



REMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO

FECHA : Cartagena, 23 de octubre de 2014.
DE : COMITÉ DE GRADUACIÓN
PARA : Doctor(es):
DENYSSE MARRUGO TORRENTE
CLAUDIA PATRICIA CIFUENTES MONTEALEGRE

condición de:

Para su consideración y estudio remito a usted(es) Trabajo de Grado titulado: "IMPACTO SOCIOECONÓMICO GENERADO A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS MONUMENTOS SOBRE LA POBLACIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C".

AUTOR(ES) : NOLET GIRADO ACUÑA
FERNANDO LUIS BARRIOS ESCOBAR

ASESOR(A) : AMAURY JIMÉNEZ MARTÍNEZ

Si please permitir el concepto respectivo marcando con una X los términos de:

APROBADO



NO APROBADO



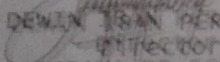
APLAZADA



MERITORIA



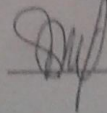
Atentamente,


DENYSSE MARRUGO TORRENTE
Directora
PROGRAMA DE ECONOMÍA

Recibe Evaluadores:

FIRMAS - FECHA

1. DENYSSE MARRUGO TORRENTE



P.D.: El plazo máximo para la entrega de este concepto es hasta el 21 de noviembre de 2014.

Anexo: Formato de Observaciones.



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ECONOMÍA



REMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO

FECHA : Cartagena, 23 de octubre de 2014.
DE : COMITÉ DE GRADUACIÓN
PARA : Doctor(es):
DENYSSE MARRUGO TORRENTE
CLAUDIA PATRICIA CIFUENTES MONTEALEGRE

Cordial saludo:

Para su consideración y estudio remito a usted(es) Trabajo de Grado titulado: "IMPACTO SOCIOECONÓMICO GENERADO A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS MONUMENTOS SOBRE LA POBLACIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS D.T. Y C".

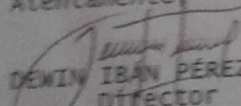
AUTOR(ES) : NOLET GIRADO ACUÑA
FERNANDO LUIS BARRIOS ESCOBAR

ASESOR(A) : AMAURY JIMÉNEZ MARTÍNEZ

Sírvase remitir el concepto respectivo marcando con una X los términos de:

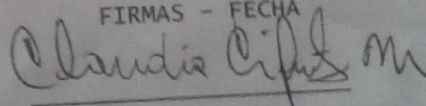
APROBADO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO APROBADO	<input type="checkbox"/>
APLAZADA	<input type="checkbox"/>	MERITORIA	<input type="checkbox"/>

Atentamente,


DENWIN IBAN PÉREZ FUENTES
DIRECTOR
PROGRAMA DE ECONOMÍA

Recibe Evaluadores:

1. CLAUDIA CIFUENTES MONTEALEGRE

FIRMAS - FECHA


P.D: El plazo máximo para la entrega de este concepto es hasta el 21 de noviembre de 2014.

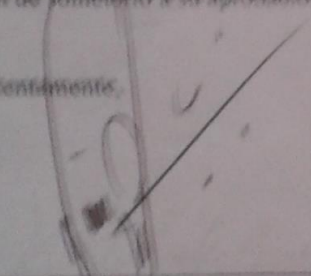
Anexo: Formato de observaciones.

Cartagena de Indias D. T. y C. 23 de Octubre de 2014

Señores,
COMITÉ DE GRADUACION
Programa de Economía
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena
E.S.M.

Por medio de la presente nos permitimos presentar ante ustedes el proyecto de grado titulado **IMPACTO SOCIOECONÓMICO GENERADO A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS MONUMENTOS SOBRE LA POBLACION DE CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**, elaborado por los estudiantes Nolet Cifredo Acosta y Fernando Luis Barrios Escobar, bajo mi asesoría y coautoría con el fin de fomentarlo y su aprobación o sugerencias que consideren necesarias.

Atentamente,



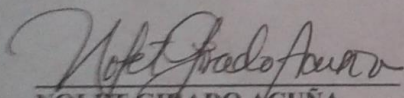
AMAURY JIMÉNEZ MARTÍNEZ
ASESOR COAUTOR

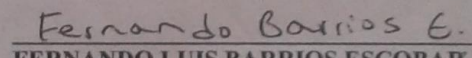
Cartagena de Indias D. T. y C. 23 de Octubre de 2014

Señores,
COMITÉ DE GRADUACION
Programa de Economía
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Cartagena
E.S.M.

Por medio de la presente me permito presentar ante ustedes el proyecto de grado titulado **IMPACTO SOCIECONOMICO GENERADO A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO TURISTICO DE LOS MONUMENTOS SOBRE LA POBLACION DE CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**, elaborado bajo la asesoría y coautoría del Docente **Amaury Jiménez Martínez** con el fin de someterlo a su aprobación o sugerencias que consideren necesarias.

Atentamente,


NOLET GIRADO ACUÑA
C.C. 1.128.059.508 de Cartagena
Estudiante de Economía


FERNANDO LUIS BARRIOS ESCOBAR
C.C. 1070819079 de Sn Bdo del Viento
Estudiante de Economía

**IMPACTO SOCIOECONÓMICO GENERADO A PARTIR DEL
APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS MONUMENTOS SOBRE LA
POBLACIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**

NOLET GIRADO ACUÑA

FERNANDO LUIS BARRIOS ESCOBAR

AMAURY JIMÉNEZ MARTÍNEZ

ASESOR-CO AUTOR

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ECONOMÍA

CARTAGENA DE INDIAS, D. T. Y C.

2014

Contenido

0. INTRODUCCIÓN	17
0.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	19
0.1.1 Formulación del problema.....	20
0.2 JUSTIFICACIÓN.....	21
0.3 OBJETIVOS	22
0.3.1 Objetivo general.....	22
0.3.2 Objetivos específicos	22
0.4 MARCO REFERENCIAL	23
0.4.1 Antecedentes.....	23
0.4.2 Marco Teórico.....	27
0.4.3 Marco Conceptual.....	32
0.4.4 Marco legal	34
0.5 DISEÑO METODOLÓGICO	36
0.5.1 Delimitación espacial.....	36
0.5.2 Delimitación Temporal	36
0.5.3 Tipo de Investigación.....	36
0.5.4 Fuentes	37
0.5.5 Operacionalización de las variables.....	37
0.5.6 Población	38
0.5.7 Muestra	38
0.5.8 Participantes del proyecto.....	38
0.5.9 Recursos disponibles.....	38

0.5.10 Cronograma	39
1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL INVENTARIO DE MONUMENTOS Y SU APROVECHAMIENTO CULTURAL EN CARTAGENA	40
1.1 HISTORIA DE CARTAGENA.....	40
1.1.1 El Descubrimiento y la Conquista	40
1.1.2 La Colonia.....	41
1.1.3 La Independencia.....	43
1.1.4 La República.....	44
1.1.5 Cartagena en el siglo XX.....	44
1.2 HISTORIA DE LOS MONUMENTOS LOCALIZADOS EN LA CIUDAD DE CARTAGENA	45
1.2.1 Centro Amurallado	48
1.2.2 Getsemaní	52
1.2.3 Castillo San Felipe de Barajas	53
1.3 IMPORTANCIA DE LOS MONUMENTOS EN EL TURISMO	54
2. CONCEPTUALIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO	57
2.1 CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO	57
2.2 CONTEXTO INTERNACIONAL.....	59
2.3 CONTEXTO NACIONAL	66
2.4 LA SITUACIÓN DEL TURISMO EN CARTAGENA	70
2.4.1 Características de la oferta de turismo en Cartagena.....	77
3. MERCADO LABORAL TURÍSTICO Y APROVECHAMIENTO DE LOS MONUMENTOS EN CARTAGENA	86

3.1 CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS TRABAJADORES	86
3.2 CARACTERÍSTICAS LABORALES DE LOS TRABAJADORES.....	91
3.2.1 Tipología del empleo	91
3.2.2 Ingresos y seguridad social.....	95
3.2.3 Formalización, agremiaciones y restricciones en el empleo.....	99
3.2.4 Sitio de trabajo, características de los trabajadores y de sus empleos	101
3.2.5 Satisfacción con el trabajo	104
3.2.6 Dinámica reciente de la demanda de entradas a monumentos.....	108
4. RECOMENDACIONES DE POLÍTICA ECONÓMICA ENFOCADAS AL TURISMO	
.....	111
4.1 TURISMO Y DISMINUCIÓN DE LA POBREZA	111
4.2 FOMENTAR EL TURISMO DE EVENTOS.....	113
4.3 MEJORAMIENTO DE LA SEGURIDAD EN LOS MONUMENTOS DE LA	
CIUDAD	116
5. CONCLUSIONES.....	118
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	121

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Turismo internacional, llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional, 2012.....	61
Gráfica 2. Turismo receptor por motivo de visita, 2012.....	62
Gráfica 3. Turismo receptor por medio de transporte, 2012.....	63
Gráfica 4. Lugar de procedencia de los viajeros extranjeros	68
Gráfica 5. Viajeros extranjeros no residentes ciudad de destino, 2012	69
Gráfica 6. Motivo del viaje	69
Gráfica 7. Cantidad de cruceros que arribaron a Cartagena, 2008-2012	72
Gráfica 8. Variación en la movilización de pasajeros internacionales por el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena, 2004-2012	72
Gráfica 9. Procedencia de pasajeros internacionales movilizados en el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena, participación porcentual, 2012	73
Gráfica 10. Número de pasajeros movilizados en la Terminal de Transportes de Cartagena, ene-2000 a nov-2008	75
Gráfica 11. Ocupación hotelera en Cartagena y Colombia, 2009-2010	76
Gráfica 12. Tarifa por habitación, promedio Cartagena y Colombia, 2010	76

Gráfica 13. Edad de los trabajadores	87
Gráfica 14. Sexo de los trabajadores.....	88
Gráfica 15. Estado civil de los trabajadores.....	89
Gráfica 16. Estrato socioeconómico de los trabajadores	89
Gráfica 17. Nivel educativo de los trabajadores	90
Gráfica 18. Parentesco del trabajador con el jefe de hogar.....	91
Gráfica 19. Sitio usual de trabajo de los trabajadores.....	92
Gráfica 20. Actividad que realiza en el sitio de trabajo	92
Gráfica 21. Producto o servicio que se ofrece en el sitio de trabajo.....	93
Gráfica 22. Horas de trabajo diario.....	93
Gráfica 23. Horas de trabajo semanal	94
Gráfica 24. Meses de permanencia en el empleo de los trabajadores.....	95
Gráfica 25. Remuneración mensual de los trabajadores	96
Gráfica 26. Remuneración según Género del trabajador	97
Gráfica 27. Personas en el hogar beneficiadas del trabajo.....	97
Gráfica 28. Nivel en que el trabajo es adecuado para atender las necesidades del hogar	98

Gráfica 29. Cotiza salud.....	99
Gráfica 30. Cotiza pensión.....	99
Gráfica 31. Aporta cesantías.....	99
Gráfica 32. Tenencia de Contrato de los trabajadores	100
Gráfica 33. Afiliación a asociación, organización o sindicato de vendedores.....	100
Gráfica 34. Existencia de hora límite para ejercer la actividad	100
Gráfica 35. Existencia de restricción(es)	100
Gráfica 36. Entidad que impone la restricción a los trabajadores.....	101
Gráfica 37. Distintivo obligatorio para desarrollar la actividad	101
Gráfica 38. Sitios de trabajo según Género	102
Gráfica 39. Sitios de trabajo según ingresos.....	102
Gráfica 40. Sitios de trabajo según nivel educativo.....	103
Gráfica 41. Sitios de trabajo según actividad desarrollada en el sitio de trabajo.....	104
Gráfica 42. Sitios de trabajo según producto o servicio que se ofrece en el sitio de trabajo.....	104
Gráfica 43. Satisfacción con la cantidad de horas trabajadas	106
Gráfica 44. Satisfacción con la aplicación de su conocimiento en el trabajo	106

Gráfica 45. Satisfacción con el pago o ganancia recibido en el trabajo	106
Gráfica 46. Satisfacción con los beneficios y prestaciones que recibe.....	106
Gráfica 47. Satisfacción con la jornada laboral que tiene actualmente	106
Gráfica 48. Satisfacción con la estabilidad que le proporciona el empleo	106
Gráfica 49. Satisfacción general con la actividad económica que desarrolla	107
Gráfica 59. Entradas a Castillo de San Felipe 2006-enero a 2014-diciembre. Cantidad de visitantes y variaciones porcentuales mensuales	109
Gráfica 60. Entradas a Museo de las Fortificaciones 2006-enero a 2014-diciembre. Cantidad de visitantes y variaciones porcentuales mensuales	109
Gráfica 61. Entradas a Fuerte de San Fernando y Batería del Ángel San Rafael Bocachica 2006- enero a 2014-diciembre. Cantidad de visitantes y variaciones porcentuales mensuales	110
Gráfica 53. Eventos, congresos y convenciones en la ciudad de Cartagena según su tipo	114
Gráfica 54. Sitios turísticos visitados por los turistas de eventos en Cartagena.....	114
Gráfica 55. Opinión de los turistas de eventos de la ciudad de Cartagena como destino turístico	115

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clúster turístico de Cartagena	85
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Bienes declarados bien de interés cultural en Cartagena de Indias, Colombia.....	46
Tabla 2. Llegadas de turistas internacionales	64
Tabla 3. Ingresos por turismo internacional	65
Tabla 4. Segmentos turísticos de Colombia por región	66
Tabla 5. Llegada de viajeros extranjeros según su país de origen	68
Tabla 6. Tipos de operadores turísticos en Cartagena	70
Tabla 7. Tasa de Ocupación Hotelera.....	73
Tabla 8. Hoteles afiliados a ASOTELCA.....	803
Tabla 9. Hoteles afiliados a COTELCO	815
Tabla 10. Estadísticos descriptivos de la edad según sexo	87

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Murallas del Centro Histórico de la ciudad de Cartagena	517
Ilustración 2. Localización de las Murallas del Centro Histórico en Google Maps	¡Error!
Marcador no definido.	
Ilustración 3. Murallas en el Barrio Getsemaní	53
Ilustración 4. Localización de las Murallas en la Barrio Getsemaní en Google Maps	52
Ilustración 5. Castillo San Felipe	54
Ilustración 6. Localización del Castillo San Felipe en google maps	53

Resumen

La presente tesis tiene como objetivo principal analizar el impacto socioeconómico generado a partir del aprovechamiento turístico de los monumentos sobre la población de Cartagena de Indias D.T. y C en el periodo 2006-2012. La población que se estudia es la conformada por los 114 monumentos de carácter nacional registrados en la lista de Bienes de Interés Cultural del Ministerio de Cultura; la muestra la componen las 40 fortificaciones de cuya lista, que es donde hay mayor afluencia de turistas y por lo tanto de negocios formales e informales. Se realizaron 127 entrevistas a los vendedores informales escogidos al azar, dado que no se encontraron registros sobre la cantidad total que laboraran en los alrededores de los monumentos de la ciudad.

La investigación muestra que los trabajadores que hacen algún tipo de aprovechamiento de los monumentos de la ciudad, en general, son de edades mayores, principalmente hombres, que conviven en pareja (casados y en unión libre), de estratos y nivel educativo bajos, y encabezan un hogar. Se destacan por ocupar principalmente el área próxima al monumento de la India Catalina, plazas y parques, así como las murallas y el Castillo de San Felipe, aquí se desempeñan como vendedores de alimentos y bebidas, las remuneraciones comúnmente no son muy altas, poco alcanzan para atender sus necesidades. Por todo lo anterior se propone el crecimiento del turismo de eventos en la ciudad, acompañado de una mejora en la percepción de seguridad y la creación de políticas sociales y económicas que tengan impacto en el nivel de empleo, ingresos y calidad de vida de los cartageneros principalmente los que laboran alrededor de los monumentos.

0. INTRODUCCIÓN

Cartagena de Indias D. T. y C., desde sus inicios se ha destacado como ciudad puerto, enclave para conquista y colonización; también para el comercio, vocación de intercambios comerciales y de estrategia militar. Después de la guerra de la independencia, Cartagena entra en una época de empobrecimiento, y siendo testimonio de un pasado de riqueza, funda su posibilidad de salir adelante primordialmente en dos aspectos: en recuperar su condición de puerto y mediante la valoración de sus monumentos como legado cultural y fuente de servicios turísticos, el cual adquiere un valor que es explotado mediante su aprovechamiento para el desarrollo de la industria turística. Desde principios del siglo XX a la par de recuperar los puertos, este desarrollo turístico debería tener una función social, estar al servicio del bienestar de todos los habitantes, lo que al mirar la actualidad de la Ciudad esto no se ha dado de manera eficaz.

Teniendo en cuenta que la actividad del turismo brinda mayores oportunidades de inclusión social y económica a la población con relación a las demás actividades; entonces: ¿Por qué Cartagena teniendo un potencial tan grande en esta actividad no ha podido sacar un mayor provecho que permita aumentar el empleo formal, los ingresos per cápita, reducir los altos índices de desigualdad y erradicar la pobreza.

El siguiente trabajo pretende dar respuesta al anterior interrogante, para lo cual se divide en 11 partes, incluyendo esta introducción. En una segunda parte, se describe y formula el problema. Posteriormente, se presenta la justificación y los objetivos. En una cuarta parte, se

desarrolla el marco referencial. En una quinta parte el diseño metodológico. Siguiendo con la sexta parte que describe la evolución histórica del inventario de monumentos y su aprovechamiento cultural en Cartagena. Luego en una séptima parte se describe el comportamiento del sector turístico de la ciudad. En una octava parte se abarca el mercado laboral turístico y el aprovechamiento de los monumentos en Cartagena. Finalmente se encuentran las recomendaciones de política económica enfocadas al turismo y por ultimo las conclusiones y las referencias bibliográficas.

0.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los monumentos hacen parte de uno de los mayores atractivos turísticos de la ciudad de Cartagena de indias. Su carácter histórico y ubicación estratégica, los hacen sitios y escenarios perfectos para entrar en contacto con lo vivido en la época colonial. A través de los años, los monumentos se han venido aprovechando desde los ámbitos, económico, social, político y cultural, los cuales a su vez han aportado al crecimiento de la actividad del turismo y de otros sectores y por lo tanto al crecimiento económico de la ciudad.

Los monumentos en su gran mayoría son de carácter nacional y algunos pocos de carácter distrital, clasificación que es manejada por el Consejo de Monumentos Nacionales. Su vigilancia y control ha estado a cargo del Ministerio de Cultura en el caso de los nacionales y por la alcaldía en el de los distritales; Estos organismos han cedido la administración de los monumentos a entidades sin ánimo de lucro, con el fin de que se garantice su autosostenibilidad, se invierta en rescatar y mantener la cultura histórica de la ciudad. Sin embargo, no todos los monumentos generan ingresos, en algunos casos por su subutilización, por lo que su mantenimiento y restauración es financiado con los excedentes económicos generados por los monumentos de mayores ingresos.

Alrededor de los monumentos se mueven muchas actividades económicas, sobre todo las del sector servicios, que es el sector que más aporta a la economía cartagenera tanto en ingresos, como en empleos; pero a pesar de esto la ciudad presenta cifras preocupantes¹: Un nivel de

¹ DANE-GEIH, 2012.

Pobreza del 32.7%, la pobreza extrema es del 5.9%, se presenta un coeficiente de Gini del 0.482, una tasa de desempleo del 9.7%, el subempleo subjetivo es del 15.6% y el subempleo objetivo del 5.6%. Todo lo anterior hace que aumenten los niveles de inseguridad y violencia, lo que a su vez aleja principalmente la inversión extranjera directa y la afluencia de turistas. Es conmovedor ver cómo una Ciudad vive esta situación con tantas ventajas comparativas generadas por la calidad de sus puertos, ubicación, playas, gastronomía, cultura, historia, gente, declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad por la Unesco (1984).

Lo anteriormente expuesto ha hecho que el sector turismo pierda competitividad frente al resto del mundo teniendo en cuenta los altos costos imperantes en la ciudad, por lo que las empresas, para no trabajar a pérdidas o en un extremo tener que cerrar, se ven obligados a recortar el personal y/o a pagar bajos salarios; además se ha incrementado la pérdida de identidad cultural de los mismos ciudadanos y el deterioro de una parte del patrimonio histórico. En concordancia con todo lo expuesto acerca de los problemas que atraviesa la Ciudad y resaltando la importancia que tiene la existencia de monumentos para el crecimiento económico y cultural de una sociedad se plantea el siguiente interrogante (Quintero, Bernal y López 2005).

0.1.1 *Formulación del problema*

¿Cuál ha sido el impacto socioeconómico generado a partir del aprovechamiento turístico de los monumentos sobre la población de Cartagena de Indias D. T. y C. en el periodo 2006 - 2012?

0.2 JUSTIFICACIÓN

La Ciudad de Cartagena de Indias a través de los tiempos ha sido reconocida por ser uno de los principales destinos turísticos de Colombia, siendo precisamente el sector turismo un gran motor para su crecimiento y desarrollo económico; además un aspecto que hace a la Ciudad diferente a los demás destinos es su patrimonio histórico y cultural, principalmente en el caso de sus monumentos. En concordancia con esto, es necesario llevar a cabo el estudio del impacto socioeconómico que ha generado el aprovechamiento turístico de los monumentos sobre la población cartagenera en el período a abordar, debido a que a la fecha no se ha desarrollado ninguna investigación formal que permita identificar el impacto que tiene sobre el ingreso y el empleo de la ciudad el uso de los monumentos; a través de este trabajo se podrá analizar si se les ha dado un uso adecuado, buscar mejores alternativas como atractivo turístico, el aumento de ingresos, mejorar la calidad y aumentar los empleos en el sector; por consiguiente mejorar el crecimiento económico y recuperar la identidad cultural de la ciudad.

Asimismo, se crearán estadísticas sobre ingresos y empleos informales generados alrededor de los monumentos, que con el resto del trabajo, permitirán a los entes públicos y privados relacionados con el sector, formular políticas que faciliten e impulsen el desarrollo del turismo, mediante el mantenimiento y conservación del legado histórico, cultural y patrimonial; además la presente investigación será de mucha utilidad a los estudiantes, profesores y a todas aquellas instituciones, públicas o privadas interesados en el desarrollo de la actividad del Turismo.

0.3 OBJETIVOS

0.3.1 Objetivo general

Analizar el impacto socioeconómico generado a partir del aprovechamiento turístico de los monumentos sobre la población de Cartagena de Indias D. T. y C en el periodo 2006-2012.

0.3.2 Objetivos específicos

- Describir la evolución histórica del inventario de monumentos y el aprovechamiento cultural a razón de su existencia en la ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C.
- Describir el comportamiento del sector turismo en la ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C. en el periodo 2006 – 2012.
- Determinar la participación del empleo y los ingresos generados alrededor de los monumentos en la ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C. en el periodo 2006 – 2012.
- Proponer recomendaciones de política económica enfocadas al turismo, con miras a lograr su crecimiento y desarrollo en la ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C.

0.4 MARCO REFERENCIAL

0.4.1 Antecedentes

Existen muchos estudios de autores reconocidos donde se resalta la importancia del turismo para el crecimiento económico y desarrollo de una ciudad o región; además del aporte adicional proveniente de la existencia de los monumentos. Después de analizar la literatura estudiada, a continuación se resaltaré la que tiene mayor relevancia y relación con el tema de estudio:

A nivel internacional hacemos referencia a los siguientes estudios:

Ruiz (2012), en su tesis doctoral Guanajuato (México): Dinámica y Estructura de un Destino Turístico Patrimonio de la Humanidad; analizó la relación turismo-ciudades histórica, enfocándose en la Ciudad histórica de Guanajuato declarada Patrimonio de la Humanidad. Planteó dos niveles de análisis: De dinámica y de estructura, el primero a través de la caracterización de la Ciudad mostrando su historia, evolución urbana y sus características socioeconómicas; además resaltó la importancia de la relación estructura cultural-turismo. Por otro lado en el análisis de estructura, estudió la evolución de la afluencia y caracterización de visitantes, observó la oferta turística comercial de la ciudad, en cuanto a su evolución y composición. Hizo una presentación de la política turística y de manera consumada presentó las incidencias económicas por medio del gasto turístico en la ciudad y el recaudo municipal por conceptos de turismo; Las incidencias sobre la estructura patrimonial, mediante el aprovechamiento turístico de los Inmuebles y la conformación del espacio turístico y en relación

a las incidencias sociales, se analizó el panorama de los agentes sociales, patrimonialistas, empresarios y sociedad civil.

Finalmente se hacen conclusiones que responden a los objetivos e hipótesis planteadas, debido a la extensión de estas solo se resaltarán las de mayor influencia para nuestro estudio. Se encontró que de los 695 inmuebles, un 31,36%, con base a la clasificación que realiza Roberto Boullón es utilizado para la actividad turística; lo que evidencia la importancia de esta actividad en la promoción y conservación del patrimonio en la zona histórica de la ciudad.

Borrega (2009) en su artículo: “El patrimonio y su relación con el turismo”, hace hincapié en la importancia que implica que los elementos culturales participen en la actividad turística; muestra los efectos tanto positivos como negativos que puede causar en las culturas el intercambio de diferentes tipos de estas. Plantea que una de las motivaciones de hacer turismo es conocer la parte histórico-cultural de un sitio; Hace referencia a la existencia de una relación directa entre patrimonio cultural y turismo, la cual por un lado abarca la conservación de la riqueza cultural e histórica de un territorio y por otro una actividad que coloca valor a dicho patrimonio, impulsando el rescate y conservación de las diferentes expresiones culturales tanto tangibles como intangibles, lo promociona y difunde.

Resalta la importancia de la cultura expresando lo siguiente:

“Lo que no se debe olvidar nunca es que la cultura es identidad, y por tanto es orgullo de ese pueblo, por lo que jamás debe ser considerada como una forma de riqueza material negociable, sino como el nexo de unión de un pueblo, lo que le une como tal y lo consolida frente a corrientes turísticas ajenas que buscan conocer precisamente esa cultura que poseemos”.

Al final concluye y propone que el turismo debe estar planificado y propender por no degradar la cultura, sino despertar un mayor interés, en los prestadores de servicios y en los entes gubernamentales para que realicen acciones que vayan en pro del beneficio patrimonial tanto en su revalorización, preservación y conservación, como en su aprovechamiento netamente turístico.

A nivel nacional se encontró el siguiente estudio:

Brida, Monterubbianesi y Zapata (2011) En su investigación: “Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo”, analizan el caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Hacen un análisis acerca del papel del turismo y su impacto en el crecimiento económico y el desarrollo, enfocándose en 4 importantes regiones turísticas de Colombia; estudiaron la relación entre turismo y crecimiento y desarrollo económico desde dos puntos de vista complementarios. En una primera parte cuantificaron la contribución del sector turismo al crecimiento de la economía desde el año 1990 hasta el 2006. En la segunda parte, analizaron la importancia que tiene el turismo en el crecimiento y desarrollo económico de largo plazo. Los resultados mostraron una participación creciente del turismo en el crecimiento económico de cada región durante los periodos 1990-1999 y 2003-2006 y decreciente en el periodo intermedio. Se evidenció una clara causalidad positiva y unidireccional desde el gasto en turismo hacia el producto per cápita en cada región, pero también se encontraron diferencias significativas en los valores de las elasticidades entre las variables estudiadas; lo anterior quiere decir que un aumento del gasto turístico provocará efectos distintos en el crecimiento económico de cada región.

