Marín, D., & Peña, D. (2021). *San Andrés y Providencia en* (Vol. Núm. 296). (B. d.–S. Cartagena., Ed.)
- DANE. (2021). *Cuentas Nacionales, Departamentales*. Departamento de San Andrés y Providencia.: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).
- DANE. (2022). *Cuenta satélite de Turismo (CST)*. Bogotá: Departamento Administartivo Nacional de Estadística.
- DANE. (2022). *Cuentas Nacionales, Departamento de San Andres, Providencia y Santa Catalina*. . Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- James Cruz, J. (2014). *La travesía Economica del Poder, Una mirada a la historia de San Andrés*. San Andrés Isla: Universidad Nacional de Colombia, sede Caribe.
- MinComercio. (2022). *Informes de turismo, Febrero 2022*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- MinComercio. (Abril de 2022). *Perfiles Economicos Departamentales*. (M. d. Colombia, Ed.) *Oficina de Estudios Económinos*, 22.
- Santos, R. (2021). *SENIOR TOURISM, TOURIST PROFILE AND THEIR*. Panamá: Societas. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Panamá, Panamá.