A nivel local se referencian dos trabajos de mucha importancia para nuestro estudio:

Samudio (2006) en su investigación: “Cartagena veintiún años después de ser declarada patrimonio mundial”, hace un recorrido por la evolución urbana del centro histórico de Cartagena de Indias, a principios del siglo XX, cuando esta empieza su recuperación después de los conflictos que atravesó; después de esta situación expone que la ciudad y sus autoridades toman conciencia acerca de la importancia de preservar su patrimonio monumental. También planteó un análisis a la legislación buscando la conservación del patrimonio urbano y arquitectónico de Cartagena; además de cómo se dio el proceso de restauración de las viejas casas coloniales para sus nuevos usos. Hace referencia sobre la inclusión de Cartagena en la lista del Patrimonio Mundial y sus consecuencias. Por último muestra la situación actual, rodeada de un fuerte aumento de la demanda inmobiliaria y las posibles repercusiones en el aspecto socioeconómico, urbanístico y ambiental.

Mendoza (2012) en su trabajo “Análisis del sector turismo en Cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad”, buscaba analizar estrategias más acertadas que debían establecerse para mejorar los problemas del sector turismo en Cartagena y hacerlo más competitivo en el mercado internacional, para ello utilizó una matriz DOFA. Hizo una caracterización del sector turismo determinando los puntos críticos del mercado hotelero, por medio de encuestas aplicadas a empresas hoteleras, de turismo y alcaldía distrital; Se identificaron las inconformidades de los turistas, aplicando una encuesta de satisfacción al cliente y haciendo un diagnóstico a través de la matriz DOFA se determinaron las causas reales a los problemas presentados en este sector; encontrando que el grado de satisfacción de los turistas se puede considerar en un término alto/medio, las mayores falencias las presentaban la

rapidez en los servicios como el registro en los hoteles, las organizaciones de los tours, la puntualidad, el transporte, las zonas comunes de los hoteles.

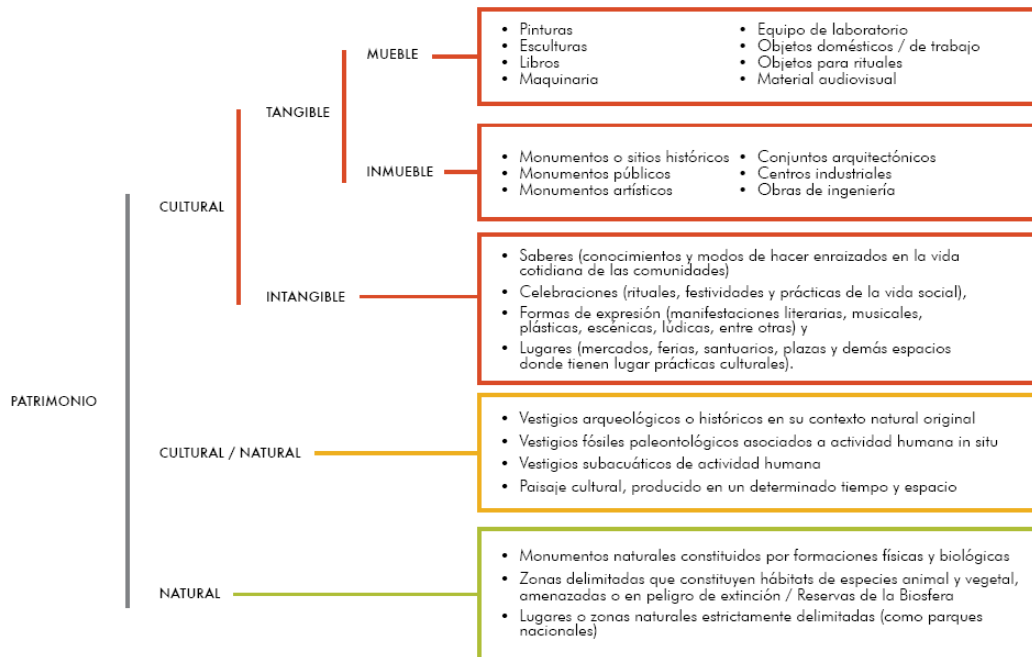
Finalmente se elaboraron las siguientes estrategias para mejorar los problemas encontrados: Llevar a cabo un plan de organización para los tours ofrecidos en la ciudad, mejorar los niveles de seguridad en la ciudad, velar y cuidar el Patrimonio Turístico de Cartagena, conservación de playas e islas de Cartagena, tener un mayor control del sistema de transporte en la ciudad, promocionar el turismo en el mercado nacional e internacional.

0.4.2 *Marco Teórico*

0.4.2.1 Efectos económicos y sociales del Turismo Cultural

Según Borrega (2009) en su estudio: “El patrimonio y su relación con el turismo”, habla sobre que el turismo debe buscar establecer mecanismos y medidas encaminadas a desarrollar de forma eficiente la puesta en valor del patrimonio cultural, minimizando al máximo los efectos negativos en la sociedad; a través de la afluencia de turistas se contribuye a la valorización de los bienes culturales, por lo que el patrimonio cultural cumple un doble propósito: El económico y el cultural, al constituirse por bienes materiales, muebles e inmuebles, e inmateriales. Claro que el aprovechamiento económico, social y cultural no debe sobreponerse a la esencia y autenticidad del patrimonio.

En la imagen siguiente se muestra una subclasificación del patrimonio:



Fuente: ILAM, tomado de la pagina

<http://www.ilam.org/component/content/943.html?task=view>. Recuperado el 20 de agosto del 2013.

Según la convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural de la UNESCO se considerará "patrimonio cultural"²:

- Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

² UNESCO (1972), *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. en su 17a, reunión celebrada en París del 17 de octubre al 21 de noviembre.

- Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.
- Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

El concepto Patrimonio Cultural ha evolucionado, buscando la integridad en su definición, es así como en sus inicios fue llamado Patrimonio Artístico, ubicándose este concepto de la época renacentista, en la jerarquía de excelencias de la primera burguesía. Posterior a ello, fue llamado Patrimonio Histórico - Artístico, concepto del Ilusionismo dado por las expediciones científicas a principios del siglo XX. Finalmente, se construye el concepto Patrimonio Cultural, que abarca lo histórico, lo artístico y otros conceptos como lo técnico, lo popular, lo etnológico, lo natural, etc.³

En conjunto, el Patrimonio Cultural figura como un sistema, dentro del cual encontramos actividades como gestión, preservación y conservación, estudio y conocimiento y difusión; actores como el turista, la comunidad propietaria del patrimonio, el sector privado y el sector público.⁴ La conservación del Patrimonio cultural en la Ciudad de Cartagena ha estado respaldada por la rápida evolución que se ha dado en el sector turismo, debido principalmente al

³ Benavides, Jorge. (s.f.). *7 enunciados sobre la teoría del patrimonio cultural*. (p.33)

⁴ Velasco, María. (2009). *Gestión Turística del Patrimonio Cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural*. Cuadernos de Turismo. (Vol. 23,P. 239)

aumento en la afluencia de turistas a la ciudad. En consecuencia se demuestra que el turismo es un arte para la promoción del patrimonio convirtiéndose en un generador de recursos económicos y en un potencial factor de desarrollo, esencial para la economía.

Sin embargo, cabe resaltar, textualmente lo expresado en el Principio 2 de la Carta Internacional sobre Turismo Cultural, “La relación entre los sitios con Patrimonio y el Turismo, es una relación dinámica y puede implicar valoraciones encontradas. Esta relación debería gestionarse de modo sostenible para la actual y para las futuras generaciones.”⁵, teniendo en cuenta que además de ser explotado, el patrimonio debe ser conservado para garantizar su existencia.

A nivel mundial, la conservación de los monumentos ha sido de gran importancia, gracias al papel que estos juegan en la historia, cultura, economía y en aspectos sociales de la humanidad. En Cartagena, a pesar de ser una ciudad histórica con una variedad de monumentos que la hace atractiva para el turismo, es poca la información estadística que se tiene acerca de estos.

A continuación, algunas concepciones y teorías sobre monumentos:

- Monumento⁶:

⁵ ICOMOS. (1999). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*. Recuperado el 10 de agosto del 2013 en http://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf

⁶ Beltrami, M. (2010). *El monumento histórico a través del tiempo: antecedentes y orígenes*, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, consultado en la página: www.eumed.net/rev/cccss/08/mb.htm

Según Alois Riegl (s.f.), (como se cita en Beltrami, 2010):

“El monumento es una creación deliberada (gewollte), cuyo destino ha sido asumido a priori, mientras que el monumento histórico no ha sido inicialmente deseado (ungewollte) ni creado como tal; se constituye como tal a posteriori, por las moradas convergentes del historiador y del aficionado que lo seleccionan entre la masa de edificios existentes en la cual los monumentos representan una pequeña parte”.

Françoise Choay (s.f.), (como se cita en Beltrami, 2010) para clarificar el concepto de Riegl agrega que “todo objeto del pasado puede ser convertido en testimonio histórico sin haber tenido, originalmente, un destino conmemorativo. Inversamente (...), todo artefacto humano puede ser revestido, deliberadamente, de una función conmemorativa”.

- Monumento histórico⁷:

Martínez (s.f.), (como se cita en Cal, 2003) presenta el siguiente concepto:

Obra de arte antiguo (muebles, medallas, cuadros, manuscritos, inmuebles, templos, arcos, pavimentos...) siempre que interese su conservación con motivo de su bella ejecución, de su rareza, de su origen, o de los recuerdos que evocan. Por otra parte se consideraban Monumentos Artísticos: las obras de Bellas Artes, sean antiguas o modernas, cuya conservación sea conveniente por su mérito e importancia artística, prescindiendo de su utilidad histórica.

- Teoría de conservación de monumentos⁸:

⁷ Cal, Rosa. (2003). La recuperación de los monumentos históricos para acrecentar el turismo. *Revistas Científicas Complutenses* (8, 7-19).

Ruskin (1849), (como se cita en Palomares, 2011) afirma:

Se haya oído o no, no debo dejar de exponer la verdad, esto no es, una vez más, una cuestión de conveniencia o sensación de si hemos de conservar los edificios del pasado o no. En cualquier caso, no tenemos derecho a tocarlos. No son nuestros. Pertenecen en parte a aquellos que los construyeron y en parte a todas las generaciones de la humanidad que nos seguirán. (Ruskin, 1849).

Teoría de restauración de monumentos⁹:

Como afirma Boito (como se cita en Palomares, 2011):

Se puede afirmar, en general, que el monumento tiene sus estratificaciones, como la costra terrestre, y que todas, desde la más profunda hasta la superficial, poseen su valor y se deben respetar”. Además puntualiza diciendo: *“El monumento es un libro, que trato de leer sin reducciones, o añadidos. Quiere estar bien seguro de que todo lo que “allí está escrito salió de la pluma y del estilo del autor.*

0.4.3 Marco Conceptual

Turismo: Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser

⁸ Palomares, Bárbara. (2011, 16 de julio). Y llegó Jhon Ruskin y con él, el pensamiento moderno sobre la conservación del patrimonio: “Teoría sobre la conservación de monumentos” Memoria restaurada. Los lugares tienen memoria. Recuperado el 19 de agosto de 2013, de <http://loslugarestienenmemoria.blogspot.com/2011/07/y-llego-john-ruskin-y-con-el-el.html>

⁹ Palomares, Bárbara. (2011, 15 de agosto). Las teorías de la restauración en la primera mitad del siglo xx: El pensamiento de Camilo Boito. Memoria restaurada. Los lugares tienen memoria. Recuperado el 19 de agosto de 2013, de <http://loslugarestienenmemoria.blogspot.com/2011/08/las-teorias-de-la-restauracion-en-la.html>

turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Turismo cultural: Tipología de turismo que se presenta debido a la oferta de diversos aspectos culturales existentes en los destinos turísticos de una población, como rasgos, costumbres, elementos históricos, elementos artísticos, etc. Se caracteriza por ser de menor duración en relación a otro tipo de turismo, por lo cual se afirma que es un turismo estacional.

Patrimonio: Conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda y/o transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.

Patrimonio cultural: Bienes materiales, manifestaciones inmateriales, productos que representan una cultura, tales como la lengua, los dialectos, el paisaje cultural, las tradiciones, los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico.

Monumentos: Bien material de alto valor histórico, artístico y social para la cultura de una población y que guarda en su esencia un acontecimiento histórico o un hecho relevante.

Socioeconómico: Aspectos que guardan relación con la sociedad y la economía de una población.

Cultura: Conjunto de valores, costumbres, creencias, y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico.

Ingresos: Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc.

Empleo: Actividad que se realiza dado previamente un contrato entre las partes, por el cual se recibe a cambio una remuneración.

0.4.4 *Marco legal*

El turismo, los monumentos, el patrimonio y lo relacionado con la cultura, se encuentra regulado en nuestro país por la siguiente legislación:

- Constitución Política de Colombia de 1991, la cual Artículo 52 dice “...Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.”
- Ley 300 de 1996, La Ley General del Turismo, en la cual se exponen del Turismo, las Disposiciones y Principios Generales, la descentralización de las funciones, la Planeación, del mercadeo, la promoción y cooperación, la Corporación Nacional del Turismo, entre otras.
- Ley 163 (del 30/12/59) Ley de Defensa y Conservación del Patrimonio Histórico, Artístico y Monumentos Nacionales, en la cual se decretan todos los monumentos

declarados Patrimonio Histórico y Artístico del país, se especifica todo el procedimiento relacionado a conservación, vigilancia, exploración, explotación, reparación, reconstrucción, cambio de lugar, restauración; de igual forma se delegan las facultades del Consejo de Monumentos Nacional y del Gobierno.

- Ley 768 de 2002: la cual en su Título VII, trata todo lo relacionado con el Fomento de la cultura, la protección, recuperación y fomento de los bienes que integran el patrimonio artístico, histórico y cultural de los distrito, expone las competencias de las autoridades distritales, su administración, sus deberes, designa el Comité Distrital, sus respectivas funciones y los recursos que demande el Patrimonio Histórico.
- Acuerdo 041 del 21 de Diciembre del 2006, Estatuto Tributario: el cual en sus artículos 69, 70, 71 y 72, decreta las exoneraciones y exclusiones del Impuesto Predial Unificado para los monumentos, y aquellos estímulos tributarios a la protección del patrimonio inmueble y estímulos al Impuesto Predial Unificado del Distrito Turístico y Cultural de Cartagena.

0.5 DISEÑO METODOLÓGICO

0.5.1 Delimitación espacial

Este estudio se enmarca en el departamento de Bolívar, en la ciudad de Cartagena de Indias D.T. y C.

0.5.2 Delimitación Temporal

Este estudio comprenderá el periodo 2006 – 2012.

0.5.3 Tipo de Investigación

Mediante la investigación analítica, se utilizarán datos estadísticos y se estudiarán las características de cada una de las variables, buscando establecer comparaciones entre ellas; se mostrará la relación de las variables de estudio y se revelará el impacto socioeconómico y cultural dado a partir de la existencia de los monumentos en la población, formando bases para probar o invalidar el aprovechamiento de los monumentos en el desarrollo económico y cultural en la ciudad de Cartagena.

También se puede catalogar de tipo descriptiva y correlacional, teniendo en cuenta que se busca el grado de relación que existe entre la existencia de monumentos en la ciudad de Cartagena de Indias D. T. y C. y variables como el turismo, el empleo y el ingreso; se busca en esta investigación dimensionar las variables en estudio y examinar su evolución histórica.

0.5.4 Fuentes

Se hará uso de fuentes primarias; se obtendrán las estadísticas y la normatividad relacionada, directamente de las entidades que la proveen, tales como: La Corporación del Turismo en Cartagena (Corpoturismo), Escuela Taller de Cartagena de Indias, Sociedad de Mejoras Publicas (SMP), Instituto de Patrimonio y Cultura de Cartagena de Indias (IPCC), Cámara de Comercio de Cartagena (CCC), Departamento de Planeación Nacional de Estadísticas (DANE), Ministerio de Cultura, Alcaldía Mayor de Cartagena, Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Se utilizarán fuentes secundarias, como libros de textos especializados, artículos de revistas especializadas, enciclopedias, páginas web, etc.

0.5.5 Operacionalización de las variables

VARIABLES	TIPO DE VARIABLE	DEFINICION	INDICADORES	FUENTES
PIB	Independiente	Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado	Producción (\$)	Corpoturismo, , IPCC, Escuela Taller de Cartagena de Indias, SMP, CCC, DANE, Ministerio de Cultura, Ministerio de Comercio, Industria y Servicios, OMT, Encuesta,
Ingresos	Dependiente	Entrada monetaria, remuneración que recibe una persona por el desarrollo de una actividad	Ingresos por turismo	Corpoturismo, Ministerio de Comercio, Industria y Servicios, OMT, Encuesta.
Empleo	Dependiente	Ocupación u oficio que realizan las personas a cambio de una retribución económica	N° de empleos generados, tasa de empleo turística.	Corpoturismo, Ministerio de Comercio, Industria y Servicios, OMT, Encuesta.

0.5.6 Población

Para la investigación a realizar, la población que se estudiara será la conformada por los 114 monumentos de carácter nacional que aparecen registrados en la lista de Bienes de Interés Cultural del Ministerio de Cultura.

0.5.7 Muestra

La muestra estará compuesta por las 40 fortificaciones pertenecientes a la lista total de monumentos; se tomará este criterio porque es alrededor de las fortificaciones donde hay mayor afluencia de turistas y por lo tanto de negocios formales e informales. Se realizará una encuesta piloto para calcular la muestra óptima de encuestas a aplicar a los trabajadores informales y encontrar un estimado de las variables que abarcara nuestro estudio.

0.5.8 Participantes del proyecto

ESTUDIANTE	CÓDIGO	CORREO
Girado Acuña Nolet	0430910049	malta29@hotmail.com
Barrios Escobar Fernando	0430910019	fernandobarrios_1992@hotmail.com

0.5.9 Recursos disponibles

Durante la ejecución del presente estudio se estiman los siguientes gastos:

GASTOS	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel	03	\$15.000	\$45.000
Escaneo de imágenes y documentos	100	\$400	\$40.000
Fotocopias	100	\$100	\$10.000
Impresión de documentos	300	\$300	\$90.000
Anillado	2	\$7.000	\$14.000
Empastados	2	\$15.000	\$30.000
Transportes		\$150.000	\$150.000
Materiales		\$70.000	\$70.000
Otros gastos		\$250.000	\$250.000
Textos	2	\$120000	\$240000
TOTAL			\$939.000

0.5.10 Cronograma

ACTIVIDAD	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrega de propuesta																																
Elab. De Anteproyecto																																
Entrega de anteproyecto																																
Elab. De Proyecto																																
Entrega de Proyecto																																
Entrega de Concepto																																
Sustentación																																

1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL INVENTARIO DE MONUMENTOS Y SU APROVECHAMIENTO CULTURAL EN CARTAGENA

1.1 HISTORIA DE CARTAGENA

Durante la segunda mitad del siglo XX Cartagena se consolidó como el primer centro turístico del país. Tanto en el número de visitantes llegados como en su infraestructura turística la ciudad experimentó un crecimiento extraordinario (Báez Ramírez & Calvo Stevenson, 1999, pág. 22). Atendiendo lo anterior, el presente capítulo mostrará un esbozo de la historia de la ciudad de Cartagena y además un inventario de los monumentos de la misma, con el fin de comprender cómo y por qué se da su aprovechamiento cultural¹⁰.

1.1.1 *El Descubrimiento y la Conquista*

Se comienza el relato de la historia de Cartagena con Rodrigo de Bastidas, notario de Sevilla, que en el año 1501 descubrió la Bahía de Cartagena nombrada por él como “Golfo de Barú”. El nombre de Cartagena en la Bahía fue documentado en 1503 en una Real Provisión de la Reina Isabel la Católica.

La ciudad fue fundada, con todos los requisitos legales correspondientes, el 1° de Junio de 1533 por Don Pedro de Heredia, bajo el nombre de “Cartagena de Poniente”. La fundación

¹⁰La mayor parte del contenido histórico y los subtítulos en los que se dividirá el texto son tomados del libro “Breve historia de Cartagena 1501 – 1901” de Eduardo Lemaitre.

condujo al trazo de calles, cuadras y plazas, se repartió el espacio para los pobladores; se eligieron alcaldes y funcionarios y por último, se realizaron los rituales ceremoniales.

Luego de atravesar diversos acontecimientos como la invasión del pirata Roberto Baal y múltiples investigaciones a Pedro de Heredia por su conducta, la ciudad de Cartagena se convirtió en una colonia cuyas actividades económicas principales era la del comercio y los aspectos portuarios (viajeros y mercancías dirigidas a Perú).

1.1.2 *La Colonia*

Dado el desarrollo obtenido por Cartagena (gracias al puerto, a la dificultad de ser atacada, entre otras cosas) el Rey Felipe II en el año 1574 le dio el título de “ciudad” y el permiso para usar un escudo de armas.

La piratería fue con seguridad una influencia principal en el desarrollo de Cartagena en el siglo XVI. Al menos en tres ocasiones – 1544, 1560 y 1586¹¹ – la ciudad fue víctima de gran destrucción y pérdidas financieras como resultado de incursiones piráticas, dos veces a manos de franceses y una de ingleses (Lane, 2009, pág. 115). Dichos ataques crearon un ambiente de temor e incertidumbre en los habitantes de la ciudad a pesar de que nunca fue robado el tesoro que era enviado a España anualmente (conformado por esmeraldas, perlas y plata).

¹¹ En este año se presentó el ataque pirata de mayor gravedad –según la opinión de diversos historiadores- a cargo de Francis Drake, quién se apoderó de Cartagena en una noche con una escuadra de 23 navíos y alrededor de 3000 hombres. Atemorizó a la población, quemó 200 casas, destruyó una nave de la catedral en construcción y robó todas las campanas y joyas de la ciudad; al final recibió 107.000 ducados por el rescate de la ciudad.

No había manera alguna de predecir los ataques de los piratas; el único camino que le quedaba a la población era rezar, razón por la cual las iglesias y monumentos religiosos son el resultado de la mencionada situación. Comenzando en el siglo XVI, Cartagena se transformaría de un pueblo muy religioso, soñoliento y ocasionalmente próspero a un gran experimento urbanístico para la defensa contra los ladrones marítimos(Lane, 2009, pág. 114).

La Corona Española, ante el peligro que representaban los piratas, **decidió** realizar las primeras construcciones militares en el siglo XVII, invirtiendo grandes sumas de dinero – a pesar de utilizar mano de obra esclava- provenientes de la corona, Perú, México y Quito. Entre las obras realizadas en este siglo se encuentran: El castillo de San Luis de Bocachica, El Fuerte San Lázaro, Castillo de San Matías, Baluarte del Reducto, Baluarte de la Media Luna, entre otros. Esta centuria también significó, el paso de Cartagena de una agrupación más o menos aleatoria de chozas y ranchos pajizos, de tablas, troncos, palma y bahareque a casas de piedra coralina, argamasa de cal, ladrillo, teja y “açotea” (mortero apto para formar pisos planos de terrazas), proceso que duraría buena parte del siglo XVII (Castañeda, 2007, pág. 133)

En 1610 fue establecida la Santa Inquisición en Cartagena por el Rey Felipe III, generando una influencia significativa en todos los aspectos de la vida del siglo XVII. Los Inquisidores poseían una gran autoridad en la ciudad, sobrepasando la arbitrariedad en múltiples casos, sobre todo con los nativos. Los delitos castigados fueron la herejía, la blasfemia, la bigamia y la brujería; cuyas sanciones iban desde la imposición de vestiduras especiales, azotes, cárcel hasta la pena capital.

En el siglo XVIII se construyó el Palacio de la Inquisición, luego de pasar años alquilando casas para el funcionamiento del mismo. Es menester afirmar que este siglo se caracterizó, entre otras cosas, por su actividad constructora. La restauración de las fortalezas destruidas o deterioradas y la construcción de las murallas, fortalezas, obras de orden civil e iglesias son muestras de lo afirmado anteriormente. Entre estas podemos citar, por ejemplo, la Iglesia Santo Toribio de Mogrovejo, la de la Orden Tercera, Iglesia San Pedro Claver, el Consulado de Comercio, La boca del Puente (La Torre del Reloj), la Escollera de la Marina, La Tenaza, las Bóvedas y la terminación del Castillo San Felipe.

1.1.3 *La Independencia*

La Revolución Francesa, la independencia de los Estados Unidos de América, la prisión del Rey de España por Napoleón, la instauración de la dinastía napoleónica y el alzamiento del pueblo para derrocar a José Bonaparte y conservar los derechos de Fernando, hijo de Carlos IV, fueron los hechos que desencadenaron la revolución política que generó la independencia de la ciudad de Cartagena.

Eduardo Lemaitre asegura que el movimiento independentista tuvo un contenido político, en el sentido en que fue liderado por un partido “Piñeristas” cuyo objetivo era el poder total de la ciudad, derrocando a su partido opositor “Toledistas”, quienes poseían la presidencia de la Junta Suprema (Lemaitre, 1979, págs. 96-101). A pesar de esto, la “muchedumbre popular” fue la protagonista de esta lucha. El 11 de noviembre de 1811 un grupo de habitantes de la ciudad se puso en marcha desde Getsemaní hasta la Gobernación, asaltando antes la Sala de Armas, quienes mediante gritos, vociferaciones y amenazas pedían la independencia absoluta de

Cartagena, la división del poder público en tres, el final de la represalia de los momposinos, y otras cosas de interés político.

En los primeros días que siguieron el movimiento independentista, Cartagena quedó en manos de la población armada sumergida en un régimen de terror y anarquía, cuyo fin se dio por la elección del presidente José María del Real Hidalgo. No obstante, el éxito de la revolución se reflejó, además de la independencia conseguida, en la supresión de la Santa Inquisición, la redacción de la constitución del Estado Soberano de Cartagena y la creación del escudo y la bandera.

1.1.4 *La República*

En la época de la Gran Colombia, la ciudad de Cartagena se encontraba en ruinas como resultado de bombardeos y constantes ataques y de la caída de sus dirigentes. La población estaba disminuyendo a un ritmo alarmante y su economía estaba basada en un comercio no eficiente.

Entre los acontecimientos que marcaron esta época se encuentran: el fusilamiento del general Padilla, la llegada del Cólera que provocó la muerte de la tercera parte de la población, la guerra civil de 1885 y la constitución de 1886 (Báez Ramírez & Calvo Stevenson, 1999).

1.1.5 *Cartagena en el siglo XX*

A principios del siglo XX la ciudad se encontraba en una época de estancamiento y pobreza, llena de obras inconclusas, edificios y viviendas en ruinas, falta de alimento y

potencialmente afectada por la crisis económica mundial. Situación que continuó dos décadas más.

Los últimos 50 años han sido percibidos por propios y extraños como una época de auge de Cartagena, que contrasta con el relativo estancamiento de la ciudad a lo largo del siglo XIX y principios del XX (Báez Ramírez & Calvo Stevenson, 1999, pág. 6). En 1951 el Canal del Dique fue modernizado para brindar un servicio permanente, se construyó el oleoducto de Mamonal dando origen a la refinería de petróleo y el establecimiento de industrias petroquímicas, se construyó la carretera troncal, se mejoró la comunicación aérea, terrestre, marítima y fluvial, sumado a lo anterior se disponía de servicios públicos modernos y unos paisajes de gran belleza – contando con las reliquias históricas-, mientras se experimentaba un crecimiento demográfico y urbano. Lo anterior conllevó al fortalecimiento de la industria turística.

En conclusión, la ciudad superó la crisis de principio de siglo y se desarrolló a través de una economía dinámica basada en actividades de construcción, portuarias, industriales, y turísticas.

1.2 HISTORIA DE LOS MONUMENTOS LOCALIZADOS EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

En este apartado se presentará un listado de todos los bienes que han sido declarados de interés cultural en la ciudad de Cartagena (ver Tabla 1), incluyendo los que se encuentran en el exterior de la Bahía. Además, se procederá a realizar una descripción (localización, historias y otras características) sobre las fortificaciones, tema central del presente estudio, esto es, en los bienes donde se aplicaron las encuestas.

Tabla 1. Bienes declarados de interés cultural en Cartagena de Indias, Colombia (2013)

NOMBRE DEL BIEN	OTROS NOMBRES	GRUPO PATRIMONIAL	SUBGRUPO PATRIMONIAL	DIRECCIÓN / LÍMITES	DECLARATORIA ACTO ADMINISTRATIVO DE CLARA
Baluartes de Chambacú	Baluartes de San Miguel de Chambacú	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Getsemaní, Av. Luis Carlos López.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de La Contaduría o San Juan Bautista	Baluartes de la Candelaria	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico, entre la Av. Blas de Lezo y la Plaza.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de La Merced	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	El monumento hace parte del cordón de murallas que rodea al "Casco Histórico" de la ciudad, frente Mar Caribe, paralelo a la Av. Santander.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de San Francisco Javier	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico Plaza de Santa Teresa.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de San Ignacio	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico, entre la Av. Blas de Lezo y Plaza de San Pedro Claver.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de San José	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Getsemaní, Av. Playa del Pedregal.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de San Lucas	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico, entre la Avenida del Mar y Playa de San Carlos.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de San Pedro Mártir	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico, avenida Venezuela Frente al monumento India Catalina	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de Santa Bárbara	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Getsemaní, entre la Playa del Pedregal y el Paseo de Heredia.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de Santa Catalina	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro histórico, entre la Plaza de las Bóvedas y Avenida del Mar.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de Santa Clara	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico entre la Av. Santander y Hotel Santa Clara.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de Santa Cruz	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico, entre la Av. Santander y Playa de la Artillería.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de Santa Teresa	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Getsemaní.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluartes de Santiago	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Centro Histórico, entre el Paseo del Triunfo y la Avenida Santander.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995

Baluarte de Santo Domingo	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	El monumento hace parte del cordón de murallas que rodea al "Casco Histórico" de la ciudad, frente Mar Caribe, paralelo a la Av. Santander.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baluarte El Reducto	Baluarte El Reducto o de San Lorenzo o San Lázaro	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Getsemaní, entre la Calle del Arsenal y Playa del Pedregal.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Batería Ángel San Rafael	Batería Colateral Ángel San Rafael	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Bocachica	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Batería de Santa Bárbara	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Bocachica	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baterías colaterales del Fuerte de San Fernando de Bocachica	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Bocachica	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Baterías Santiago, San Felipe y Chambacú	Ruinas de las Baterías, San Felipe y Chambas	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Isla de Tierrabomba	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Castillo de San Felipe de Barajas y las baterías colaterales	Fuerte de San Felipe de Barajas	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Fuerte de San Felipe	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Castillo de Santa Cruz	Castillo Grande de Santa Cruz. Ruinas del Fuerte de Santa Cruz de Castillo Grande	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Club Naval de Oficiales, Barrio de Castillogrande.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de La Contaduría y San Ignacio	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de San Francisco Javier y Santiago	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de San Ignacio y San Francisco Javier	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de San José y El Reducto	Cortina entre los baluartes de San José y El Reducto o San Lorenzo	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de San Lucas y San Pedro Mártir	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de San Miguel de Chambacú y Santa Teresa	Cortina entre los baluartes de Chambacú y Santa Teresa	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de Santa Bárbara y San José	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de Santa Catalina y San Lucas	Puerta de Tierra de Cruz Grande	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de Santa Clara y Santa Catalina	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995

Cortina entre los baluartes de Santa Cruz y la Merced o Plataforma de las Ballestas	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de Santiago y Santo Domingo	Puerta de Tierra de Castillo Grande	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Cortina entre los baluartes de Santo Domingo y Santa Cruz	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Edificio Militar Las Bóvedas	Cuartel de Las Bóvedas	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Barrio San Diego, frente a la Plaza de las Bóvedas del Santa Clara.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
El Espigón	Espigón de la Marina	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Baluartes de Santa Catalina	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Fuerte Batería San José de Bocachica	Batería de San José de Bocachica	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Isla Draga	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Fuerte de San Fernando de Bocachica	Castillo de San Fernando. Castillete de San Fernando	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Isla de Tierrabomba	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Fuerte de San Sebastián del Pastillito	-	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Manga	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Fuerte del Manzanillo	Fuerte y Almacén de provisiones de San Juan de Manzanillo	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Isla de Manzanillo, Bahía Interior de Cartagena.	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Muralla entre los baluartes de La Merced y Santa Clara	Cortina entre los baluartes de La Merced y Santa Clara	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	-	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Plataforma de San Ángel	Plataforma Santángel. Ruinas de la Plataforma San Ángel	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Isla de Tierrabomba	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995
Vestigios del Castillo de San Luis	Vestigios del Fuerte de San Luis	PATRIMONIO MATERIAL	INMUEBLE	Bocachica	Decreto 1911 del 2 de noviembre de 1995

Fuente: Ministerio de Cultura de la República de Colombia.

Ahora bien, es decisión de los investigadores realizar el análisis económico del turismo en las fortificaciones que se encuentran localizadas en el Centro Amurallado, en el barrio Getsemaní y en el Fuerte de San Felipe de Barajas; debido a que es donde están más concentradas y se presentan un mayor aprovechamiento turístico.

1.2.1 Centro Amurallado

Ilustración 1. Localización de las Murallas del Centro Histórico en Google Maps



Fuente: Google Maps

Declarada patrimonio de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, las murallas de Cartagena (UNESCO, 1984) se han convertido en uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad. Están formadas por el Baluarte de Santa Catalina, convertido en Museo de las fortificaciones desde 2002; el Baluarte de San Pedro Mártir, construido en 1630 por Cristóbal de Roda; Cortinas entre: los Baluartes San Lucas y San Pedro, entre los Baluartes de Santa Catalina y San Lucas, entre los Baluartes de la Merced y Santa Clara, entre los de La Cruz y la Merced, entre los Baluarte Santo Domingo y Santa Cruz, entre los Baluartes Santiago y Santo Domingo, entre Santiago y Santo Domingo, San Francisco y Santiago, San Ignacio y San Francisco y por último la Cortina entre el Baluarte San Juan y San Ignacio.¹²

¹² Todas a excepción de la última, que hace parte de la alcaldía de Cartagena, se utilizan como espacio público.

Se encuentra, de igual forma, el Baluarte Santa Catalina, el cual posee 12 cañones y al igual que los mencionados anteriormente, su uso actual es como espacio público; Espigón en el Baluarte Santa Catalina (sin uso actual); las Bóvedas de Santa Clara, las cuales en la actualidad se encuentran ocupadas por locales comerciales donde se ofrecen productos artesanales de la región caribe colombiana para el turismo; el Baluarte de Santa Clara, construido con el fin de defender el recinto del enemigo que provenía del mar del norte; el Baluarte de la Merced, Plataforma de Ballestas, la cual posee 7 cañones y actualmente se utiliza como espacio público; el Baluarte Santa Cruz, Baluarte Santo Domingo, en el cual se encuentran localizados bares, restaurantes y una parte como espacio público; los Baluartes de Santiago, Baluarte San Francisco Javier, en los cuales funcionan también es usado como restaurante y parte de estos son utilizados como espacio público; el Baluarte San Ignacio de Loyola, su uso es privado, aquí formando parte del área donde funciona la Alcaldía de Cartagena y el Museo de Arte Moderno de la ciudad; el Baluarte San Juan Evangelista y la Puerta Principal o Boca del Puente, la cual fue construida por la necesidad de una entrada que comunicara la ciudad con el arrabal de Getsemaní (Sociedad de Obras Públicas de Cartagena, nd.).

Las murallas fueron construidas para la defensa de los ataques piratas del que era víctima la ciudad de Cartagena en el siglo XVI (ver ilustración 2). La fortaleza también fue utilizada como separación entre personas ricas y pobres; éstas últimas solo podían ingresar por motivos de trabajo. La construcción fue realizada en varias etapas, comenzando en 1608 con el ingeniero Italiano Bautista Antonelli y finalizando en 1796. La fortificación del barrio de Getsemaní se llevó a cabo entre los años 1631 a 1633 a cargo de Francisco de Murga. Las reparaciones estuvieron a cargo del ingeniero Juan Betín en 1669 (la destrucción se debió a la fuerza del mar)

y en 1721 se construyó un submarino con el fin de realizar una escollera. Antonio Arévalo también diseñó escolleras, pero esta vez entre la punta Icacos y Tierrabomba, conocidas como “La Tenaza” por su forma de pinza. Dicha obra sirvió para el ataque de las tropas locales y una rápida defensa de la ciudad.

Ilustración 2. Murallas del Centro Histórico de la ciudad de Cartagena



Fuente: Google Maps

1.2.2 Getsemaní

Ilustración3. Localización de las Murallas en el Barrio Getsemaní



Fuente: Google Maps

Las Murallas están compuestas por cinco Baluartes y tres Cortinas. Los Baluartes de San Miguel de Chambacú, de Santa Teresa y el de Santa Bárbara fueron construidos como un conjunto de defensa de la plaza en la Media Luna y sus alrededores; su uso actual es como espacio público (ver ilustración 4). Por su parte, el Baluarte de San José fue construido por Francisco de Murga, en la primera mitad del siglo XVII, cuenta con una artillería de 12 cañones y también es utilizado como espacio público. El Baluarte Reducto fue la primera obra que se construyó en el barrio de Getsemaní en consecuencia a la ampliación de la ciudad; en la actualidad se encuentra cerrado al público puesto que no hay manera de ingresar a él. Las cortinas: entre Santa Teresa y San Miguel, entre los Baluartes Santa Bárbara y San José y entre San José y Reducto cuentan con artillería de 6 y 5 cañones respectivamente, todos son utilizados como espacio público (Sociedad de Obras Públicas de Cartagena, nd.)

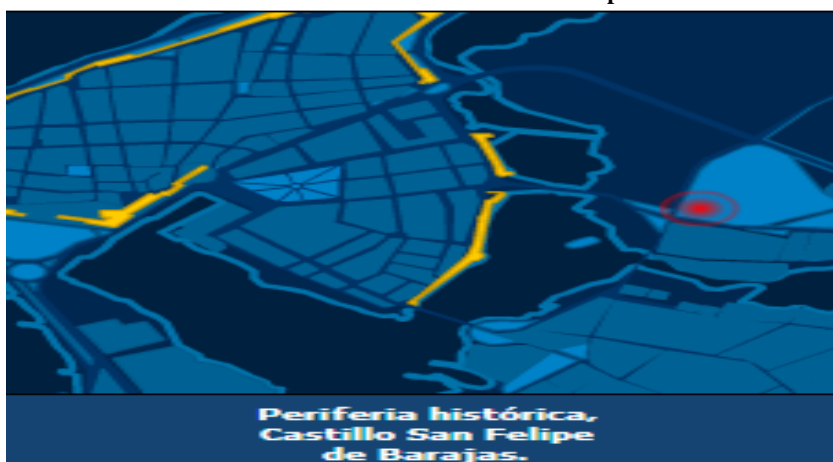
Ilustración 4. Murallas en el Barrio Getsemaní



Fuente: Google Maps

1.2.3 Castillo San Felipe de Barajas

Ilustración 5. Localización del Castillo San Felipe



Fuente: Google Maps.

La construcción del Castillo San Felipe de Barajas data de 1536 realizada con mano de obra esclava y militares españoles, desde entonces, como todas las fortificaciones de la ciudad, ha sido objeto de múltiples modificaciones con el fin de implantar nuevos cañones, reparar los daños de los enemigos y en la actualidad para su conservación (ver ilustración 6).

En 1762, año de guerra con Inglaterra, Arévalo realizó reformas al Castillo San Felipe con el objetivo de dejar a Cartagena impenetrable para los enemigos. Se construyeron nuevas baterías con ladrillos y piedras, las cuales se comunicaban por medio de subterráneos, terminados en 1769. Para este año, la fortificación contaba con las Baterías de San Lázaro, Santa Bárbara, de la Redención, San Carlos y Doce Apóstoles y la Batería de la Cruz (Sociedad de Obras Públicas de Cartagena, nd.).

Ilustración 6. Castillo San Felipe



Fuente: Google Maps.

1.3 IMPORTANCIA DE LOS MONUMENTOS EN EL TURISMO

Los medios de comunicación son responsables, en gran medida, de la imagen de la ciudad de Cartagena como un lugar turístico, realizando campañas únicamente en pro del reconocimiento de los bienes patrimoniales (monumentos, construcciones y elementos históricos) y no de la población cartagenera. Esto trajo como consecuencia un ingreso de divisas,

empleo y mejora en la calidad de vida de las personas que tienen directa relación con el patrimonio de la ciudad (Ávila Domínguez, 2008).

Al tomar como premisa el análisis desarrollado por Ávila, se puede anotar que la mencionada construcción de la imagen turística de Cartagena de Indias tiene una de sus bases en la herencia arquitectónica y material proveniente de la época colonial española y en la declaración por parte de la UNESCO como patrimonio histórico de la humanidad. El Ministerio de Cultura (nd.) en el libro *Patrimonio de la humanidad en Colombia*, muestra de forma puntual que Cartagena recibió el mencionado título en el año de 1984, debido al hecho de que sus fortificaciones, puerto y el conjunto total de los monumentos históricos con que cuenta es la mayor muestra de la arquitectura militar española de los siglos XVI, XVII y XVIII. Se dice de forma precisa que fue esta una de las razones que impulsó de manera definitiva el cuidado del centro histórico como pieza clave del turismo.

La inclusión de este sitio en la lista del Patrimonio Mundial en 1984, permitió una mayor toma de conciencia sobre las responsabilidades en el manejo e intervención del centro histórico y del conjunto monumental, en especial, la reafirmación de la ciudad como el mayor destino turístico de Colombia (Ministerio de Cultura, nd., p. 7).

Esto queda en evidencia cuando, al mirar con detenimiento, se puede observar cómo el calendario de eventos programados para el año 2014 en Cartagena, tienen como uno de sus focos de articulación distintos lugares históricos de la ciudad. Así, por ejemplo, realización del *Hay Festival* (encuentro dedicado a las artes, la música y la literatura), el *Bienal Internacional de Arte Contemporáneo* y el *Festival Internacional de Música* se tomaron sitios representativos del

centro amurallado como La Plaza de San Pedro, La Iglesia de la Santísima Trinidad y el Castillo de San Felipe de Barajas, entre otros¹³.

¹³ Es preciso destacar aquí que la información obtenida acerca de los lugares en que se desarrollaron los distintos eventos culturales mencionados, fue recopilada de la programación oficial de cada evento, la cual reposa en las páginas web oficiales en cada caso y será referenciada en la bibliografía al final del documento.

2. CONCEPTUALIZACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO

En el presente capítulo se caracterizan una serie de atributos del turismo, tanto a nivel general y conceptual, como en diferentes ámbitos geográficos, haciendo énfasis en la situación de la ciudad de Cartagena.

2.1 CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO

Al iniciar el abordaje de cualquier temática se hace necesario plantear su definición, lo cual permitirá delimitar aquello que comprende y descartar aquello que le es ajeno. En este orden de ideas, el concepto de turismo no escapa a esta forma de proceder, por tanto, a continuación se plantean de manera sucinta, algunas definiciones útiles dentro de la presente investigación.

En primer lugar, se considera el origen etimológico de la palabra *turismo*, la cual procede del vocablo inglés *tour*; viaje, que deriva de la palabra francesa *tour*; viajero o excursión circular, la cual procede a su vez del latín *tornare* (Luna, 2010).

Por otro lado, según la comisión de Estadística de las Naciones Unidas, el turismo corresponde al conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos (Mochón, 2004). Frente a esto, resulta útil hacer mención de la consideración según la cual el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar

de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (Gurría, 2001).

En un sentido comprensivo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) indica que el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. De esta forma, el turismo es por tanto, un apartado dentro de los viajes, cuyo concepto está basado en la demanda (Iranzo, Pedrosa, & Salido, 2005).

Con respecto a la clasificación del turismo se plantea lo siguiente:

- Turismo interno. Esta clase de turismo es la que se lleva a cabo en el interior de cada país por sus nacionales, teniendo gran importancia ya que éstos, propician gastos generadores del crecimiento interno con lo que fomentan una expansión del gasto que redundan en beneficios de los países en proceso de desarrollo, siendo conveniente aclarar que no genera divisas.
- Turismo receptor. Se refiere a las corrientes turísticas extranjeras que se internan en un país con la intención de permanecer en él un tiempo limitado, para luego viajar a otros países o regresar a su lugar de origen. Su permanencia debe ser igual o superior a 24 horas y la finalidad del viaje puede ser por razones comerciales, estudio, salud o trabajo. La importancia económica de esta clase de turismo radica en que introduce divisas al país, que son generadas en los países en donde tienen su residencia habitual. El turismo receptor está influido por fluctuaciones estacionales, ya que el turismo se

practica regularmente en temporada de vacaciones y en los meses de clima agradable. También se observa una estrecha relación con las costumbres, por ejemplo en el caso de los nacionales residentes en el extranjero la afluencia turística se incrementa considerablemente el fin de año con el objetivo de permanecer al lado de sus seres queridos durante las fiestas decembrinas.

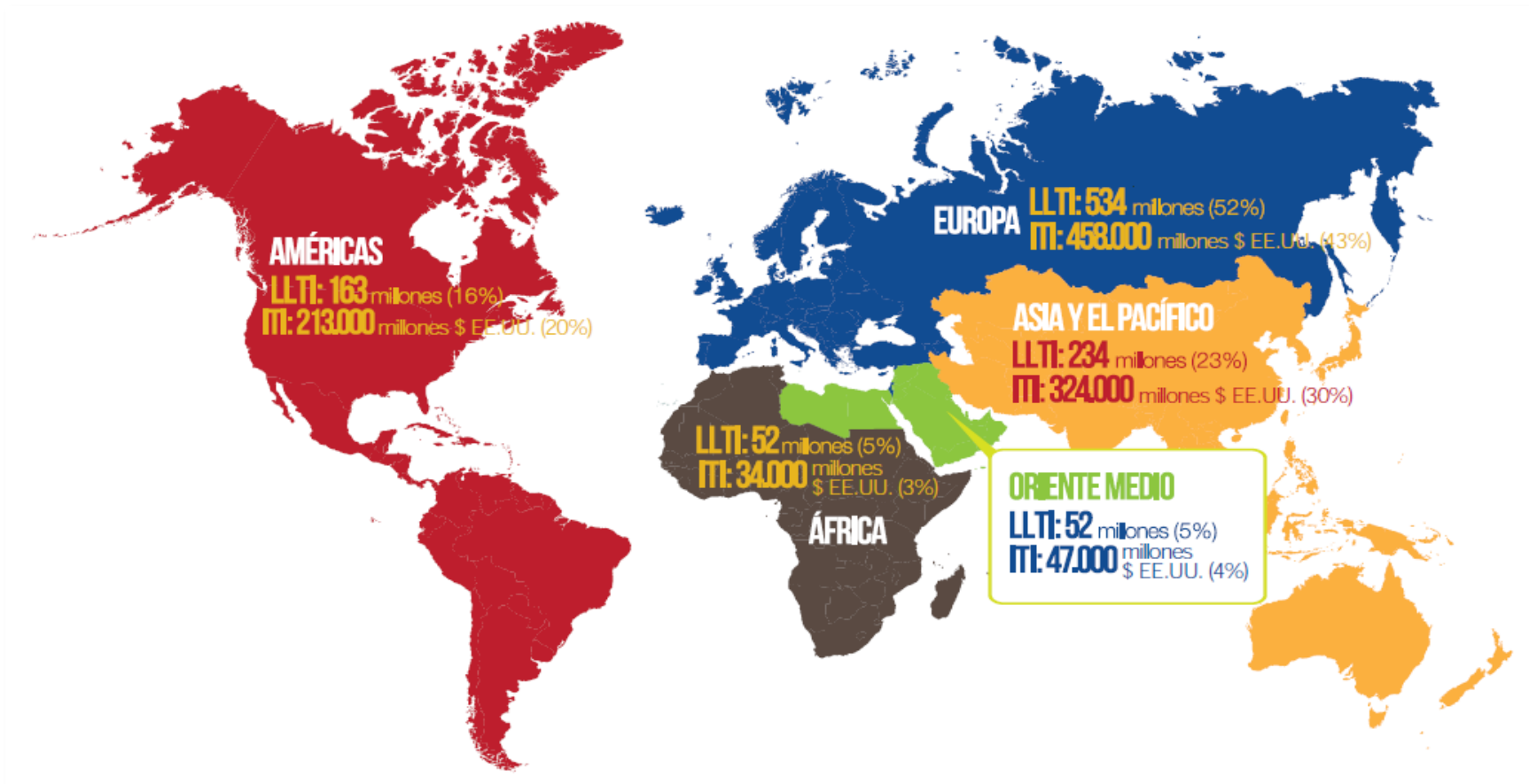
- Turismo egresivo. Es la contrapartida de los ingresos por turismo y se determina por el gasto de los nacionales en el extranjero, representa una salida de divisas y por consiguiente un impacto negativo en la economía nacional. Cuando la afluencia de turismo egresivo se incrementa probablemente se deba a las siguientes causas: falta de lugares de recreación, falta de infraestructura hotelera en las zonas turísticas; salida de vacacionistas en una misma época, provocando un congestionamiento en todos los aspectos y a la escasa propaganda de los centros turísticos nacionales.

2.2 CONTEXTO INTERNACIONAL

Los hechos registrados por la OMT (2013) dan cuenta de una cantidad creciente de destinos que han abierto sus puertas al turismo a lo largo de los años que van corridos del siglo XXI, tales inversiones convierten a esta actividad en un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de empleo y de empresas y la ejecución de infraestructuras. De igual manera, se ha gestado una progresiva expansión y diversificación, convirtiéndose el sector turístico en uno de los de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Incluso, a pesar de ocasionales conmociones (como la crisis económica de 2008, o las amenazas a la seguridad), las llegadas de turistas internacionales

han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido, pasando de 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.035 millones en 2012.

Gráfica 1. Turismo internacional, llegadas de turistas internacionales e ingresos por turismo internacional, 2012

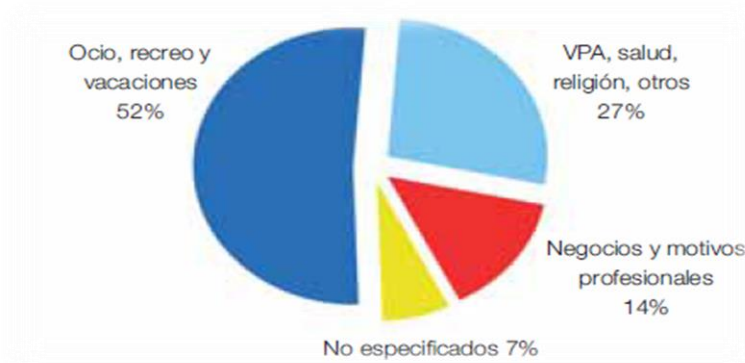


Nota: Las llegadas de turistas internacionales totalizaron 1.035 millones de personas y los ingresos por turismo internacional fueron 1 billón 75 mil millones US\$

Fuente: Organización Mundial del Turismo-2013

Si bien imperó una notable incertidumbre económica mundial, la demanda de turismo internacional se incrementó en 2012, apreciándose un aumento de 40 millones de turistas (+4%), así, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 1.035 millones, partiendo de los 995 millones registrados en 2011. En términos regionales, Asia y el Pacífico registraron el mayor crecimiento de todas las regiones con un incremento del 7% o, lo que es lo mismo, 16 millones de llegadas de turistas internacionales más; en el caso de África, se observó un aumento del 6%, equivalente a tres millones de turistas, alcanzando por primera vez en su historia los 50 millones. Por su parte, la región de las Américas también experimentó un crecimiento sostenido con un 5% de aumento en las llegadas, es decir 7 millones de llegadas más. Europa, que representó más de la mitad del total mundial, logrando un aumento del 3% o 18 millones de llegadas. Oriente Medio (-5%) todavía no ha logrado retornar al crecimiento, a pesar de que algunos destinos tuvieron, de hecho, unos resultados bastante buenos y otros consiguieron una recuperación moderada (Gráfica 1) (OMT, 2013).

Gráfica 2. Turismo receptor por motivo de visita, 2012



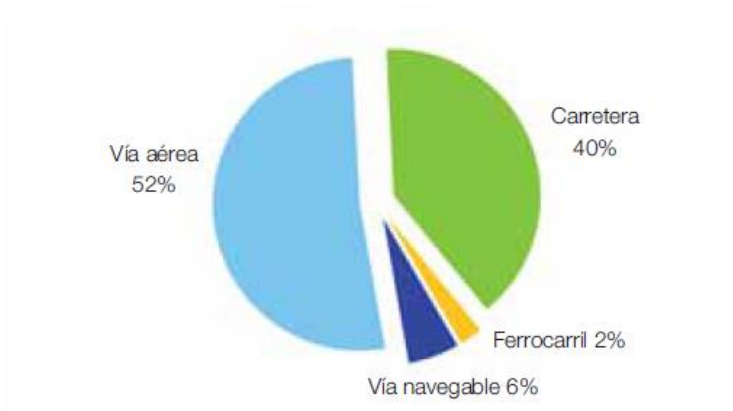
Fuente: Organización Mundial del Turismo

La tipología de los viajes ocurridos en 2012 se muestra en la Gráfica 2, de la cual se observa que los viajes de vacaciones, recreo y otros tipos de ocio supusieron algo más de la mitad de todas las llegadas de turistas internacionales (52% o 536 millones de llegadas). Cerca

del 14% de los turistas internacionales indicaron que viajaban por negocios o motivos profesionales y el 27% lo hicieron por otros motivos, tales como visitas a amigos y parientes, motivos religiosos o de peregrinación, tratamientos de salud, etc. No se especificaron los motivos de las visitas del 7% restante de las llegadas.

El medio de transporte más utilizado por los viajeros para llegar a sus destinos fue, el transporte aéreo (52%), mientras que el resto lo hizo en transporte terrestre (48%), ya sea por carretera (40%), ferrocarril (2%) o vía acuática (6%). A lo largo del tiempo la OMT señala la existencia de una tendencia en la cual se destaca el crecimiento del transporte aéreo ligeramente por encima del transporte terrestre, debido a su mayor comodidad y precios del servicio más asequibles por la mayor competencia entre las Aerolíneas, dando lugar al aumento gradual de la proporción del transporte aéreo en el total (Gráfica 3).

Gráfica 3. Turismo receptor por medio de transporte, 2012



Fuente: Organización Mundial del Turismo

Se efectuó una clasificación por países, teniendo en cuenta los 10 primeros, tanto en llegadas (Tabla 2) como en ingresos (**Tabla 3**). En primer lugar, cabe mencionar que en 2012 ocurrieron dos variaciones entre los 10 primeros países por llegadas de turistas internacionales, a

saber: Alemania (con 30 millones de llegadas) ascendió una posición hasta ubicarse en la séptima, de igual manera, la Federación de Rusia (con 26 millones) se posicionó entre los 10 primeros, logrando el lugar número nueve, con lo cual subió tres posiciones con relación a la posición anterior. A su vez, entre los diez primeros por ingresos del turismo internacional, Macao y Hong Kong (que son regiones administrativas especiales de China) alcanzaron el quinto y el noveno puesto, respectivamente.

Tabla 2. Llegadas de turistas internacionales

Posición	País	Cantidad (millones)		Variación (%)	
		2011	2012	2011/2010	2012/2011
1	Francia	81,6	83	5	1,8
2	Estados Unidos	62,7	67	4,9	6,8
3	China	57,6	57,7	3,4	0,3
4	España	56,2	57,7	6,6	2,7
5	Italia	46,1	46,4	5,7	0,5
6	Turquía	34,7	35,7	10,5	3
7	Alemania	28,4	30,4	5,5	7,3
8	Reino Unido	29,3	29,3	3,6	-0,1
9	Federación de Rusia	22,7	25,7	11,9	13,4
10	Malasia	24,7	25	0,6	1,3

Fuente: Organización Mundial del Turismo

Es recomendable considerar más de un indicador al momento de efectuar clasificaciones en relación con los destinos turísticos más relevantes a nivel de turismo mundial, si solo se tiene en cuenta las llegadas de turistas y los ingresos generados por dicha actividad, se aprecia que siete de los diez primeros destinos se observan en los dos rankings, aunque existen notables diferencias en lo que respecta al tipo de turistas que atraen, la duración media de la estancia y el gasto por viaje, y por pernoctación. (Ver Tabla 2 y **Tabla 3**)

En el caso de ingresos por turismo internacional, los cambios no solo reflejan los resultados relativos, sino también (en gran medida), las fluctuaciones del tipo de cambio de la moneda de cada país con respecto al dólar estadounidense. En este orden de ideas, se aprecia que Francia ocupó el primer puesto en cuanto a llegadas de turistas internacionales con 83 millones de visitantes en 2012 y es el tercer país en cuanto a ingresos por turismo internacional (54.000 millones de dólares). Los Estados Unidos se sitúan en primer lugar en ingresos con 126.000 millones de dólares y en segundo lugar en llegadas con 67 millones. España sigue siendo el segundo país que más ingresos obtiene del mundo y el primero de Europa (56.000 millones), mientras que ocupa el cuarto lugar por llegadas (58 millones). China continúa en el tercer puesto en cuanto a llegadas (58 millones) y en el cuarto por ingresos (50.000 millones). Italia es quinta en llegadas (46 millones) y sexta en ingresos (41.000 millones). Turquía se mantiene en el sexto lugar por llegadas. Alemania ha subido un puesto hasta el séptimo lugar por llegadas pero ha caído un puesto por ingresos, situándose en el séptimo lugar. El Reino Unido descendió hasta el octavo puesto tanto en llegadas como en ingresos. Malasia completa la lista de los diez primeros destinos por llegadas ocupando el décimo lugar, mientras que Australia es décima por ingresos (OMT, 2013).

Tabla 3. Ingresos por turismo internacional

Posición	País	US\$ (miles de millones)		Variación (%)	
		2011	2012	2011/2010	2012/2011
1	Estados Unidos	115,6	126,2	11,7	9,2
2	España	59,9	55,9	14	-6,6
3	Francia	54,5	53,7	16,2	-1,5
4	China	48,5	50	5,8	3,2
5	Macao (China)	38,5	43,7	38,3	13,7
6	Italia	43	41,2	10,9	-4,2
7	Alemania	38,9	38,1	12,1	-1,9
8	Reino Unido	35,1	36,4	8,2	3,7
9	Hong Kong (China)	27,7	32,1	24,6	16
10	Australia	31,5	31,5	8,1	0,2

2.3 CONTEXTO NACIONAL

La industria del turismo en Colombia ha venido en aumento en los últimos años, una de las razones es la riqueza en variedad que posee en cuanto destinos y tipos de turismo, en esta sección se efectuó una descripción de los principales demandantes. En la Tabla 4 es posible observar los principales destinos turísticos según departamento, el área de influencia que cubren y el respectivo tipo de turismo que representan.

Tabla 4. Segmentos turísticos de Colombia por región

Departamento	Área de influencia	Tipo de turismo
Amazonas		Eco-etnoturismo
Antioquia	Medellín y área metropolitana	Negocios
	Urabá - Darién	Ecoturismo
	Occidente	Ecoturismo
	Oriente	Ecoturismo
	Suroeste	Agroturismo
Atlántico		Etnocultural, sol y playa, recreativo
Bogotá D.C.		Negocios y cultura
Bolívar	Cartagena	Histórico, cultural, congresos, sol y playa
	Mompox	Histórico y cultural
Boyacá		Histórico y cultural
Caldas		Ecoturismo y eventos
Casanare		Agroturismo y ecoturismo
Cauca	Popayán	Histórico, cultural y etnoecoturismo
	Tierradentro	Histórico, arqueológico y étnico
	Gorgona - Guapi	Ecoturismo
Cesar		Cultural y ecoturismo
Chocó	Nuquí - Bahía	Ecoturismo
	Darién Caribe	Ecoturismo
Cundinamarca	Sabana occidente	Histórico y cultural
	Girardot	Recreativo
	Zipaquirá	Histórico y cultural
Córdoba	Golfo de Morrosquillo	Eco-etnoturismo, sol y playa
Huila	San Agustín	Histórico, arqueológico y ecoturismo

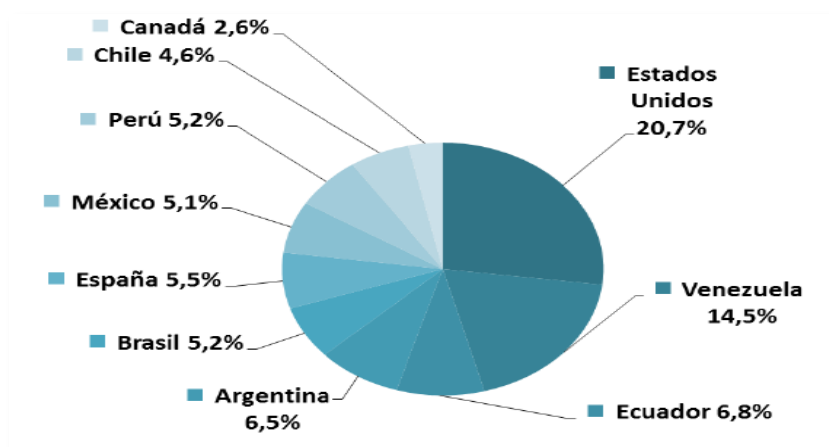
La Guajira		Eco-etnoturismo
Magdalena	Santa Marta	Ecoturismo
Meta		Agroturismo, ecoturismo y eventos
Nariño		Eco-etnoturismo
Norte de Santander		Histórico, cultural y compras
Quindío		Agroturismo
Risaralda		Turismo real
San Andrés islas	San Andrés	Sol y playa
	Providencia	Ecoturismo
Santander		Aventura, congresos y convenciones
Tolima		Etnocultural
Valle del Cauca	Zona sur	Agroindustrial, recreativo y ecoturismo
	Zona centro	Histórico, cultural y ecoturismo
	Zona norte	Agroturismo y ecoturismo
	Cali	Congresos y convenciones
Vichada		Eco-etnoturismo

Fuente: Departamento Nacional de Planeación

En lo que respecta a las entradas de turistas extranjeros, se ha estimado que en 2012 ingresaron 1.591.120 turistas, lo cual representó un incremento del 51,05% respecto a 2006, cuando se registraron 1.053.348 de estos viajeros (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013). A su vez, y con relación a la región de Suramérica, Colombia presentó las más altas participaciones en cuanto al aumento de visitantes con fines turísticos con 10,7% (sin incluir cruceros), seguidas de Brasil, Perú y Chile con 5,8%, 3,9% y 1,9%, respectivamente, mientras que este mismo crecimiento se presentó en forma negativa en algunos países de esta misma región, como México (-6,7%) y Argentina (-13,1%) (PROEXPORT, 2012).

Sobre el lugar de procedencia de los viajeros extranjeros la Gráfica 4 muestra que en mayor medida son de Estados Unidos (20,7% de los casos), seguidos de Venezuela (14,5%), Ecuador (6,8%), Argentina (6,5%) y Brasil (5,2%).

Gráfica 4. Lugar de procedencia de los viajeros extranjeros



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

El mercado del turismo en Colombia es muy atractivo para los visitantes extranjeros, pues en este se encuentra gran variedad de destinos llamativos. Gran parte de los visitantes que llegaron a Colombia entre los años 2008 y 2012 procedían principalmente de América del Sur tal como se muestra en la Tabla 5. En este periodo, la cantidad de viajeros provenientes de otros países varió positivamente en 30,1%, en especial entre chilenos (148,6%), brasileños (82,6%) y argentinos (74,9%). En contraste, las llegadas de venezolanos se redujeron en 3%.

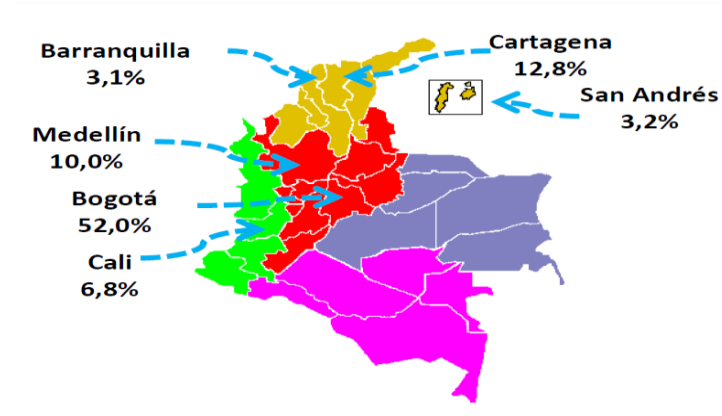
Tabla 5. Llegada de viajeros extranjeros según su país de origen

País	2008	2009	2010	2011	2012	Participación en 2012(%)	Crecimiento 2012/2008 (%)
Estados Unidos	264.453	314.858	349.025	328.663	328.949	20,7	24,4
Venezuela	237.329	238.078	197.160	215.007	230.212	14,5	-3,0
Ecuador	93.452	101.820	122.065	101.512	107.452	6,8	15,0
Argentina	59.107	61.358	83.673	86.365	103.370	6,5	74,9
España	69.774	77.913	80.777	83.761	87.052	5,5	24,8
Brasil	45.506	47.493	66.310	90.646	83.112	5,2	82,6
Perú	66.313	77.733	79.298	71.488	82.797	5,2	24,9
México	51.057	57.474	67.799	75.011	80.865	5,1	58,4
Chile	29.716	36.168	45.381	53.732	73.869	4,6	148,6
Canadá	27.632	28.157	32.869	35.848	41.878	2,6	51,6
Panamá	28.379	30.956	33.761	-	-	-	-
Francia	27.381	30.366	33.861	-	-	-	-
Resto	222.867	251.326	282.884	354.368	371.564	23,4	66,7
Total	1.222.966	1.353.700	1.474.863	1.496.401	1.591.120	100,0	30,1

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

En lo que concierne al destino de los viajeros extranjeros que llegaron al país durante el año 2012, la ciudad predilecta fue Bogotá, con el 52% de participación, seguida de Cartagena con 12,8%, Medellín con el 10% y Cali con el 6,8% (ver Gráfica 5).

Gráfica 5. Viajeros extranjeros no residentes ciudad de destino, 2012



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Siendo los viajes, la mayoría de las veces, por motivos de vacaciones, recreo y ocio (65%), también se destacaron los que son por negocios y motivos profesionales (14%) y por trabajo (10%) (Ver Gráfica 6).

Gráfica 6. Motivo del viaje



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

2.4 LA SITUACIÓN DEL TURISMO EN CARTAGENA

En la ciudad de Cartagena de Indias, durante el período 1970-1980 se dieron los primeros pasos para la ejecución de proyectos de construcción de hoteles y apartamentos, con el fin de extender la capacidad de alojamiento en el distrito. Un hecho que le daría renombre y prestigio a Cartagena a nivel mundial, lo constituye el haber sido declarada por la UNESCO, en 1984, Patrimonio Cultural de la Humanidad, a partir de este entonces se incrementó la llegada de turistas, especialmente norteamericanos (Galvis & Aguilera, 1999), además se han creado y desarrollado diversos organismos y empresas¹⁴ encargados de promocionar a Cartagena como destino de gran atractivo, tanto a nivel nacional como internacional.

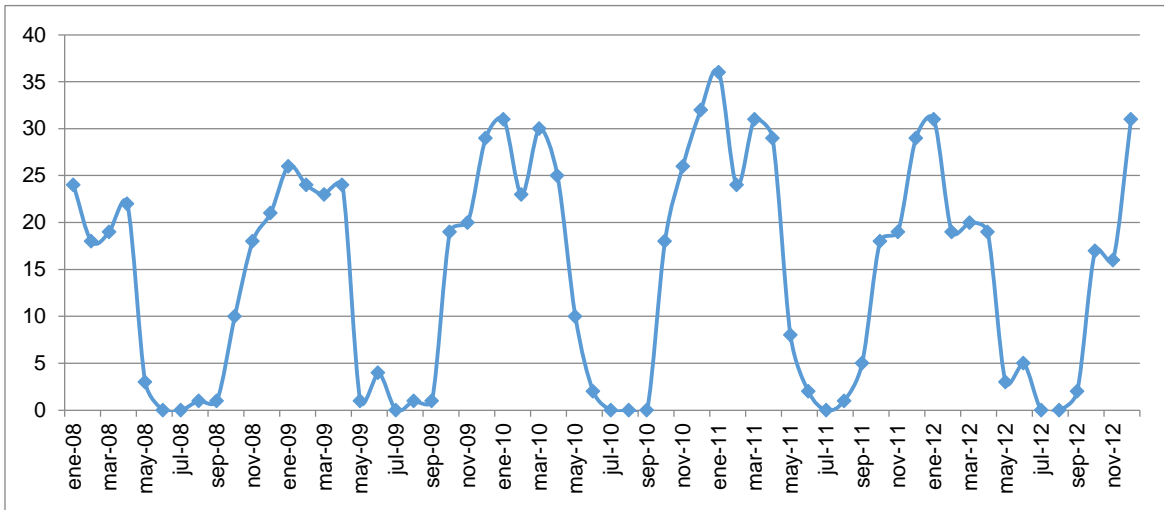
Según un estudio de 2012 desarrollado por PROEXPORT, “Invierta en Colombia: Trabajo, compromiso e ingenio”, el 79% de los visitantes de otros países que llegaban a Cartagena eran turistas. Se estableció además, que los turistas de esta categoría prefieren Cartagena principalmente para estadía, la cual es de aproximadamente 6 días y durante los cuales gastan alrededor de US\$1.100. Cerca del 45% de los entrevistados afirmaron haber visitado a Colombia en varias ocasiones en los últimos 5 años respecto al momento de la entrevista; por último el 92% de los turistas de la muestra declararon encontrarse satisfechos con su estancia en el país y manifestaron su deseo de volver.

¹⁴ En 1987 se creó el Fondo Mixto de Promoción que estaba integrado por la Empresa de Desarrollo Urbano de Bolívar (EDURBE), la Corporación Nacional de Turismo, hoteles, restaurantes, agencias de viaje, joyerías y aerolíneas. En 1996, luego de desaparecido el Fondo Mixto, se creó la *Cartagena de Indias Convention and Visitor Bureau* (CICAVB), era una empresa de conformación privada para la promoción de ciudad. También, más recientemente, los grandes proyectos hoteleros, en el Centro Histórico y otras zonas, se han encargado de exhibir a la ciudad, dentro y fuera del país..

Dadas las características geográficas de Cartagena, y en especial, por su posición privilegiada junto al Mar Caribe, y a los adelantos que “desde la privatización del antiguo Colpuertos, se han llevado a cabo para mejorar el servicio ofrecido a los visitantes de cruceros a la ciudad” (Cámara de Comercio de Cartagena, 2009, pág. 25) es de suponer que ésta se constituya en un destino importante en las rutas del turismo de cruceros a nivel internacional.

Las cifras disponibles para Cartagena permiten afirmar que el comportamiento del turismo de cruceros ha sido fluctuante a través del tiempo, y sobre todo por el comportamiento estacional que presenta. El patrón que se observa en las temporadas de cruceros es durante los últimos meses y en los primeros meses de cada año, tal como se aprecia en la Gráfica 7, en donde estos picos contrastan con los pronunciados valles a mediados de cada año; este fenómeno tiene su explicación a finales y a principios de cada año es invierno en los países Europeos y Norteamérica que son los sitios de donde más salen cruceros al caribe buscando refugio del clima, también existen otros aspectos como las vacaciones de adultos, precios de los viajes, la reputación y la satisfacción que genere el sitio de destino, entre otros aspectos .

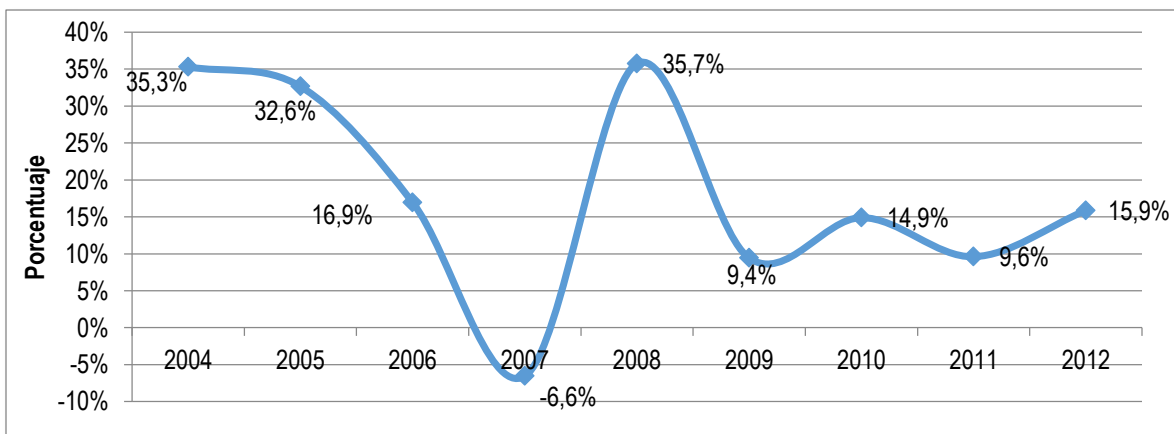
Gráfica 7. Cantidad de cruceros que arribaron a Cartagena, 2008-2012



Fuente: Corporación Turismo Cartagena de Indias, 2013.

La dinámica del comportamiento de la movilización de pasajeros internacionales por el Aeropuerto Rafael Núñez de Cartagena se muestra en la Gráfica 8, con base en la cual se puede afirmar que hasta 2007 se presentó un comportamiento decreciente, que cerraría en ese año con una tasa del -6,6%. En 2008 el comportamiento se revertía a una tasa del 35,7%, que sería la mayor del período bajo estudio. Luego de ese año, hasta 2012 las variaciones se estabilizarían.

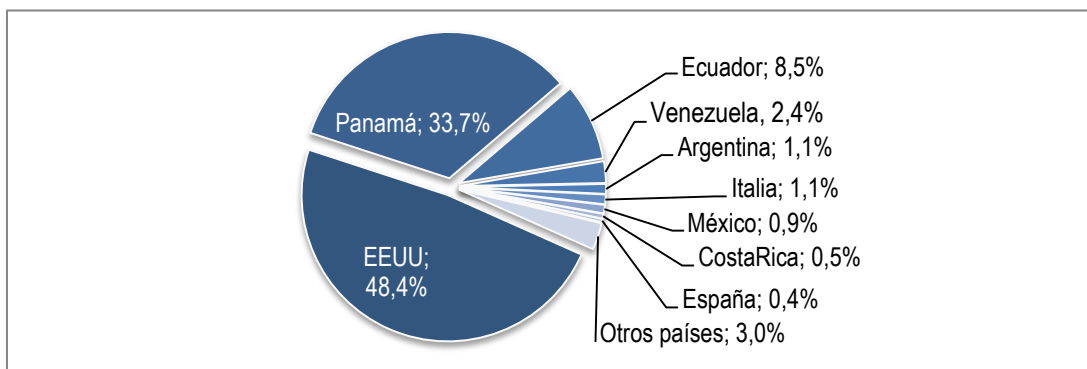
Gráfica 8. Variación en la movilización de pasajeros internacionales por el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena, 2004-2012



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base en información de Cámara de Comercio de Cartagena, Sociedad Aeroportuaria de la Costa y Corporación Turismo Cartagena de Indias

Respecto a la procedencia de los pasajeros extranjeros en vuelos internacionales, se encontró que, de Estados Unidos de América, procede aproximadamente la mitad del total (48,4%), seguido de aquellos de origen panameño (33,7%), ecuatoriano (8,5%) y venezolano (2,4%). En la Gráfica 9 se muestran los demás países de procedencia de los turistas y su respectiva participación porcentual.

Gráfica 9. Procedencia de pasajeros internacionales movilizados en el Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena, participación porcentual, 2012



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base en información de Cámara de Comercio de Cartagena, Sociedad Aeroportuaria de la Costa y Corporación Turismo Cartagena de Indias

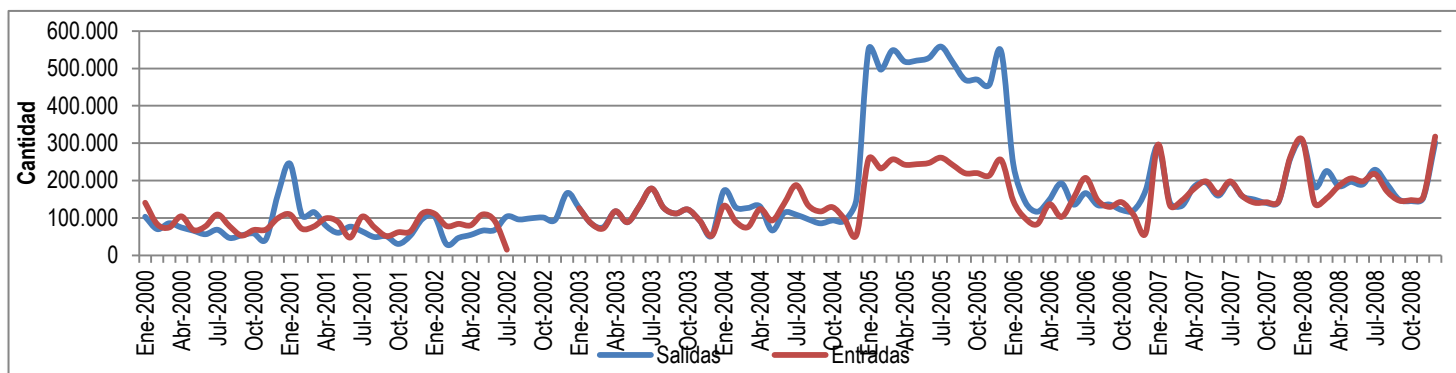
La Terminal de Transportes Terrestre de Cartagena se constituye en punto de conexión de rutas entre Cartagena y los distintos municipios, tanto de Bolívar como del resto del país. La afluencia de pasajeros tanto de aquellos que arriban como aquellos que parten es relativamente amplia.

La información obtenida corresponde a aquella disponible sobre el volumen de pasajeros movilizados entre enero de 2000 y noviembre de 2008, con la cual se representó en la

Gráfica 10. Se observa que en promedio, durante este período, cada mes salieron 169.120 individuos y llegaron 137.673, lo que representa una diferencia media de 31.444 a favor de los que abandonaron la ciudad.

Por otro lado entre enero de 2005 y diciembre de 2005 se percibe un gran aumento en la movilización de pasajeros por tierra, que sobresale con relación al resto de datos; el promedio de pasajeros que salieron de la terminal terrestre en este período fue de 514.811 personas, muy superior con relación al promedio presentado en el párrafo superior. Por otro lado las llegadas oscilaron alrededor de 241.080 individuos.

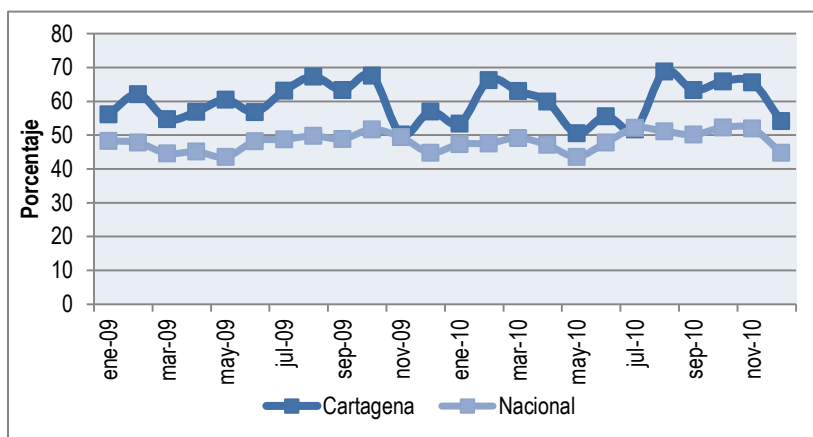
Gráfica 10. Número de pasajeros movilizados en la Terminal de Transportes de Cartagena, ene-2000 a nov-2008



Fuente: Diseño y cálculos del autor con base en información de CCC y Terminal de Transportes Terrestres

La Gráfica 11 muestra la ocupación hotelera de la ciudad de Cartagena y de Colombia, según la información obtenida se tiene gran parte del periodo de estudio se mantuvo por encima del promedio nacional, registrando su máximo valor para julio de 2010 con cerca del 70%, mientras que el promedio nacional de ocupación para el mismo periodo estuvo ubicado alrededor del 50%, tal como es se evidencia en el gráfico en cuestión, el promedio nacional se mantuvo relativamente constante, oscilando en un intervalo comprendido entre 40% y 55%, mientras que para Cartagena la situación fue un poco diferente, debido a su condición de ciudad turística presentó cifras relativamente altas (50% y 70%) durante el periodo de estudio. Cabe destacar que en los meses en los cuales se presentaron los valores máximos, son los considerados de “temporada alta” puesto que son los periodos de vacaciones estudiantiles y laborales.

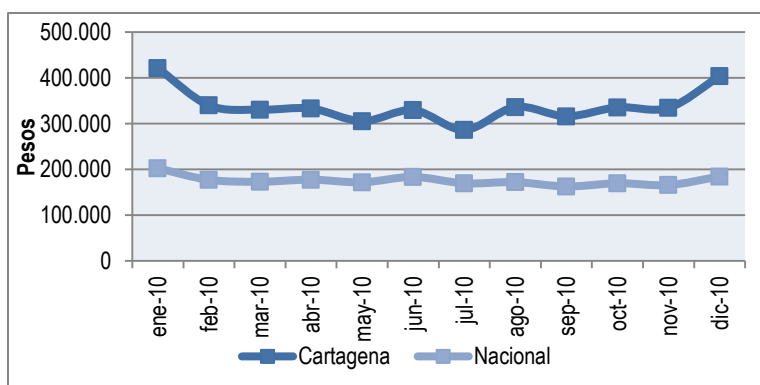
Gráfica 11. Ocupación hotelera en Cartagena y Colombia, 2009-2010



Fuente: COTELCO

En tanto a la tarifa por habitación promedio en los hoteles de Cartagena y de Colombia se tiene que, en Cartagena el valor más alto registrado ocurrió en enero de 2010 con un promedio tarifario por habitación cercano a los \$450.000, mientras que para Colombia fue alrededor de \$200.000 en promedio el resto del periodo se mantuvo oscilante entre \$150.000 y poco menos de \$200.000, en el mismo sentido se observa que en la Gráfica 12 para Cartagena el valor más bajo se registró para el mes de julio de 2010 cierre de temporada alta.

Gráfica 12. Tarifa por habitación, promedio Cartagena y Colombia, 2010



Fuente: COTELCO

2.4.1 Características de la oferta de turismo en Cartagena

2.4.1.1 Operadores turísticos

Un operador turístico corresponde a aquella empresa o persona que ofrece servicios y/o productos concernientes a la industria del turismo. El mercado de los operadores turísticos está sometido en la actualidad a un proceso de integración y concentración, sobre todo entre las principales empresas. Algunas de estas, además, realizan cambios de marca y se reposicionan continuamente, aplicando estrategias para asegurar ingresos y sobre todo controlando la gestión de gasto. Los operadores oferentes de servicios turísticos en Cartagena, según el Registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012), corresponden a 382 establecimientos de alojamiento y hospedaje, y a 300 guías turísticos. Por otro lado, en cuanto a los establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico representaron 34,9%, 27,4% y 17,8%, respectivamente (Tabla 6).

Tabla 6. Tipos de operadores turísticos en Cartagena

Tipo	Cantidad	%
Establecimiento de alojamiento y hospedaje	382	34,9
Guía de turismo	300	27,4
Establecimiento de gastronomía, bares y negocios similares de interés turístico	195	17,8
Agencia de viajes y turismo	84	7,7
Agencia de viajes operadora	57	5,2
Operador profesional de congresos, ferias y convenciones	24	2,2
Oficina de representación turística	20	1,8
Arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional	13	1,2
Agencia de viajes mayorista	9	0,8
Empresa de transporte terrestre automotor	4	0,4
Empresa comercializadora de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad	2	0,2
Concesionarios de servicios turísticos en parque	1	0,1
Empresa captadora de ahorro para viajes y empresas de servicios turísticos prepagados	1	0,1
Empresa promotora y comercializadora de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad	1	0,1
Total	1.093	100,0

Fuente: Registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

2.4.1.2 Asociaciones hoteleras

Las asociaciones de hoteles son gremios que agrupan a diversos hoteles, que tiene la finalidad de perseguir metas comunes que beneficien a los asociados; en Cartagena los hoteles se agrupan en la Asociación Hotelera Colombiana (ASOTELCA) y la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO).

En primero lugar, ASOTELCA es una entidad sin ánimo de lucro (ASOTELCA, 2013), de carácter privado, creada con el objetivo de promover una cultura de excelencia y trabajo en equipo dentro de la industria hotelera para representar, promover y defender los intereses del sector ante las entidades oficiales y privadas cuyo objetivo es el fomento del turismo en Colombia. Como misión le corresponde ejercer representación gremial de la industria hotelera de Colombia, buscando el interés de los hoteleros sin ponerse al servicio de aspiraciones particulares. A su vez, como parte de la visión se pretende ubicar dentro de la industria hotelera como la mejor agremiación de Colombia, ser la más representativa del sector turístico y lograr cada vez más beneficios para los afiliados.

En el caso de COTELCO, es una entidad sin ánimo de lucro, creada en 1954, para fortalecer y agrupar los establecimientos que se ocupan de la industria hotelera (COTELCO, 2013). El gremio forma parte y está en contacto permanente con las organizaciones internacionales del turismo y la hotelería mundial, trasladando eventos, experiencias y programas a sus hoteles afiliados. Pertenecen al Consejo Empresarial de la Organización Mundial del Turismo, OMT, a la Asociación Mundial de Hoteles y Restaurantes IHRA y a la Asociación Latinoamericana de Gremios de la Hotelería. Cotelco es igualmente propietaria de la franquicia

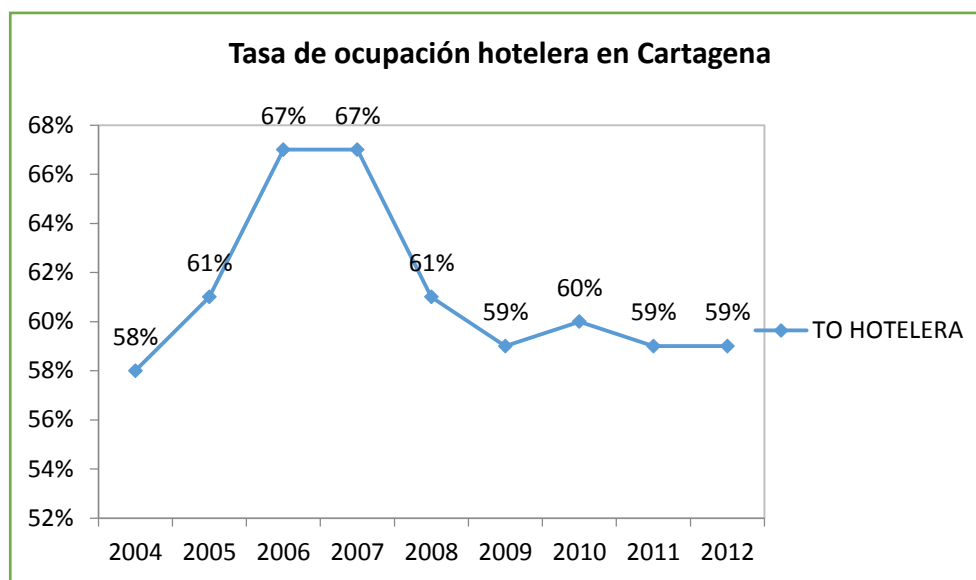
de formación en hotelería y turismo del *Educational Institute de la American Lodging Association*. Recientemente se firmó un importante convenio de cooperación con la Asociación Hotelera de Madrid, en España.

Como parte de su misión, pretende agremiar y representar a los empresarios de la industria hotelera en Colombia, uniendo esfuerzos que contribuyan a su competitividad y al desarrollo sostenible del sector turístico. La visión la asume como ser un gremio fuerte y moderno, proyectado a la industria del alojamiento y de la hospitalidad en general. Ser el gremio más representativo del sector turístico. Todo lo que haga debe generar imagen para el gremio, beneficios para los afiliados y recursos para fortalecer financieramente su operación y la de sus Capítulos.

2.4.1.3 Hoteles

La ocupación hotelera en Cartagena ha venido mostrando en los últimos años una tendencia constante que oscila alrededor del 60%, este porcentaje muestra que hay un margen que los hoteles deben aprovechar, pero son diversas las situaciones que afectan a estos, como son la crisis económica actual, la mala imagen que muchos países todavía tienen de Colombia, la falta de mejoramiento de los servicios turísticos, entre otros factores que de una u otra forma afectan la actividad turística en la Ciudad. (Ver tabla 7)

Tabla 7. Tasa de Ocupación Hotelera, Cartagena 2004-2012



Fuente: COTELCO

Los hoteles afiliados a ambas asociaciones se presentan a continuación. En la Tabla 8 se encuentra la oferta hotelera perteneciente a ASOTELCA, se tiene que las principales entidades organizadas por número de habitaciones ofrecidas son el Hotel Hilton Cartagena que cuenta con 288, el Hotel Las Américas Global Resort con 250, el Capilla Del Mar Global Hotel con 202 y el Hotel Almirante Cartagena con 200. Cabe destacar que el número de afiliados a la Asociación Hotelera Colombiana (ASOTELCA) es superior al de COTELCO.

Tabla 8. Hoteles afiliados a ASOTELCA

Hotel	Nº Habitaciones
Hotel Hilton Cartagena	288
Hotel Las Américas Global Resort	250
Capilla Del Mar Global Hotel	202
Hotel Almirante Cartagena Estelar	200
Hotel Sofitel Santa Clara	162
Hotel Regatta Cartagena Suites	120
Hotel Charleston-Santa Teresa	90
Hotel Cartagena Real	71
Hotel Estelar Oceanía	46
Hotel Veleros	35

Small Luxury Hotel	32
Hotel Estrella Del Mar	30
Hotel Monterrey	30
Hotel Estelar Isla Tierra Bomba	28
Hotel El Pueblito	26
Bantú Hotel	25
Hostal San Diego	25
Hotel Internacional	24
Hotel Bóvedas De Santa Clara	18
Delirio Hotel	17
Hotel San Pedro De Majagua Islas Del Rosario	17
Hotel Casa Del Curato Ltda	11
Hotel Casa Pestagua	11
Hotel Casa Quero	11
Hotel Portal De San Diego	11
Hotel Casa Del Arzobispado	10
El Marques Hotel Boutique	8
La Merced Hotel Boutique	8
Hotel LM	7
Hotel Agua Bed & Breakfast	6
Hotel Casa Cabal	6
Aguamarina Hotel Boutique	n.d.
Alfiz Hotel Boutique	n.d.
Casa El Carretero E.U.	n.d.
Casa Lola	n.d.
Casablanca B&B	n.d.
Costa Caribe Hotel y Multicentro	n.d.
Hotel Casa Boutique Veranera	n.d.
Hotel Casa De Las Palmas	n.d.
Hotel Casa La Fe	n.d.
Hotel Casa Real	n.d.
Hotel Puertas De Cartagena	n.d.
Hotel Quadrifolio	n.d.
Hotel Sport Barú Ltda	n.d.
La Passion Hotel Lounge	n.d.
Zaguan De La Huerta Bed And Breakfast	n.d.

Fuente: Diseño y cálculos del autor con base en información de Cámara de Comercio de Cartagena y ASOTELCA

Por su parte COTELCO en su lista de afiliados (**¡Error! La autoreferencia al marcador no es válida.**9), muestra en los tres primeros lugares un número oscilante de habitaciones entre 319 y 363, destacándose el Hotel Caribe, el Hotel Dorado y por ultimo Hotel Cartagena Plaza.

Los niveles de clasificación hotelera de estos corresponde a 5, 3 y 4 estrellas respectivamente, donde gran parte de los afiliados a esta organización cuenta con 3 estrellas registrando un nivel relativamente alto en su prestación de servicios y sus productos ofrecidos, así mismo en la calidad de su infraestructura física y organizativa.

Tabla 9. Hoteles afiliados a COTELCO

Hotel	Habitaciones	Estrellas
Hotel Caribe	363	5
Hotel Dorado	326	3
Hotel Cartagena Plaza	319	4
Hotel Costa Del Sol	250	3
Toledo	90	3
Hotel Playa	80	3
Hotel Dann Cartagena	70	4
Hotel Bahía	65	3
Hotel Isla Arena	55	3
Hote lMillennium	51	4
Hotel San Felipe	50	2
Hotel Barlovento	44	3
Hotel San Martín	40	3
Hotel Da Pietro	37	3
Hotel Cocoliso	20	3
Hotel Ibatama	18	2
Hotel Pegaso	14	3
Hote lIsla del Encanto	4	3

Fuente: Diseño y cálculos del autor con base en información de Cámara de Comercio de Cartagena y ASOTELCA

2.4.1.4 Clúster de turismo

En la ciudad de Cartagena de Indias existen diversas empresas que se complementan a la hora de ofrecer el producto turístico. Tales empresas obtienen mayores beneficios trabajando de forma coordinada con sus pares, que de manera aislada, en este sentido la competitividad del sector se eleva, toda vez que los esfuerzos se concentran a clientes específicos, en áreas específicas y de manera óptima.

Teniendo en cuenta lo anterior es posible estructurar de forma esquemática la manera en que se lleva a cabo el proceso, así como los integrantes que participan, desde que el cliente solicita el producto turístico, hasta el proceso de postventa que las empresas que lo ofrecen deben llevar a cabo.

En la Figura 1 se esquematiza la manera en que se desarrolla el macro cluster de turismo, entendido como toda la sistematización del producto turístico. En el extremo izquierdo aparecen una serie de factores estacionales, empresariales y naturales que permiten que se lleve a cabo la actividad turística, estos comprenden las características naturales propias del paisaje que representan ventajas comparativas frente a otros destinos, el hecho de ser una ciudad Patrimonio de la Humanidad declarada por la UNESCO, disponer de un Centro de Convenciones para el desarrollo de turismo de eventos, la tradicional oferta hotelera complementada con los restaurantes y demás establecimientos comerciales. Además la ciudad dispone de los tres medios de transporte más utilizados por los turistas como son el transporte aéreo, marítimo y terrestre.

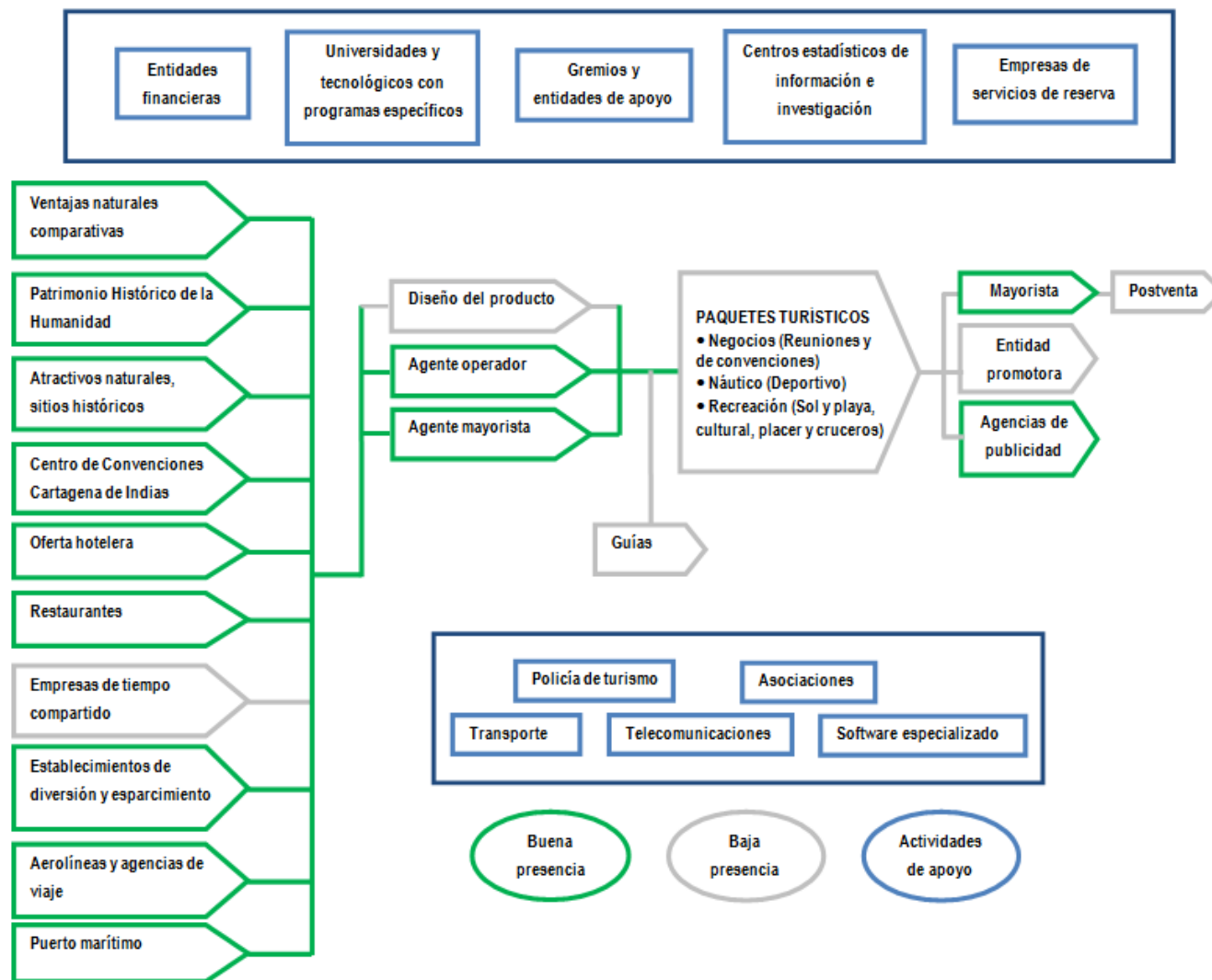
Todo el marco anterior debe ofrecerse de forma organizada contando con una serie de actividades de planeación óptima, que involucran un buen diseño del producto, con altos

estándares de calidad, que tanto el agente operador, como el agente mayorista deben ofrecer. Esta cadena está seguida del producto en sí, que se le ofrece al turista, y que en algunos casos está mediado por los guías.

Las agencias de publicidad y las entidades denominadas promotoras, se encargan de la distribución y promoción del producto turístico, y los mayoristas, son los que se encargan de los servicios de postventa.

Entre tanto existen una serie de organizaciones que apoyan y fortalecen el esquema anterior estas comprenden algunos organismos del Estado como la Policía Nacional, que velan por la legalidad y por la seguridad del proceso. Otras como los medios de transporte, telecomunicaciones y entidades financieras facilitan que tales procesos se lleven a cabo. Los gremios, centros de investigación y universidades apoyan desde la generación de conocimiento hasta la puesta en marcha de planes, programas y proyectos relacionados con el sector.

Figura 1. Clúster turístico de Cartagena



Fuente: Comité Asesor Regional de Comercio Exterior de Bolívar

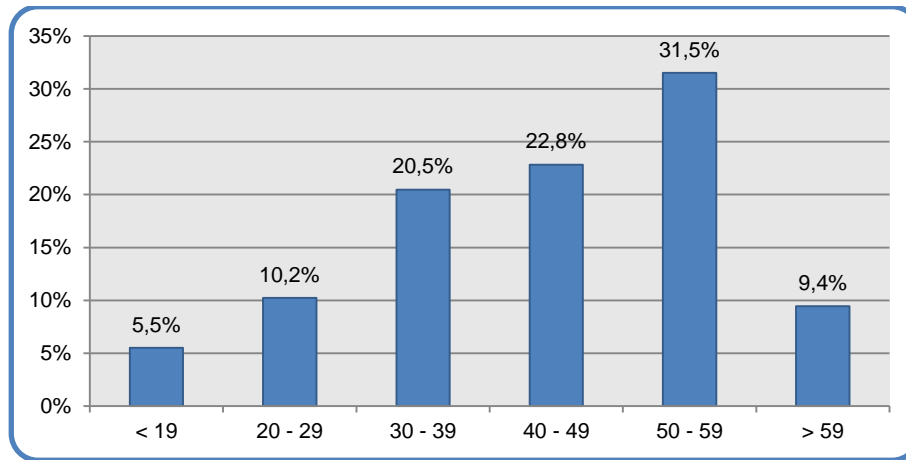
3. MERCADO LABORAL TURÍSTICO Y APROVECHAMIENTO DE LOS MONUMENTOS EN CARTAGENA

En esta sección del estudio se describen y analizan los aspectos más importantes relativos al aprovechamiento económico que se hace de los monumentos de la ciudad, en especial, desde el punto de vista de personas que ejercen su actividad laboral en ellos. La información se obtuvo de una serie de entrevistas aplicadas sobre una muestra de 127 personas escogidos al azar, dado que no se encontraron registros sobre la cantidad total que laboraran en los alrededores de los monumentos de la ciudad. Luego de procesar y analizar la información se procedió a organizar su presentación en dos grandes subsecciones: la primera, referida a las características sociodemográficas de los trabajadores, y la segunda, que contiene sus características laborales y de sus lugares de trabajo.

3.1 CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS TRABAJADORES

La evidencia recolectada en campo permitió establecer que la edad de las personas que desarrollan actividades económicas en las zonas de influencia de los monumentos de la ciudad, se encuentra entre 50 – 59 años (31,5%), seguida de aquellos tiene entre 40 – 49 años (22,8%) y 30 – 39 años (20,5%). El resto de la distribución de frecuencias puede apreciarse en la Gráfica 13.

Gráfica 13. Edad de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

A su vez, se estimaron algunos parámetros estadísticos para esta variable, tales como el promedio, que correspondió a 43,83 años. También se estimó desagregadamente por género, encontrándose que los hombres que laboran en los monumentos resultaron ser relativamente más jóvenes que las mujeres, al presentarse una diferencia de 2,84 años. Cabe mencionar que los varones mostraron una mayor amplitud en el rango de edades mínimo-máximo, siendo de 17 – 76 años, mientras que en las mujeres el recorrido fue algo menor, ubicándose en 27 – 65 años. Lo anterior se refleja en la desviación estándar, en tanto que se aprecia una mayor dispersión en las edades, alrededor de la media, en los hombres (14,43 años) respecto a las mujeres (10,42 años) (Tabla 10).

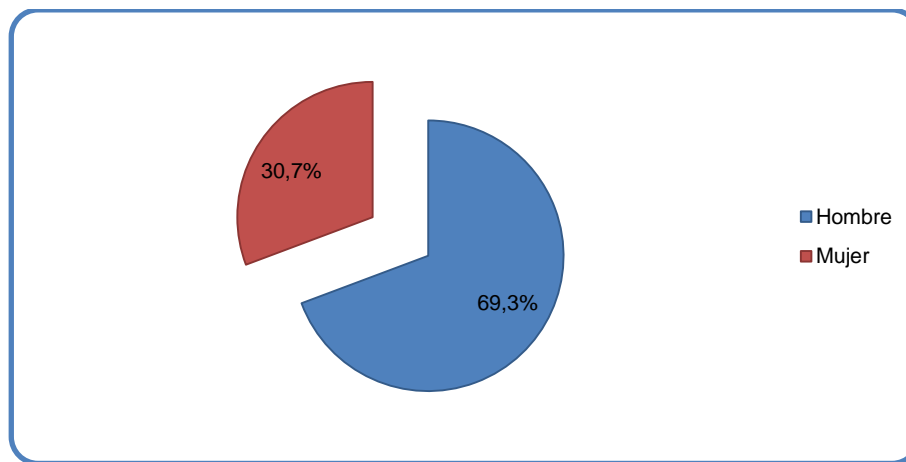
Tabla 10. Estadísticos descriptivos de la edad según Género

Estadístico	Hombre	Mujer	Ambos
Media	42,95	45,79	43,83
Mediana	44,00	48,00	45,00
Desviación estándar	14,43	10,42	13,35
Mínimo	17,00	27,00	17,00
Máximo	76,00	65,00	76,00

Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

De la variable género la mayoría de los entrevistados correspondieron a hombres (69,3%), mientras que las mujeres tuvieron una participación menor (30,7%), tal como aparece en la Gráfica 14.

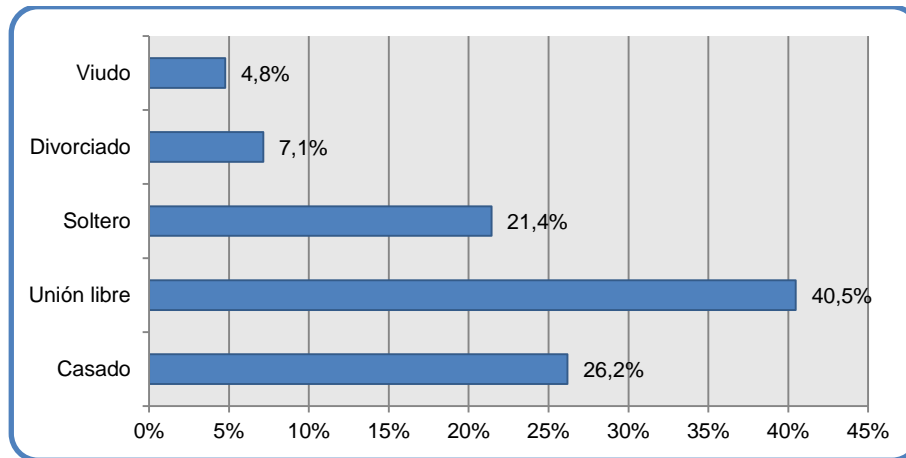
Gráfica 14. Sexo de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

La unión libre fue el estado civil más recurrente entre aquellas personas que realizan actividades económicas alrededor de los monumentos, su participación ascendió al 40,5% de los casos, de igual manera se destacaron los casados, con 26,2%, por un lado, y los solteros, con 21,4%, por el otro (Gráfica 15).

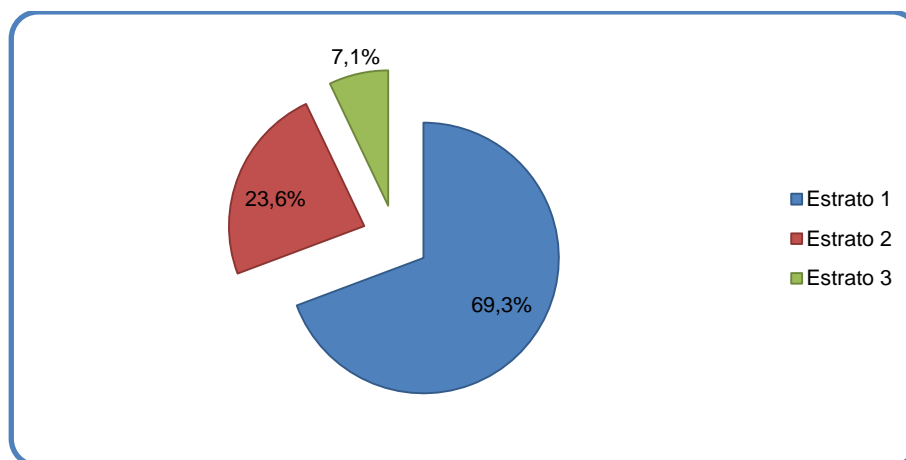
Gráfica 15. Estado civil de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Los resultados evidenciaron que los trabajadores objeto de estudio pertenecen en su gran mayoría al estrato 1 (69,3%), estos por definición son sujetos con menores recursos y más vulnerables en la escala socioeconómica, por tanto son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios, y principales candidatos a los programas de asistencia social del gobierno. El resto pertenecen a los estratos 2 y 3 cada uno con una participación del 23,6% y 7,1%, respectivamente (Gráfica 16).

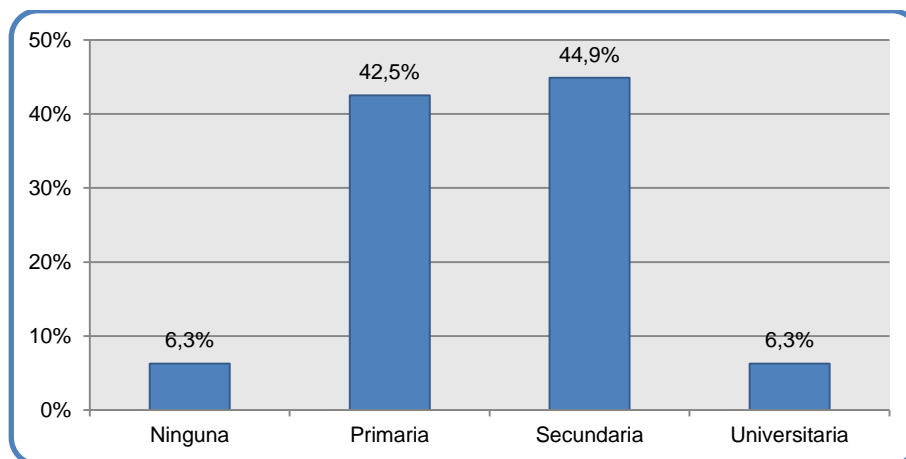
Gráfica 16. Estrato socioeconómico de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

En la gráfica 17, se muestra lo relacionado con el nivel de cualificación de los trabajadores que ejercen actividades económicas en las zonas de influencia de los monumentos, donde el 42,5% tiene formación primaria y el 44,9% posee formación secundaria. El bajo nivel de cualificación y las pocas oportunidades de trabajo en empresas del sector formal, explican el por qué estas personas se desempeñen en actividades que generan poco valor agregado, realizan tareas muy sencillas y principalmente de carácter informal.

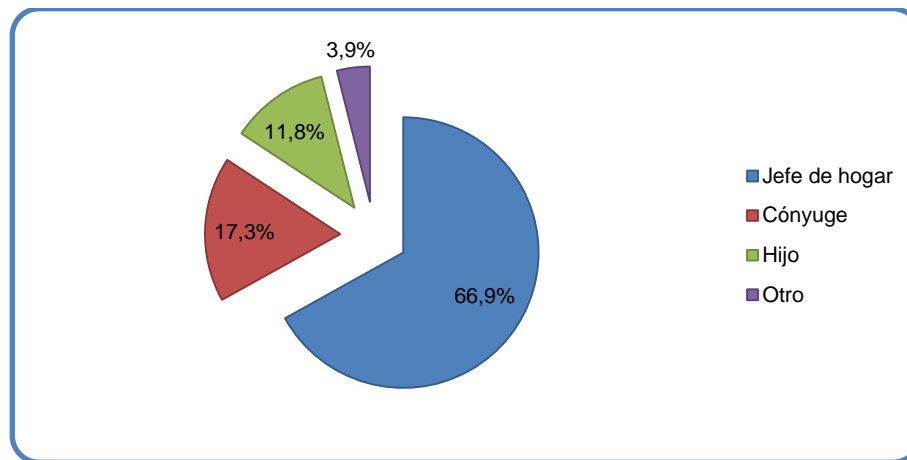
Gráfica 17. Nivel educativo de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Si se tiene en cuenta el rol que ocupa el trabajador en el hogar, se encontró que la mayoría son jefes de hogar (66,9%), en menor porcentaje los cónyuges (17,3%) y los hijos (11,8%) (Ver Gráfica 18).

Gráfica 18. Parentesco del trabajador con el jefe de hogar



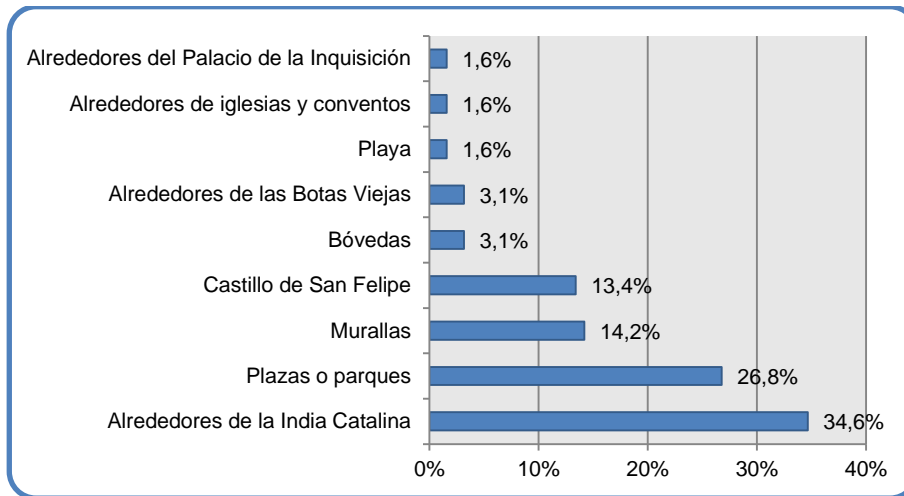
Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

3.2 CARACTERÍSTICAS LABORALES DE LOS TRABAJADORES

3.2.1 Tipología del empleo

Esta segunda parte considerando los sitios más frecuentes dentro de los cuales los trabajadores ejercen su actividad. Al respecto, se observó que en los alrededores de la India Catalina se concentra el 34,6%, seguido de las plazas y parques con 26,8%, las murallas, con el 14,2% y el Castillo de San Felipe de Barajas con el 13,4% del total (ver gráfica 19).

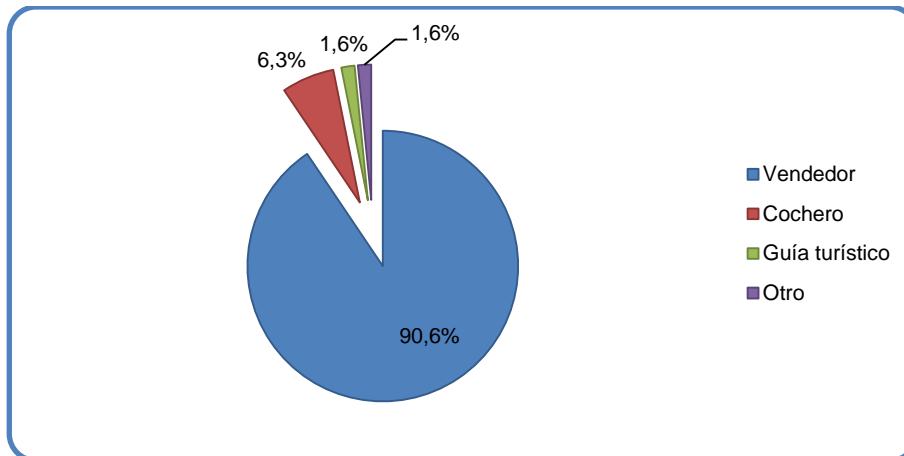
Gráfica 19. Sitio usual de trabajo de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Entre las actividades que desempeñan estas personas, la más frecuente es la de vendedor, (90,6%), las restantes fueron cochero (6,3%) y guía turístico (1,6%) (Ver Gráfica 20).

Gráfica 20. Actividad que realiza en el sitio de trabajo

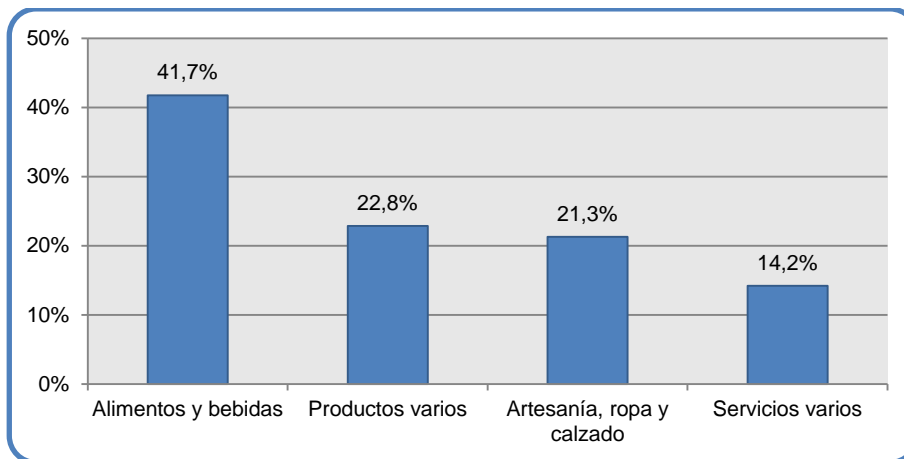


Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Los productos o servicios que se ofrecen en el sitio de trabajo principalmente corresponden a alimentos y bebidas, los cuales tuvieron una participación del 41,7%, también aparecen productos varios (gafas, periódicos, chance, etc.) con el 22,8%. Las artesanías, ropa y

calzado ocuparon el tercer lugar con el 21,3%, y por último, los servicios varios (mototaxismo, guía de turismo, lavadores, cuidadores de vehículos, etc.), que representaron el 14,2% (Gráfica 21).

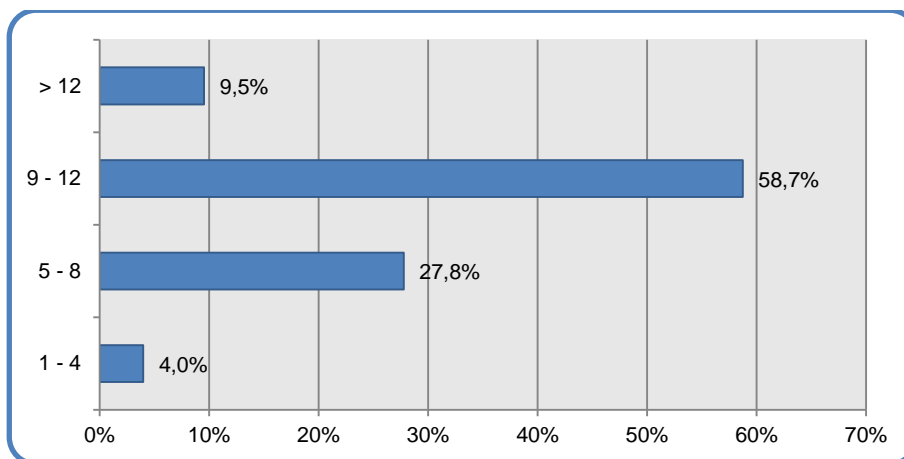
Gráfica 21. Producto o servicio que se ofrece en el sitio de trabajo



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

A las labores descritas anteriormente, el 58,7% de los trabajadores le dedican entre 9 – 12 horas diarias, mientras que el 27,8% lo hace entre 5 – 8 horas al día, el resto destina más de 12 horas (9,5%) y sólo el 4% de ellos se ocupa entre 1 y 4 horas diarias al trabajo (ver Gráfica 22).

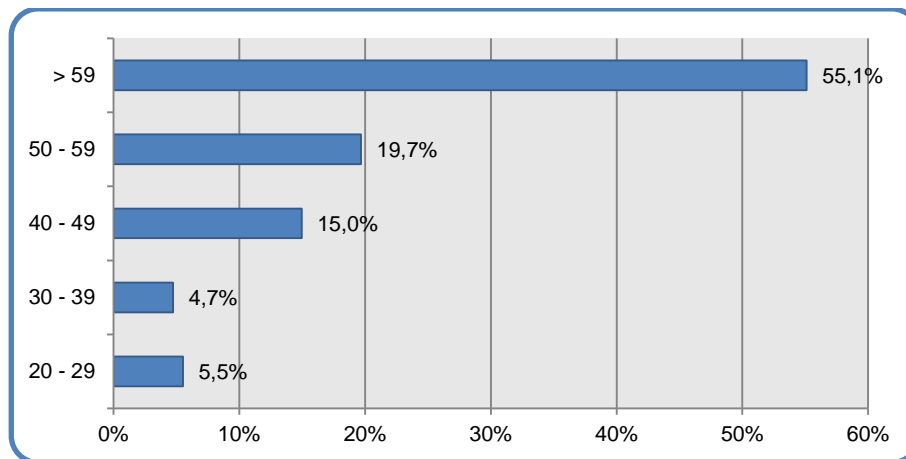
Gráfica 22. Horas de trabajo diario



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Lo anterior representa, una dedicación semanal superior a 59 horas, en el 55,1% de los casos, mientras que de 50 – 59 horas en el 19,7% y 40 – 49 horas según 15% de los entrevistados (Gráfica 23).

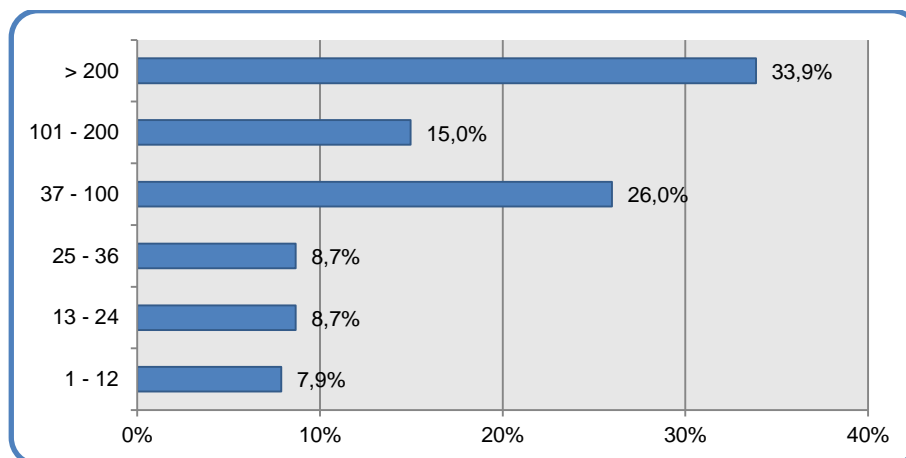
Gráfica 23. Horas de trabajo semanal



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

En lo que respecta al tiempo de permanencia en el puesto de trabajo actual, la mayoría de individuos posee más de 200 meses (16,6 años), correspondiendo al 33,9%. Otros cuentan entre 37 – 100 meses (3,1 – 8,3 años) (26%), y con 101 – 200 meses (8,4 – 16,6 años) (15%) (Gráfica 24).

Gráfica 24. Meses de permanencia en el empleo de los trabajadores

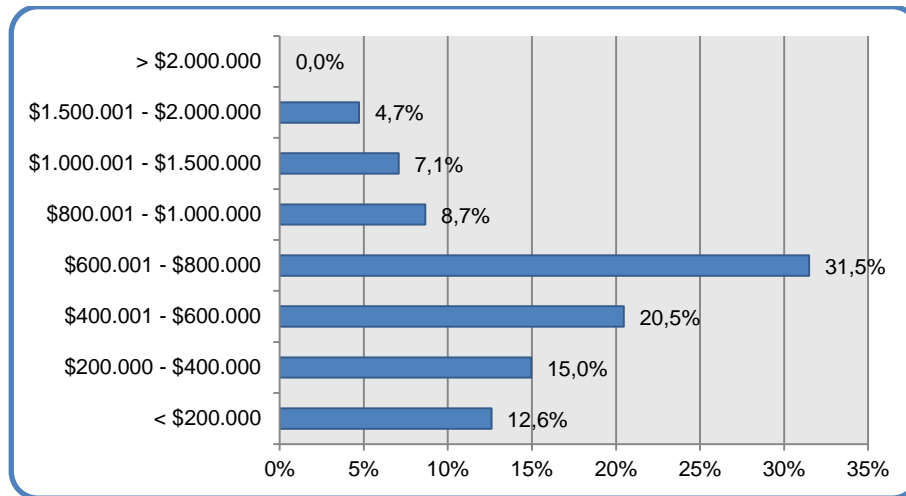


Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

3.2.2 Ingresos y seguridad social

Al analizar los resultados de las entrevistas aplicadas a las personas que laboran en la zona de influencia de los monumentos, se encontró que los ingresos que perciben mensualmente, se encuentran en su mayoría entre \$600.001 - \$800.000 (31,5%), el 20,5% recibe ingresos entre \$400.001 - \$600.000, y el 15% perciben ingresos entre \$200.000 – 400.000 mensuales. Se observa además que el mayor rango declarado fue de \$1.500.000 – \$2.000.000, al cual solo pertenece el 4,7% de los individuos, cifra que se destacó también por ser la participación porcentual más reducida (ver gráfica 25).

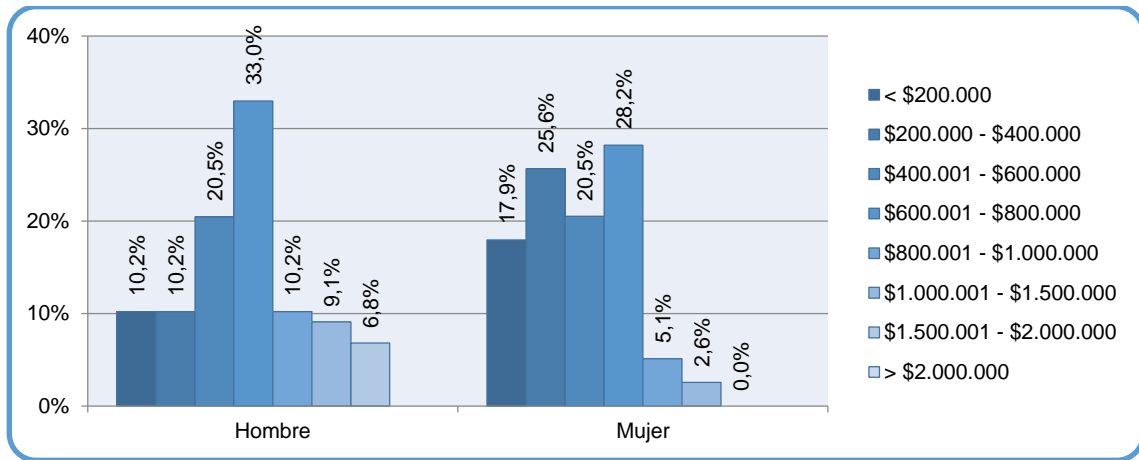
Gráfica 25. Remuneración mensual de los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Si se tiene en cuenta el género, en la distribución de las remuneraciones se observa que, la distribución de frecuencias para los hombres es notablemente más heterogénea que en las mujeres, marcada por concentraciones de individuos en algunos rangos centrales, sobre todo en \$400.001 – 600.000 y \$600.001 – \$800.000, siendo de 20,5% y 33%, respectivamente. En contraste, para las mujeres la distribución resultó algo más homogénea, y sesgada a la izquierda, lo que revela que éstas reciben unos ingresos promedio mensuales de \$500.000, sobre todo en los rangos más bajos (ver gráfica 26).

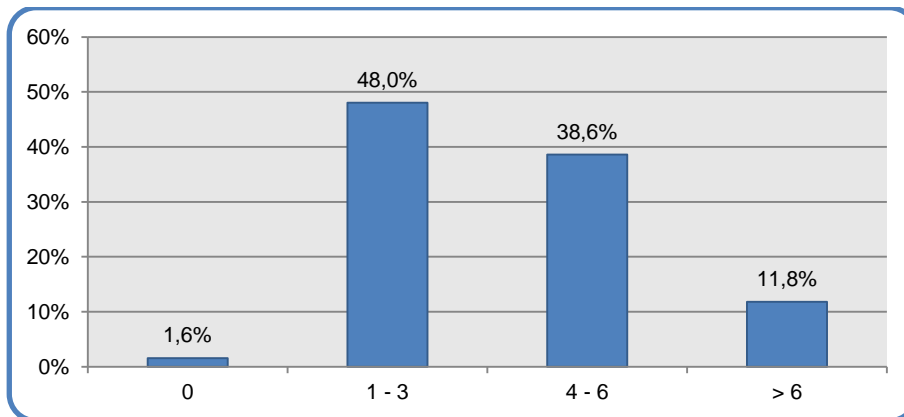
Gráfica 26. Remuneración según Género del trabajador



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Si se tiene en cuenta el número de personas en el hogar dependientes de los ingresos del trabajador que tiene su sitio de trabajo en el área de influencia de los monumentos, se encontró que en un alto porcentaje (48%) entre 1 y 3 personas son dependientes, el 38,6% de los hogares tienen entre 4 y 6 personas y 11,8% tienen más de 6 personas (ver Gráfica 27).

Gráfica 27. Personas en el hogar beneficiadas del trabajo

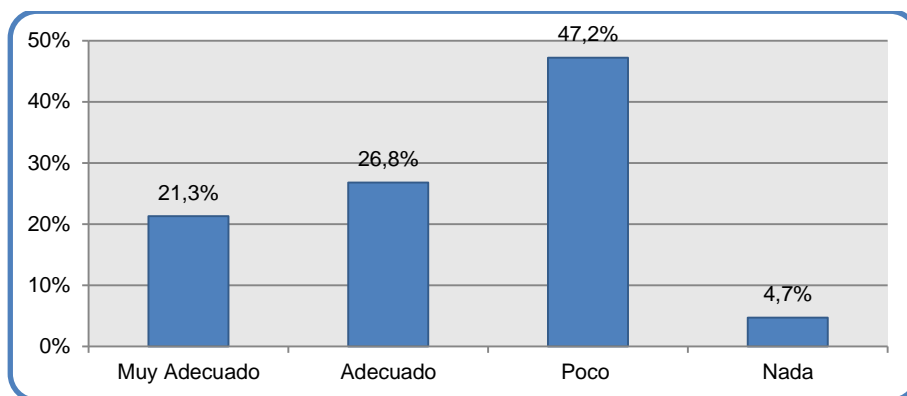


Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

No obstante el beneficio que representa el trabajo para algunos miembros de la familia, los entrevistados declararon que es poco adecuado para atender las necesidades del hogar

(47,2%), sin embargo, otros manifestaron que es adecuado (26,8%) e incluso muy adecuado (21,3%) (Ver Gráfica 28).

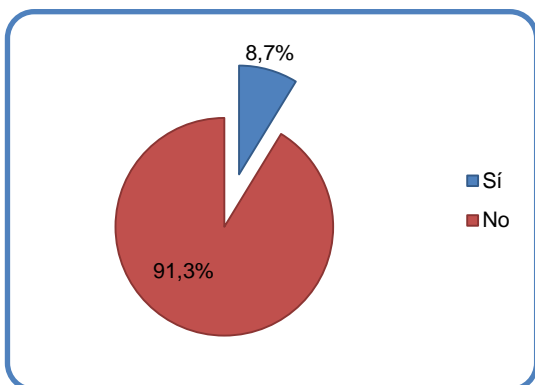
Gráfica 28. Nivel en que el trabajo es adecuado para atender las necesidades del hogar



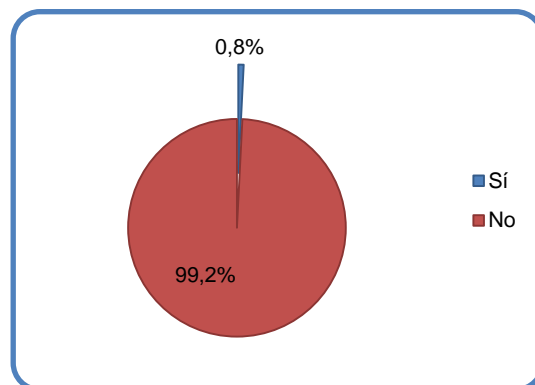
Fuente: Diseño y cálculos de los autores

La seguridad social fue otro de los aspectos indagados, con esto se buscó conocer la protección con que cuentan los trabajadores en caso de una eventual enfermedad o como mecanismo de protección ante la vejez. En primer lugar, la cotización a salud solo es efectuada por el 8,7% de los trabajadores informales, éste bajo porcentaje se explica por la procedencia de los trabajadores, los cuales son de estratos 1 y 2 y están cobijados por el régimen subsidiado de salud, por tanto no cotizan (ver Gráfica 29). En segundo lugar, la cotización a fondos de pensiones fue prácticamente nula (0,8%) (Ver Gráfica 30). Finalmente, se observó que ninguno de estos trabajadores aporta a cesantías (ver Gráfica 31).

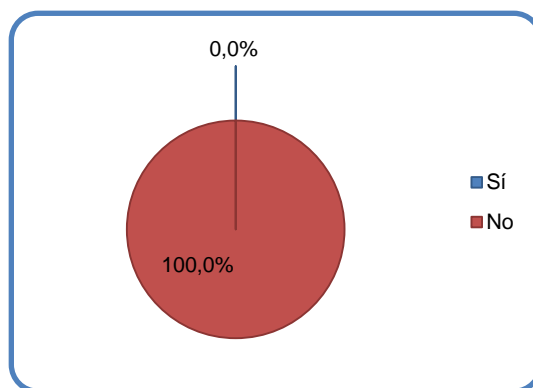
Gráfica 29. Cotiza salud



Gráfica 30. Cotiza pensión



Gráfica 31. Aporta cesantías



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

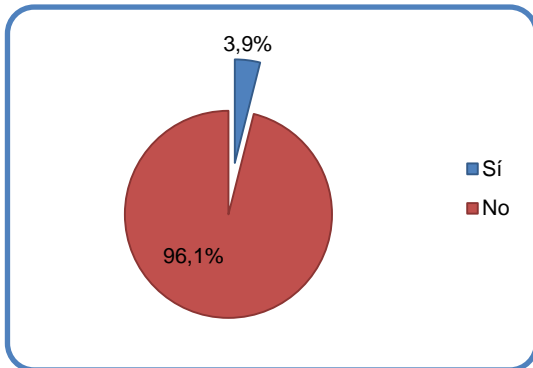
3.2.3 Formalización, agremiaciones y restricciones en el empleo

Este aspecto se caracterizó tomando en cuenta los siguientes elementos que se presentan de manera ilustrativa. La Gráfica 32 da cuenta de que solo en una muy reducida proporción (3,9%) existe contrato laboral que media la relación de trabajo. Por otro lado, la afiliación a alguna asociación, organización o sindicato de vendedores es relativamente minoritaria, alcanzando solo el 18,9% del total (ver gráfica 33).

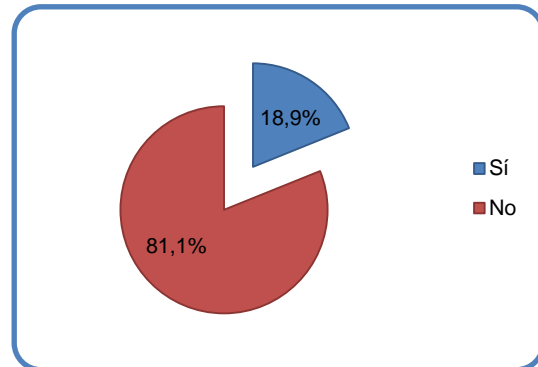
En cuanto a la existencia de algún límite temporal para el desarrollo de la actividad, se evidenció que en una proporción relativamente alta (73,2%) esta no existe (ver gráfica 34).

Adicionalmente, se encontró que el 62,7% de las personas que laboran en la informalidad en los alrededores de los monumentos, reciben frecuentemente instigaciones por parte de las autoridades para llevar a cabo la actividad laboral (ver gráfica 35).

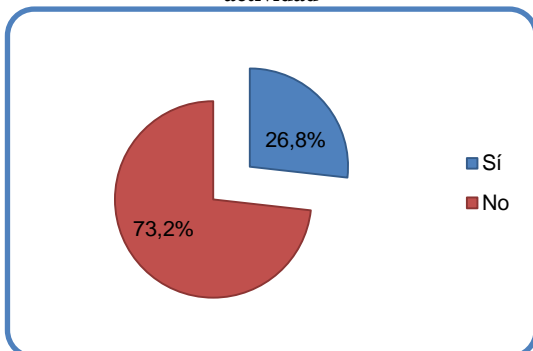
Gráfica 32. Tenencia de Contrato de los trabajadores



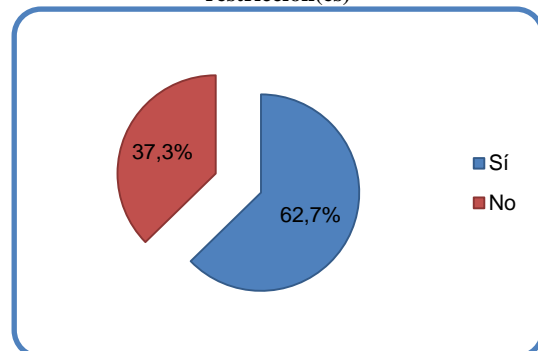
Gráfica 33. Afiliación a asociación, organización o sindicato de vendedores



Gráfica 34. Existencia de hora límite para ejercer la actividad



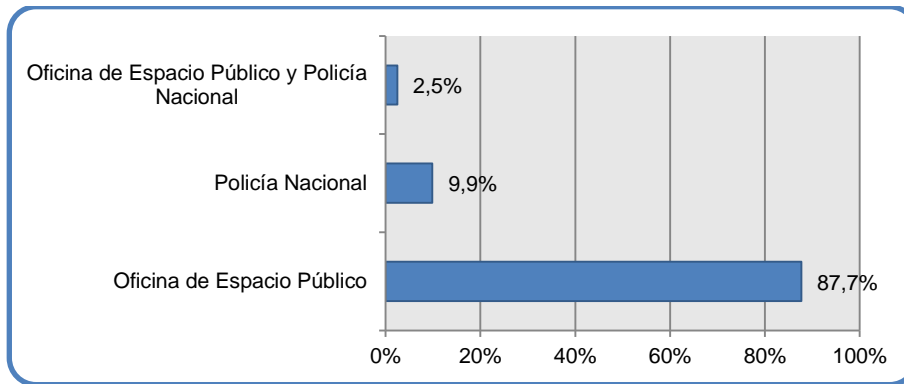
Gráfica 35. Existencia de restricción(es)



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Siguiendo con el análisis de las restricciones para el ejercicio de la labor, se indagó a los trabajadores respecto a cuál entidad se las impone, se encontró que la Oficina de Espacio Público fue la más mencionada (87,7%), mientras que la Policía Nacional, y la acción conjunta de ambas instituciones alcanzaron respectivamente el 9,9% y 2,5%. A su vez, se interrogó sobre la restricción, encontrándose que la única que expresaron fue la no invasión del espacio público. (Ver Gráfica 36)

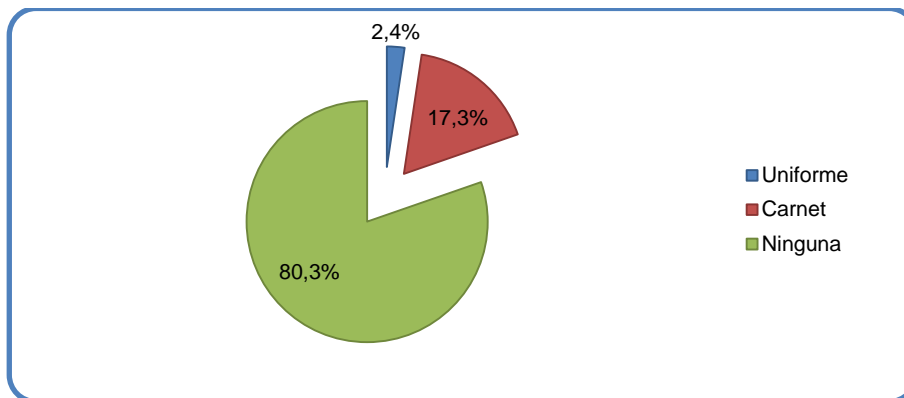
Gráfica 36. Entidad que impone la restricción a los trabajadores



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Por otro lado sobre la eventual existencia de algún tipo de identificación o distintivo para estos trabajadores se observa que la gran mayoría de los trabajadores no disponen de distintivos (80,3%), solo algunos utilizan carnet (17,3%) y uniforme (2,4%). (Ver Gráfica 37)

Gráfica 37. Distintivo obligatorio para desarrollar la actividad



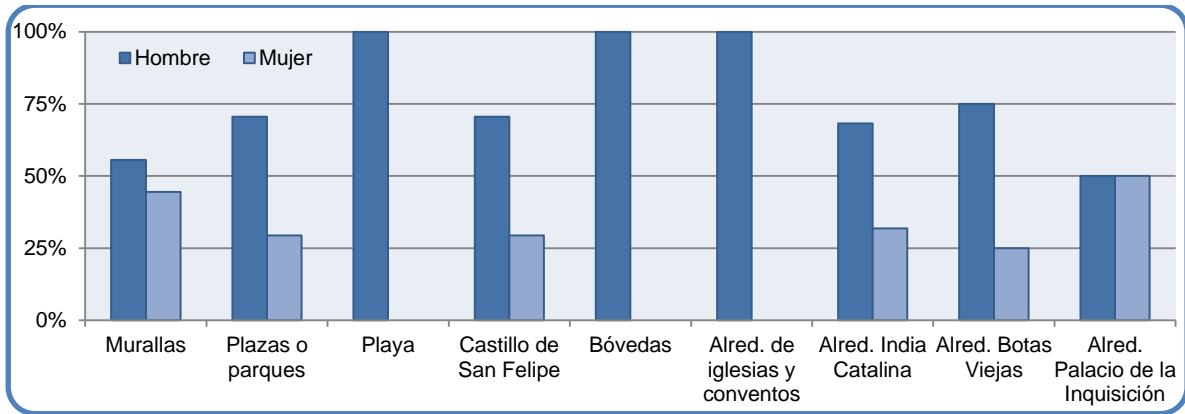
Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

3.2.4 Sitio de trabajo, características de los trabajadores y de sus empleos

A continuación se presentan el cruce entre el sitio de trabajo y variables propias, tanto del trabajador como del empleo que poseen en los monumentos de la ciudad. En primera instancia se analiza el sitio de trabajo de acuerdo al Género; en todos los lugares se aprecia que los hombres

tienen mayor participación que las mujeres en todos los sitios, sobre todo en la playa, las Bóvedas, los alrededores de iglesias y conventos. (Ver Gráfica 38)

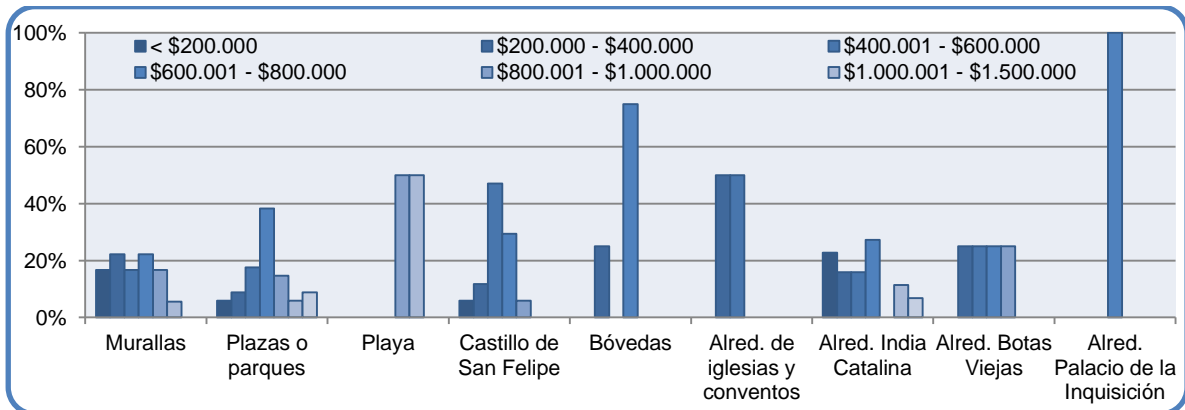
Gráfica 38. Sitios de trabajo según Género



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

En cuanto al análisis del ingreso, se puede ver que en las murallas, los alrededores de la India Catalina y en torno a las Bóvedas, se presenta mayor variedad en los ingresos, presentando incluso una distribución relativamente homogénea. En contraste, en la playa se evidenciaron las mayores participaciones de los ingresos más altos \$800.0001 – 1.000.000 y \$1.000.0001 - \$1.500.000, cada uno con un 50%. (Ver Gráfica 39)

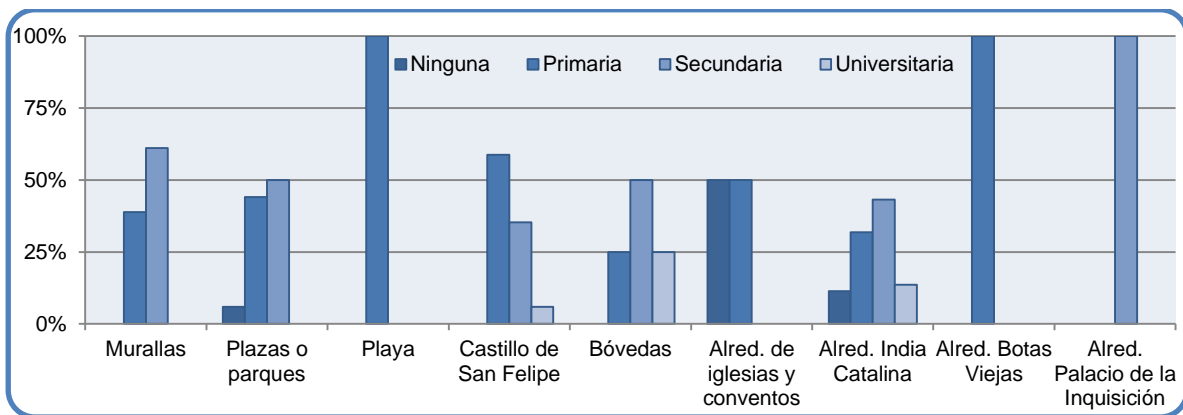
Gráfica 39. Sitios de trabajo según ingresos



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

La Gráfica 40 muestra que el nivel educativo y el sitio donde se ejerce el trabajo se caracterizan porque existe notoria variación entre ellos, así, en el caso de las Bóvedas y los alrededores de la India Catalina, son los lugares en donde se encuentran individuos con variados niveles educativos (desde ninguno hasta universitario). A su vez, en los alrededores de las Botas Viejas y en la playa solo se encuentran trabajadores con educación primaria, y en los alrededores del palacio de la inquisición, con secundaria.

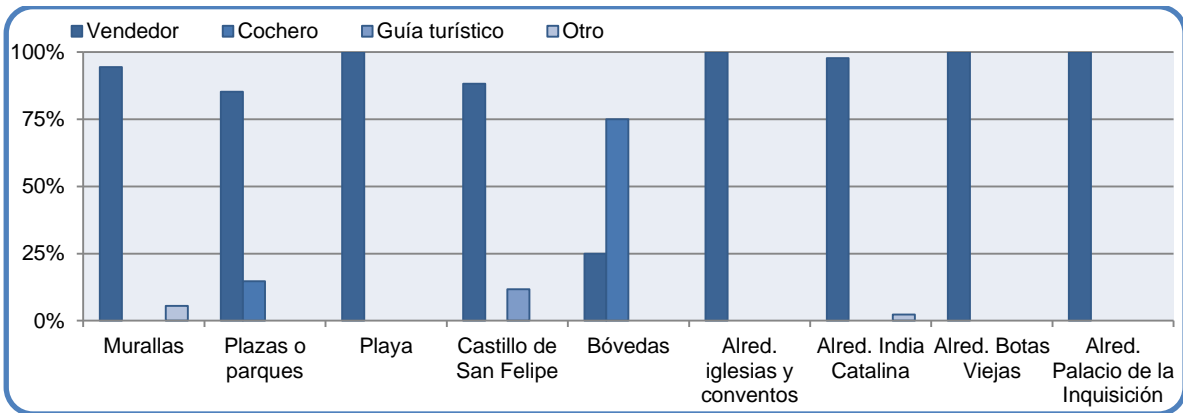
Gráfica 40. Sitios de trabajo según nivel educativo



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

Por otro lado en el análisis del sitio de trabajo junto con la actividad económica, puede afirmarse que siempre predominan los vendedores, con excepción a las Bóvedas, en donde se distinguió la participación de los cocheros, a su vez, puede mencionarse que en las murallas, las plazas y parques, y el castillo de San Felipe, además de vendedores, aparecen cocheros, guías turísticos y otros trabajadores. (Ver Gráfica 41)

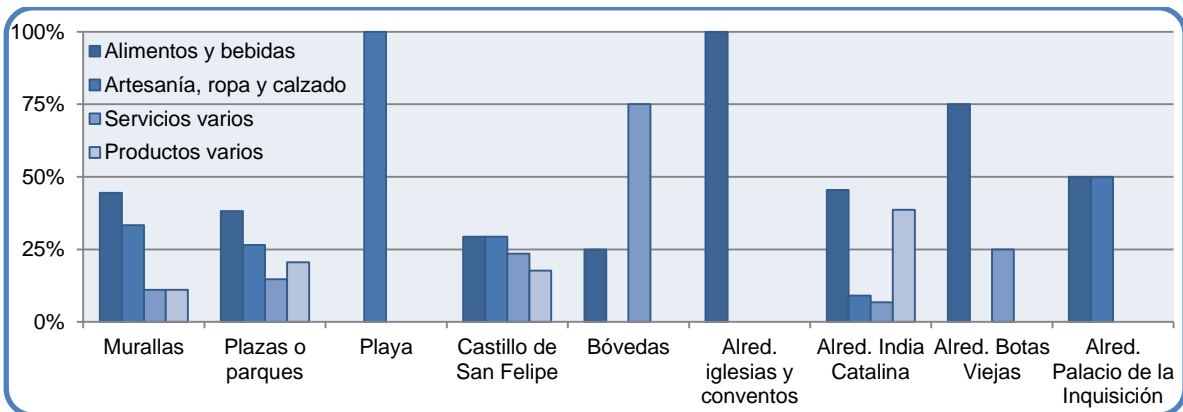
Gráfica 41. Sitios de trabajo según actividad desarrollada en el sitio de trabajo



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

En lo concerniente a productos ofrecidos, los alimentos y bebidas predominan en los que más se ofrecen en las murallas, plazas o parques, y en los alrededores, tanto de la India Catalina, como de las Botas Viejas y las iglesias-conventos. En cambio, en la playa se encontraron vendedores de artesanía, ropa, calzado y de frutas. En general, es notoriamente heterogénea la distribución de estas variables, a su vez, no se presentó un patrón evidente. (Ver Gráfica 42)

Gráfica 42. Sitios de trabajo según producto o servicio que se ofrece en el sitio de trabajo



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

3.2.5 Satisfacción con el trabajo

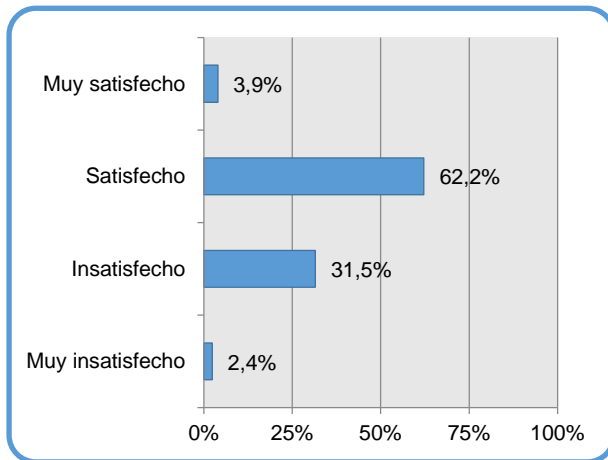
La satisfacción con el trabajo se analiza inicialmente considerando un marco general en función de una serie de aspectos, más adelante se indaga respecto a la eventual existencia de algún trabajo que complemente al realizado en la zona de influencia de los monumentos, para luego evaluar preferencias.

3.2.5.1 Satisfacción general

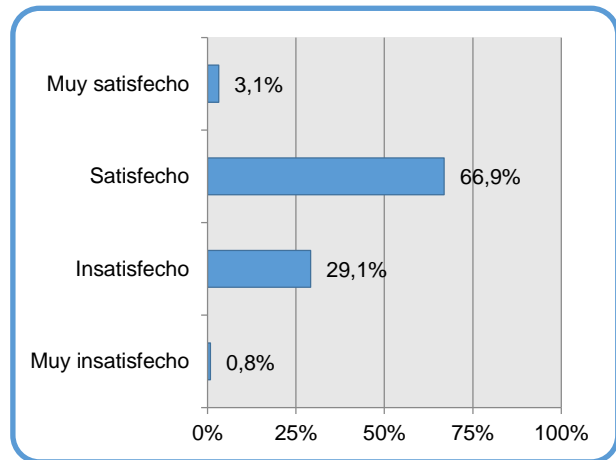
En el siguiente conjunto de gráficas se muestran algunos aspectos del trabajo con los cuales es factible determinar la existencia de mayor o menor grado de satisfacción en términos laborales. Inicialmente, se hace referencia a la satisfacción con la cantidad de horas dedicadas a trabajar, ante lo cual el 62,2% del total de trabajadores se declaró satisfecho y el 31,5%, insatisfecho (Ver Gráfica 43). Por otro lado, en la satisfacción con la aplicación de conocimientos en el trabajo, se evidencia que los satisfechos son un 66,9% contra un 29,1% de insatisfechos (Ver Gráfica 44.). En cuanto a la satisfacción con el pago o la ganancia recibida de la labor asciende al 63%, mientras que aquellos, en el caso contrario fueron el 33,9% (Ver Gráfica 45).

El único aspecto en donde fueron más frecuentes los insatisfechos correspondió a los beneficios y prestaciones que recibe, aquí fueron el 63,8% y los satisfechos apenas el 33,9% (Gráfica 46). Por último, los trabajadores se sienten satisfechos con la jornada laboral (Gráfica 47), con la estabilidad que proporciona el empleo (Gráfica 48), y en general con la actividad económica que desarrollan (Gráfica 49), en proporciones del 67,7%, 69,3% y 65,4%, respectivamente.

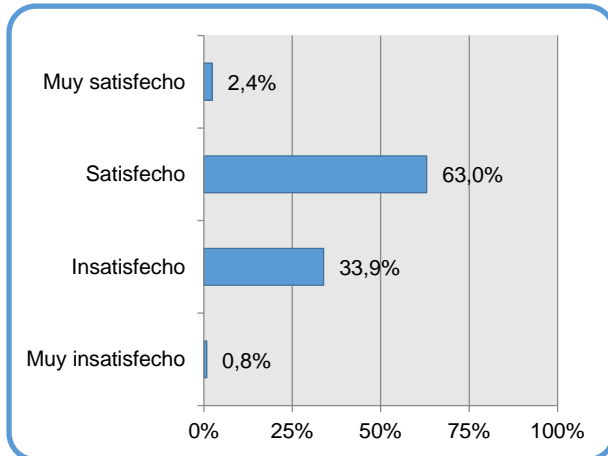
Gráfica 43. Satisfacción con la cantidad de horas trabajadas



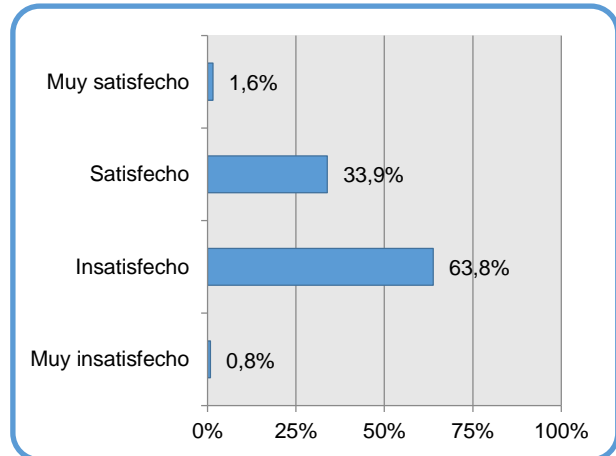
Gráfica 44. Satisfacción con la aplicación de su conocimiento en el trabajo



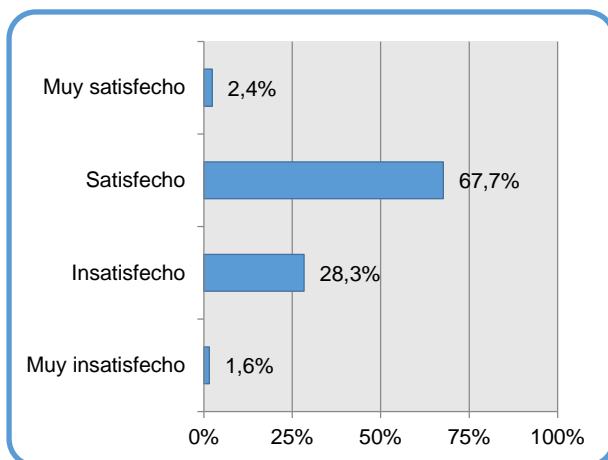
Gráfica 45. Satisfacción con el pago o ganancia recibido en el trabajo



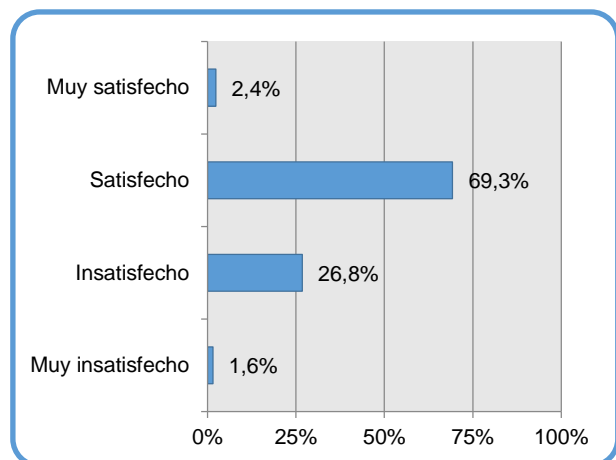
Gráfica 46. Satisfacción con los beneficios y prestaciones que recibe



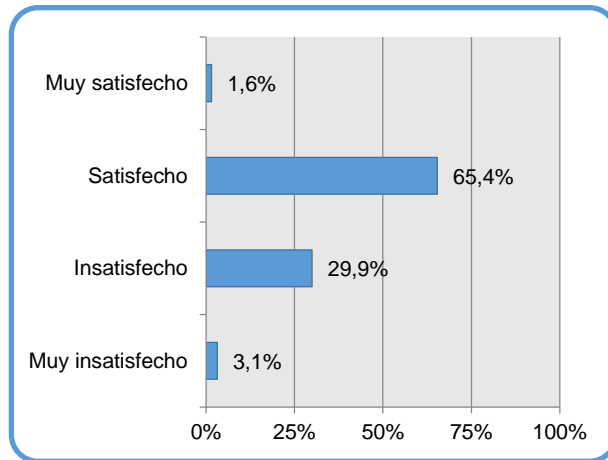
Gráfica 47. Satisfacción con la jornada laboral que tiene actualmente



Gráfica 48. Satisfacción con la estabilidad que le proporciona el empleo



Gráfica 49. Satisfacción general con la actividad económica que desarrolla

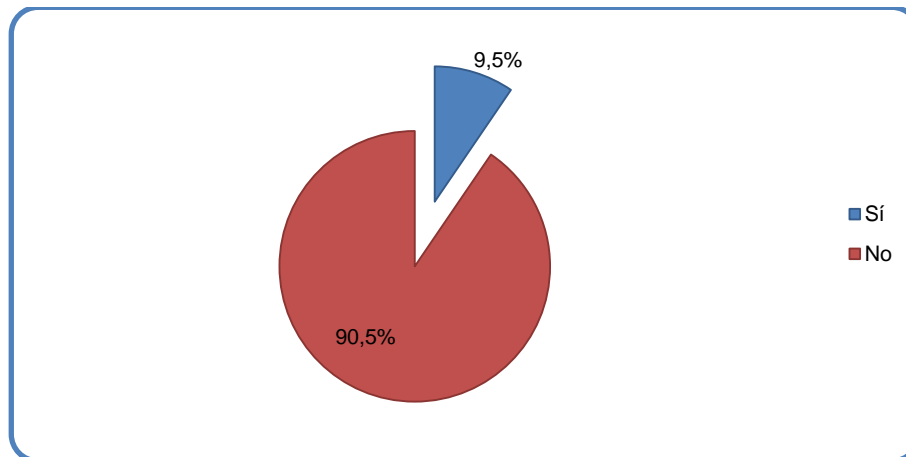


Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

3.2.5.2 Trabajo complementario

Se puede observar que es poco frecuente que los individuos que trabajan en los monumentos posean una labor complementaria, en la medida en que solo el 9,5% lo indicó. (Ver Gráfica)

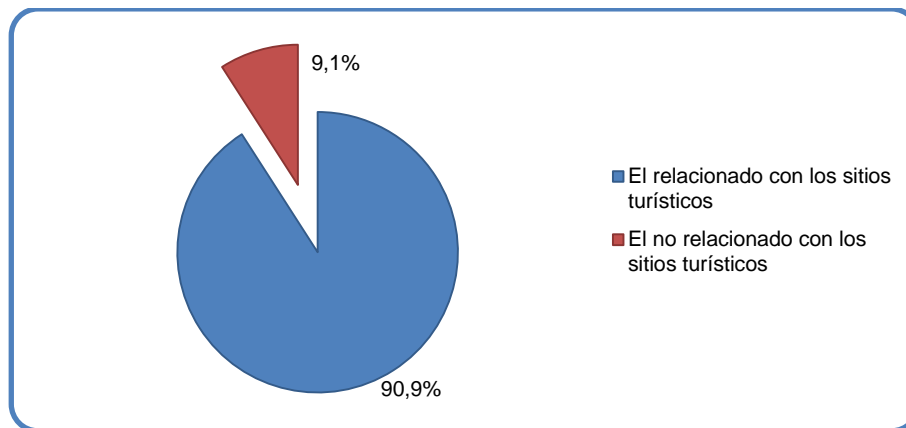
Gráfica 50. Existencia de un empleo complementario



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

A su vez, se preguntó —solamente a los que respondieron positivamente lo anterior—, respecto a cuál de los dos trabajos prefiere. Claramente se observa que existe preferencia respecto aquel que se relaciona con los sitios turísticos, en un 90,9%. (Ver Gráfica)

Gráfica 51. Preferencia entre empleos



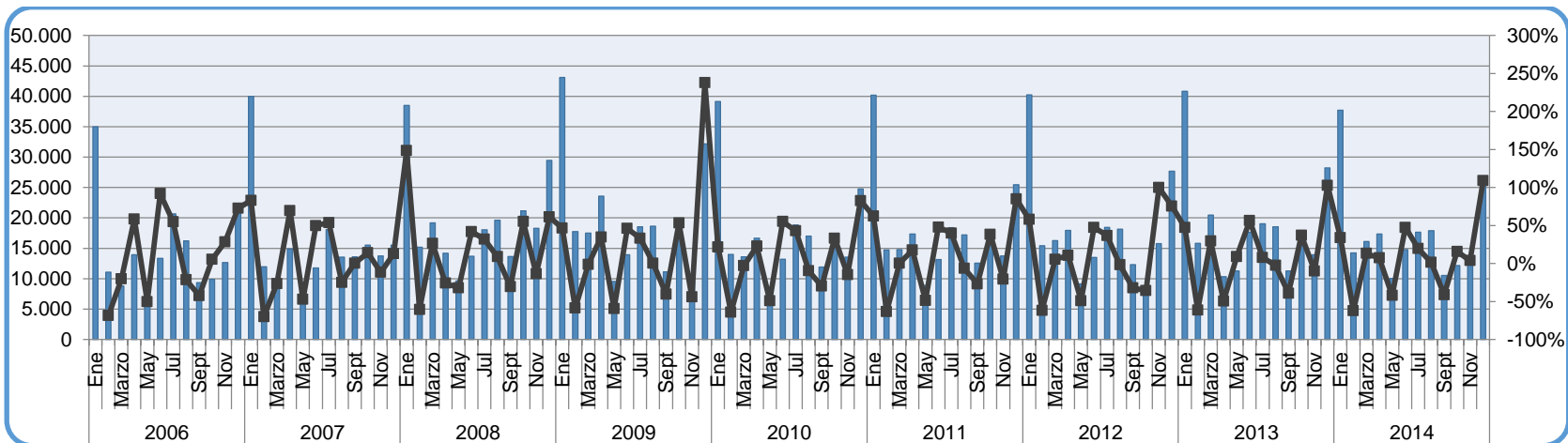
Fuente: Diseño y cálculos de los autores con base a entrevistas

3.2.6 *Dinámica reciente de la demanda de entradas a monumentos*

Un último aspecto que se incluyó en este estudio, con el fin de tener otra perspectiva del aprovechamiento de los monumentos en Cartagena, fue la demanda potencial a la que deben hacer frente estos trabajadores. Al respecto, se buscó aproximarla a través de las entradas de turistas, a pesar de las limitaciones en cuanto a la información, dado que, solo estaban disponibles para 3 monumentos (Castillo de San Felipe; Museo de las Fortificaciones; y Fuerte de San Fernando y Batería del Ángel San Rafael Bocachica). Se evidencia claramente que en la

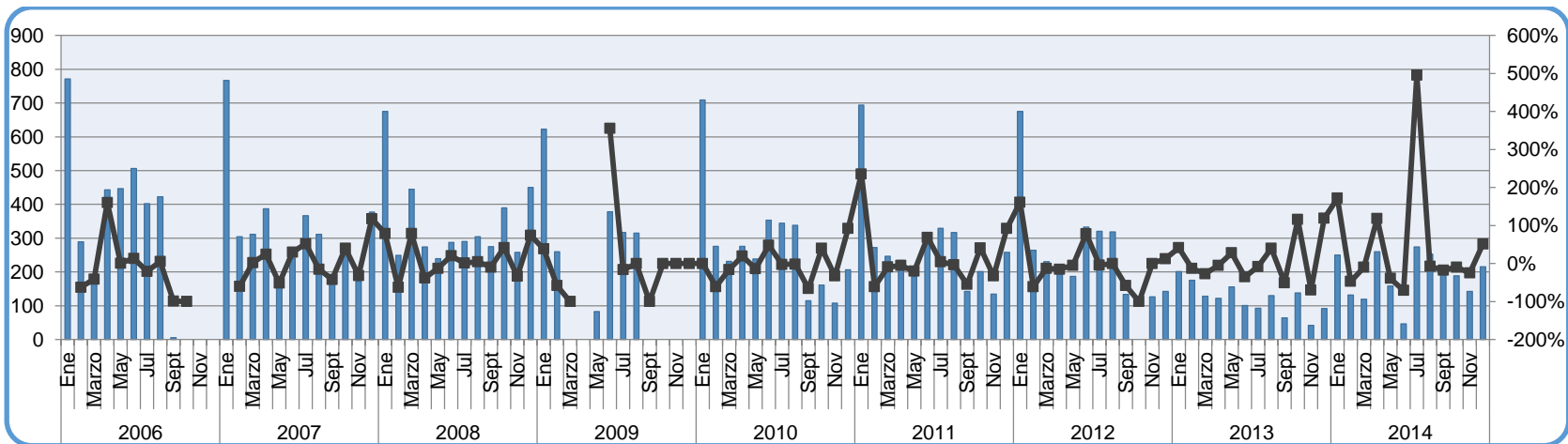
Gráfica 50, Gráfica 51 y Gráfica 52 existe un fuerte comportamiento cíclico, demarcado por la estacionalidad que generan las épocas de vacaciones, sobre todo de fin de año, en las cuales la ciudad se abarrota de turistas; es en este momento en que los trabajadores de la zona de influencia de los monumentos eventualmente pueden acceder a mayores ingresos.

Gráfica 50. Entradas a Castillo de San Felipe 2006-enero a 2014-diciembre. Cantidad de visitantes y variaciones porcentuales mensuales



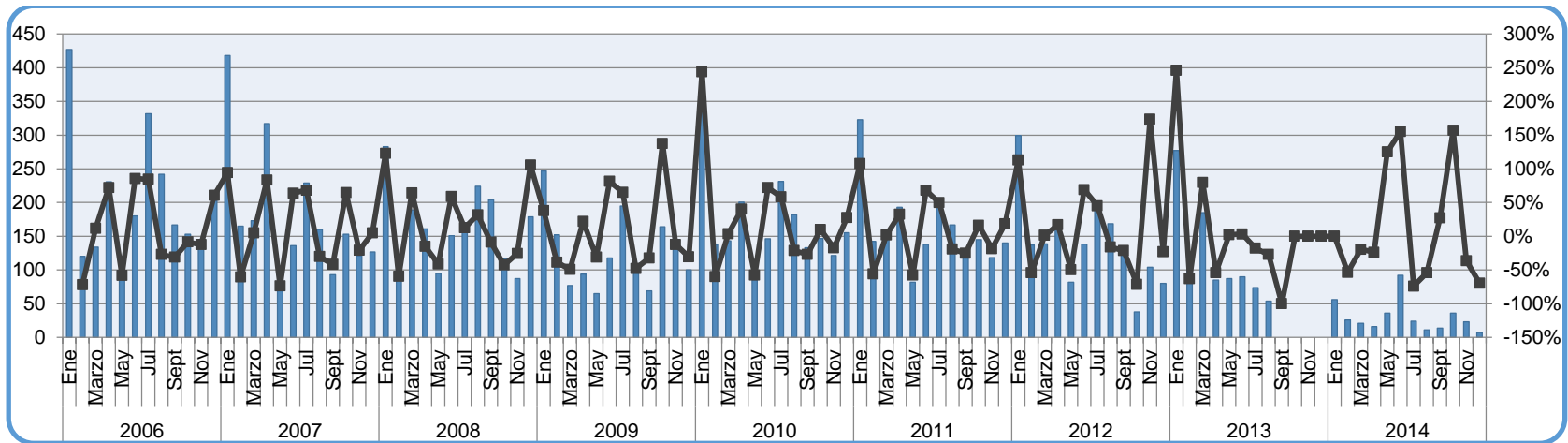
Fuente: Diseño y cálculos de los autores con información de Sociedad de Mejoras Publicas de Cartagena

Gráfica 51. Entradas a Museo de las Fortificaciones 2006-enero a 2014-diciembre. Cantidad de visitantes y variaciones porcentuales mensuales



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con información de Sociedad de Mejoras Publicas de Cartagena

Gráfica 52. Entradas a Fuerte de San Fernando y Batería del Ángel San Rafael Bocachica 2006-enero a 2014-diciembre. Cantidad de visitantes y variaciones porcentuales mensuales



Fuente: Diseño y cálculos de los autores con información de Sociedad de Mejoras Publicas de Cartagena

4. RECOMENDACIONES DE POLÍTICA ECONÓMICA ENFOCADAS AL TURISMO

4.1 TURISMO Y DISMINUCIÓN DE LA POBREZA

En concordancia con los resultados obtenidos en la actual investigación, se hace necesario la creación políticas públicas serias que se enfoquen directamente en la erradicación de la pobreza en la ciudad, utilizando el turismo como uno de los medios para lograr la consecución de dicho objetivo; debe propenderse por la inclusión laboral de la población local menos favorecida al sector turismo, para ello se sugieren las siguientes acciones:

1. Utilizar la educación como pilar fundamental de la reducción de la pobreza, aumentando la cobertura y calidad de ésta, haciendo énfasis en la creación y/o mejoramiento de programas académicos vinculados con las actividades que se realizan en el sector turismo y demás relacionados a éste; por otro lado se deben hacer capacitaciones a las personas que trabajan por cuenta propia alrededor de los monumentos para que sepan identificar si la actividad que están realizando la ejecutan de manera adecuada y si no es así puedan hacerlo correctamente o de lo contrario mirar nuevas oportunidades que les permitan maximizar sus ingresos, trabajar menos horas semanales y por la tanto mejor su calidad de vida y la de las personas que dependan de estos.
2. El mejoramiento de la cualificación de los habitantes de las ciudad tiene que ir de la mano de una predisposición de las empresas turísticas a incluirlos dentro de su planta de personal, para lo cual se debe hacer una alianza entre el sector público y privado más fuerte que logre que se cumplan de manera eficaz lo aquí planteado; lo cual permitiría una disminución del desempleo y por ende un aumento del crecimiento

económico de la ciudad; lo que se verá reflejado en un mejoramiento del bienestar general de la población.

3. El sector turismo posee una cadena de suministros muy grande, por lo que el gasto turístico en este rubro es bastante elevado, por ello se debe enfatizar en que dichos suministros sean de origen local en su totalidad o en su gran mayoría, llevando una vigilancia en cuanto a si los beneficios se quedan en mayor proporción en la ciudad y si los pobres son grandes beneficiados, que es el objetivo primordial de la política.
4. Con relación a la iniciativa propia, se propone incentivar y apoyar la creación de micro y medianas empresas relacionadas con el turismo por parte de las personas pobres, ya sea individualmente o en el ámbito de una comunidad. Puede tratarse de establecimientos de alojamiento, alimentación, transporte, establecimientos de venta al por menor, guías y entretenimiento. La creación de empresas en el ámbito local tiene grandes ventajas pues pone la gestión y el control en manos de la población local, puede garantizar inversiones a largo plazo y permite a las empresas determinar el grado de explotación necesario para atraer consumidores. Igualmente se lograra la disminución del empleo informal, garantizando empleos más dignos con mejores salarios más todas las prestaciones de la ley, lo que finalmente se verá reflejado en una reducción inminente de la pobreza.
5. El crecimiento de la actividad turística en la ciudad trae consigo la necesidad de creación y/o mejoramiento de infraestructura, tales como carreteras, suministro de agua y energía, saneamiento y comunicaciones. Cabe resaltar que en los empleos generados con esta situación deben ser primordialmente ocupados por mano de obra local; además con una planificación cuidadosa, estas infraestructuras también pueden

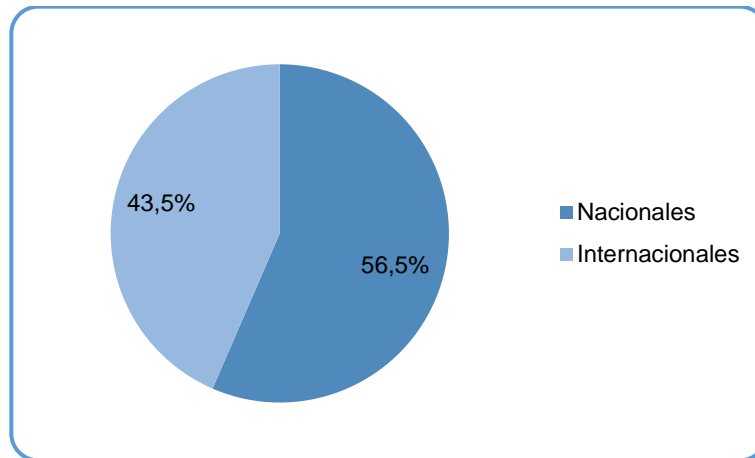
aportar beneficios positivos a los pobres, facilitándoles servicios básicos y abriendo nuevas y más rápidas rutas de acceso a los mercados. El principal desafío consiste en garantizar que el nuevo desarrollo turístico no consume recursos a expensas de las comunidades locales sino que, al contrario, les ofrece la posibilidad de acceder a ellos.

4.2 FOMENTAR EL TURISMO DE EVENTOS

El turismo de negocios puede ser entendido como el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades, laborales y profesionales, llevadas a cabo en reuniones de negocio, congresos y convenciones con diferentes propósitos y magnitudes (Ramos, 2013). El turismo de eventos o reuniones, de acuerdo *International Congress & Convention Association (ICCA)*, tuvo una participación del 20% de turismo mundial –con un crecimiento del 10% anual-. Representó cuatro billones de dólares, generando 152 millones de llegadas y 225 empleos. ICCA afirma que el 40% de los turistas de negocio regresan al destino para ocio.

En la ciudad de Cartagena en el año 2011, el turismo de eventos, reuniones, congresos y convenciones, ingresó a la economía de la ciudad, Us\$58,3 millones, cifra que se incrementó en 104% en el año 2012, cuando por este mismo concepto entró a la economía de la ciudad, Us\$119.03 millones, cifra que equivale al 1,2% del PIB departamental. En promedio, el gasto de un convencionista en Cartagena, por evento, en el año 2012, fue de Us\$990.0 (Centro de Estudios para el Desarrollo y la Competitividad (CEDEC), 2013). En el año 2012 se realizaron 223 eventos, congresos y convenciones en la ciudad, de los cuales el 43,5% fueron internacionales (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**).

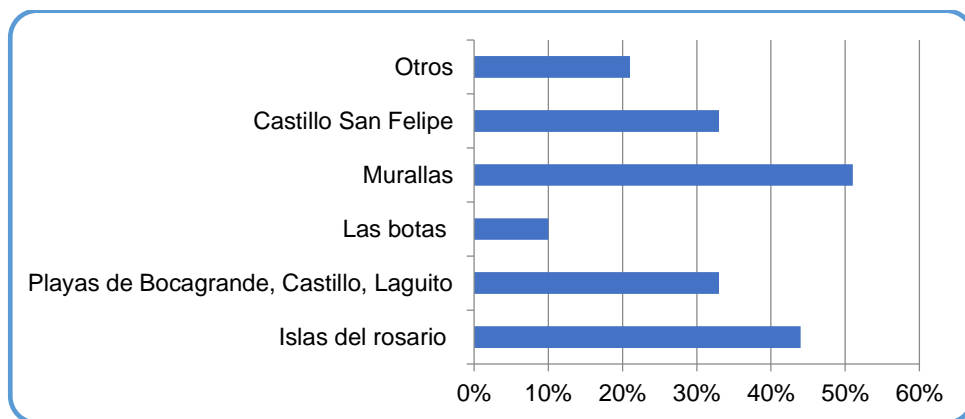
Gráfica 53. Eventos, congresos y convenciones en la ciudad de Cartagena según su tipo



Fuente: CICA VB y diseño de los autores

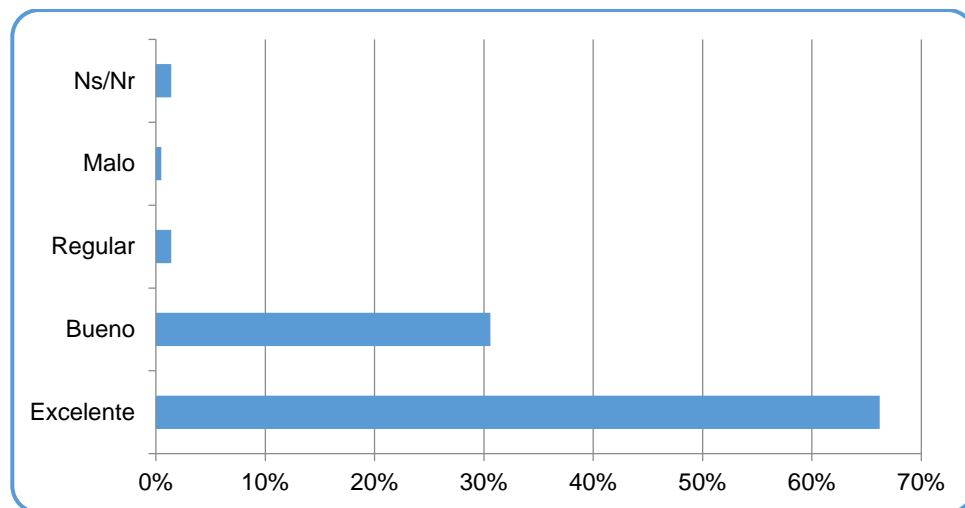
Ahora bien, la importancia de incrementar este tipo de turismo en la ciudad radica en primera instancia, en el impacto socioeconómico que genera, a saber, generación de empleos, recursos monetarios para la ciudad. Por otro lado, en el incremento de visitas a los monumentos objeto de la presente investigación. La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** muestra que del total de turistas de eventos encuestados por el CEDEC, el 51% afirmó visitar las murallas y el 33% el castillo San Felipe. Además, como se observa en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** en general, la población encuestada tiene una percepción positiva de la ciudad. El 66,2% aseguró que la ciudad de Cartagena es un destino turístico excelente.

Gráfica 54. Sitios turísticos visitados por los turistas de eventos en Cartagena



Fuente: CEDEC y diseño de los autores

Gráfica 55. Opinión de los turistas de eventos de la ciudad de Cartagena como destino turístico



Fuente: CEDEC y diseño de los autores

A modo de conclusión, se puede afirmar que los turistas de eventos son un mercado en potencia que puede generar desarrollo y reconocimiento a la ciudad. A pesar de que la visita a la ciudad es por motivos de trabajo, no significa que los turistas no realicen otras actividades, en este caso el 97,3% de los visitantes realizaron recorridos turísticos por la ciudad de Cartagena, antes, durante y después del evento, además, el 17% viajan acompañados de su pareja, hijos y familiares (Centro de Estudios para el Desarrollo y la Competitividad (CEDEC), 2013). Se propone la implementación de políticas y promociones que incrementen este tipo de turismo, por

ejemplo paquetes de viajes que incluyan recorridos turísticos con precios competitivos, campañas publicitarias que inciten a los turistas de eventos a realizar visitas a los monumentos del centro histórico o el mejoramiento de los espacios destinados a estos tipos de eventos dentro de la ciudad.

4.3 MEJORAMIENTO DE LA SEGURIDAD EN LOS MONUMENTOS DE LA CIUDAD

La ciudad de Cartagena de Indias, a pesar de tener una alta dependencia al sector turístico y de que gran parte de los esfuerzos gubernamentales se enfocan en construir una imagen de ciudad pacífica y segura para habitantes y foráneos, la inseguridad logra permear en todos los sectores de la ciudad indiferentemente del estrato del lugar al que se haga referencia. Según las estadísticas del Centro de Observación y Seguimiento del Delito (COSED) los barrios donde mayor número de hurtos a personas se registraron en el año 2013 fueron el Centro con 76 hurtos, seguido de Bocagrande con 67 y Manga con 62, evidenciando así lo dicho con anterioridad.

En su trabajo *Análisis sociolingüístico de las manifestaciones de violencia presentes en el léxico de los habitantes de Cartagena* López Francisco y Segovia Gustavo logran determinar que a pesar que la mayoría de las personas manifiestan sentirse a gusto en la ciudad, el 60.4% de la población entrevistada, de diferentes estratos y nacionalidades, consideró que Cartagena sí es una ciudad violenta (López & Segovia, 2013). Dándonos una idea de la percepción que tienen los habitantes de la ciudad.

Los lugares donde se conglomeran mayor número de turistas, debido a su relevancia histórica reflejada en los monumentos que adornan las calles y sobre todo las murallas que lo rodean, presentan un alto índice de inseguridad. Siendo esta última (las murallas) punto de referencia para delincuentes que encuentran en su gran extensión y falta de iluminación la oportunidad perfecta para cometer actos ilícitos.

Esta situación afecta gravemente la imagen y competitividad de la ciudad como ente turístico, es menester el fortalecimiento de la seguridad en las zonas turísticas por parte de las autoridades policiales, prestando un acompañamiento constante a los turistas, a la par que se disminuyen los índices de pobreza y se aumenta la inversión en educación (cuyo último impacto es la reducción de la violencia). Además es necesario crear campañas publicitarias para cambiar la percepción que se tiene de Cartagena y obtener un convencimiento de que las visitas a los monumentos son totalmente seguras.

5. CONCLUSIONES

En la presente investigación se llevó a cabo un análisis descriptivo del aprovechamiento del turismo y el impacto socioeconómico del mismo en la población de Cartagena. El aprovechamiento correspondió al uso que se le da a los monumentos de parte de las personas que ejecutan actividades económicas permanentes o ambulantes en las zonas de influencia de los monumentos de la ciudad; entre tanto, el impacto socioeconómico fue el resultante de tal aprovechamiento, medido a través de las remuneraciones y la satisfacción resultante, la institucionalización de ciertos colectivos (como los gremios), así como el surgimiento de restricciones, formalizaciones entre otros conjuntos de interacciones entre los agentes.

Para lo anterior, se realizó, en primera instancia, un esbozo de la historia de la ciudad, en segundo lugar, una conceptualización y del comportamiento del turismo, luego se expone una caracterización del mercado turístico local y en última instancia se proponen recomendaciones para el desarrollo del sector en la ciudad.

Cabe mencionar que en los resultados se evidenció claramente tanto el aprovechamiento, como el impacto socioeconómico que deviene del mismo, siempre en el sentido de lo formulado en el primer párrafo de esta página; con el fin de precisar en lo anterior, a continuación se formulan una serie de conclusiones que consolidan los hallazgos.

En cuanto al comportamiento actual de la actividad turística a nivel internacional y nacional, se puede concluir que esta goza de un comportamiento favorable, a pesar de algunos hechos negativos de la actividad económica reciente. Así mismo, Cartagena continúa día a día o posicionándose favorablemente en los ámbitos nacional y externo.

La investigación mostró que los trabajadores que hacen algún tipo de aprovechamiento de los monumentos de la ciudad, en general, son de edades mayores, principalmente hombres, que conviven en pareja (casados y en unión libre), de estratos y nivel educativo bajos, y encabezan un hogar.

Laboralmente se destacan por ocupar principalmente el área próxima al monumento de la India Catalina, plazas y parques, así como las murallas y el Castillo de San Felipe, aquí se desempeñan como vendedores de alimentos y bebidas, laborando alrededor de medio día de manera diaria, las remuneraciones comúnmente no son muy altas, por lo cual, a pesar de que algunas personas se benefician en el hogar, es poco lo que alcanzan para atender sus necesidades, máxime cuando no se cotiza salud ni pensión, y mucho menos se aporta a fondos de cesantías. También se concluye en este punto que la existencia de contrato y la afiliación a algún gremio o sindicato, son muy poco frecuentes. Entre tanto, se pudo evidenciar que, a pesar de lo anterior, estos individuos se declararon generalmente satisfechos, incluso, prefieren este empleo, ate alguno complementario.

El estudio evidenció que el crecimiento y posicionamiento de Cartagena como el primer destino turístico del país se debe a la riqueza cultural de la ciudad, acompañada de monumentos y lugares llenos de historia y belleza arquitectónica. Ahora bien, lo anterior no ha sido suficiente para lograr el reconocimiento internacional necesario para convertirla en uno de las principales ciudades turísticas del mundo. La imagen de inseguridad, la presentación como una ciudad de drogas y prostitución y los precios pocos competitivos no permiten la optimización del aprovechamiento del sector turístico por parte de la sociedad cartagenera.

Es menester trabajar en los anteriores aspectos para lograr un desarrollo y un mejoramiento en la competitividad del sector. Se propone el crecimiento del turismo de eventos en la ciudad, acompañado de una mejora en la percepción de seguridad y la creación de políticas sociales y económicas que tenga impacto en el nivel de empleo, ingresos y calidad de vida de los cartageneros.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Araújo, Ibarra y Asociados S.A. (2011). *Quinientos nuevos productos y servicios, para nueve regiones de Colombia, con gran potencial de mercado en Estados Unidos*. Recuperado el 20 de Mayo de 2013, de <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/industria/SectorClaseMundialQuinientos.pdf>

ASOTELCA. (2013). *Asociación Hotelera Colombiana. ¿Quiénes somos?* Recuperado el 1 de Junio de 2014, de <http://www.asotelca.com/quienes-somos.php>

Ávila Domínguez, F. (2008). *La representación de Cartagena de Indias en el discurso turístico*. México: Cuadernos de trabajo No.2.

Báez Ramírez, J., & Calvo Stevenson, H. (Noviembre de 1999). La economía de Cartagena en la segunda mitad del siglo XX: Diversificación y rezago. *Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano* , 1-54.

BIACI. (s.f.). *Bienal Intenacional de Arte Contemporáneo* . Recuperado el 20 de Junio de 2014, de <http://www.biaci.org/sedes-de-exposicion/>

Borrega, Y. (2009). *El patrimonio y su relación con el turismo*. Obtenido de <http://www.turismoruralbolivia.com/img/PatrimonioTur.pdf>

Brida, J.G., Monterubbianesi, P.D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cutlural.

Cámara de Comercio de Cartagena. (2009). *Turismo extranjero en Cartagena. Diagnóstico y perspectivas*. Cartagena: Centro de Investigaciones Económicas CCC.

Castañeda, G. T. (2007). Notas sobre la arquitectura civil en Cartagena en el siglo XVII. En H. Calvo Stevenson, & A. Mesiel Roca, *Cartagena de Indias en el Siglo XVII* (págs. 131-147). Cartagena: Banco de la República .

Centro de Estudios para el Desarrollo y la Competitividad (CEDEC). (2013). *Impacto del turismo de eventos, reuniones, congresos y convenciones en la economía de Cartagena de Indias-Colombia*. Cartagena: Camara de Comercio de Cartagena.

CICAVB. (2013). *Estadísticas de eventos y convenciones*.

CONSULTUR, TEA, CEGOS, EUROESTUDIOS, M.Q.M. (2003). *Plan Maestro de Turismo para el Litoral Caribe Colombiano*. Barranquilla: s.e.

COTELCO. (2013). *Asociación Hotelera y Turística de Colombia. ¿Quiénes somos?* Recuperado el 1 de Junio de 2014, de <http://www.cotelco.org/?q=node/5>

Departamento de Investigaciones Económicas y Sociales. (2009). *Informe de Coyuntura, I trimestre 2009*. Caratagena: DIES.

Festival Internacional de Música. (s.f.). *Cartagena Music Festival*. Recuperado el 20 de Junio de 2014, de <http://web.cartagenamusicfestival.com/festival-2014/programacion/19>

Galvis, L., & Aguilera, M. (1999). Determinantes de la demanda de turismo hacia Cartagena. *Documentos de Trabajo sobre Economía Regional* (9), nd.

- Gurría, M. (2001). *Introducción al turismo*. México D.F.: Trillas.
- Iranzo, J., Pedrosa, M., & Salido, J. (2005). *Estructura económica de los mercados turísticos*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos.
- Lane, K. (2009). Corsarios, Piratas y la defensa de Cartagena de indias en el siglo XVI. En H. Calvo Stevenson, & A. Meisel Roca, *Cartagena de Indias en el siglo XVI* (págs. 98-118). Cartagena: Banco de la Republica.
- Lemaitre, E. (1979). *Breve Historia de Cartagena 1501-1901*. Bogotá: Banco de la República.
- López, F., & Segovia, G. (Diciembre de 2013). Análisis sociolingüístico de las manifestaciones de violencia presentes en el léxico de los habitantes de Cartagena . Cartagena, Colombia: Universidad de Cartagena.
- Luna, S. (2010). *Naturaleza, cultura y desarrollo endógeno: Un nuevo paradigma del turismo sustentable*. nd: EUMED.
- Mendoza, G. (2012). *Análisis del sector turismo en la ciudad de Cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013). *Informe Turismo Enero 2013*. Bogotá: MinCIT.

Ministerio de cultura de la República de Colombia. (2013). *Lista de bienes declarados bien de interes cultural* . Bogotá: Grupo de investigación y documentación - dirección de patrimonio .

Mochón, F. (2004). *Economía y turismo*. México D.F.: McGraw Hill.

Montero, C., & Morris, P. (n.d.). *Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno Metodología para el estudio de los Sistemas Regionales de Innovación*. Recuperado el 20 de Mayo de 2013, de http://moodle.eclac.cl/moodle17/file.php/1/materiales_del/documentos/grupo3/terri_compe_sistémica.pdf

OMT. (2004). *Desarrollo sostenible del turismo*. Recuperado el 4 de Agosto de 2014, de http://www.world-tourism.org/espanol/frameset/frame_sustainable.html

Organización Mundial del Turismo. (2013). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: OMT.

PROEXPORT. (2012). *Invierta en Colombia: trabajo compromiso ingenio, 2012*. Recuperado el 1 de Junio de 2014, de [http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/04w5_opt-Presentacion-Colombia-Julio-2010-\(espanol\)_optimized-1.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/04w5_opt-Presentacion-Colombia-Julio-2010-(espanol)_optimized-1.pdf)

Quintero, P., Bernal, C., & López, H. (2005). *La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado*. Recuperado el 20 de Mayo de 2013, de http://www.ocaribe.org/publicacionesinfo.php?la=es&id_publicacion=72

Ramos, G. (2013). *El turismo de negocios en México*. Recuperado el 3 de Agosto de 2014, de Diario Turístico Buen Viaje: http://www.revistabuenviaje.com/b_travel/articulos/gaston_ramos/artic

RIVIERA LINARES, L. F. (2013). MODERNIZACIÓN, SOCIEDAD Y DESARROLLO URBANO EN LA CARTAGENA DEL SIGLO XX: UN BALANCE HISTORIOGRÁFICO. *ALAULA* , 47-57.

Rivieras Linares, L. F. (2013). Modernización, sociedad y desarrollo urbano en la Cartagena del siglo XX: Un balance historiográfico . *Alaula* , 47-57.

Ruiz, A. (2012). *Dinámica y estructura de un destino turístico patrimonio de la humanidad*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Samudio, A. (2006). Cartagena veintiún años después de ser declarada patrimonio mundial. *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe* , 3 (6), nd.

Sociedad de Obras Públicas de Cartagena. (nd.). *Fortificaciones de Cartagena*. Recuperado el 20 de Junio de 2014, de http://www.fortificacionesdecartagena.com/es/fortificaciones/boca_del_puente.htm

UNESCO. (1984). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Recuperado el 21 de Junio de 2014, de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

