

Propuesta de Turismo Religioso como una Alternativa para Diversificar la Oferta

Turística de Cartagena

Castro Barragán Estefany Esther

De Ávila Gómez Dianey

Fundación Universitaria Los Libertadores

Facultad de Ciencias Administrativas

Programa de Administración Turística

Cartagena De Indias, D.T.Y C.

2017

**Propuesta de Turismo Religioso como una Alternativa para Diversificar la Oferta
Turística de Cartagena**

Castro Barragán Estefany Esther

De Ávila Gómez Dianey

Anteproyecto como requisito parcial para optar al título Profesional en:

Administración Turística

Director:

Manuel Esteban Peralta Matos

Fundación Universitaria Los Libertadores

Facultad de Ciencias Administrativas

Programa de Administración Turística

Cartagena De Indias, D.T.Y C.

2017

Dedicatoria

A Dios por Brindarme vida y salud, y ofrecer sabiduría para continuar cada día.

A primer gran amor, y apoyo de mi vida: mi mamá, que fue y siguió siendo mi soporte incondicional y mi sostén cuando se pensó que no se podía, siempre con su sabiduría.

A ese angelito del cielo que Dios me regalo y que me hizo más fuerte para vencer los obstáculos y cumplir las metas, para lograr realizar de lo imposible algo posible, mi hijo.

A mi compañero sentimental Juan Jiménez Acevedo, que creyó en mí y compartió gratos momentos que me ayudaron a continuar con mis metas.

A Dianey de Ávila, por aportar sus conocimientos en este proyecto.

Estefany Esther Castro Barragán

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber

llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres por ser los pilares más importantes y por demostrarme su cariño y apoyos

incondicionales.

A la profesora Mary Luz Estrada a quien quiero como a una madre, por su colaboración, consejos y poder compartir momentos significativos con migo y por siempre estar dispuesta a

escucharme y ayudarme siempre.

A mi compañera Estefany Castro por creer en mis capacidades, a mis hermanos y demás

familiares por confiar en mí siempre.

Dianey de Ávila Gómez

Agradecimientos

En primer lugar queremos agradecer a Dios por su infinita misericordia, gran amor y sabiduría que nos brindó para enfrentarnos a la vida y a este proyecto, a cada una de las familias que nos integran especialmente a nuestros padres, por los diferentes apoyos brindados para hacer esta meta realidad, a cada uno de los profesores que hicieron parte de la formación integral que cada una posee de una manera constante e incondicional.

A lo largo de los años de la carrera agradecemos a los amigos, compañeros, que estuvieron en cada uno de los momentos de la formación, y que ayudaron al fortalecimiento de las personalidades, que han sido parte de este camino.

A nuestra querida Fundación Universitaria Los Libertadores por las valiosas oportunidades que nos proporcionaron y la formación integral, ética y profesional recibida como estudiantes y personas que se enfrentarán al mundo.

Al profesor Manuel Esteban Peralta Matos, que fue nuestro asesor de trabajo de grado, quien nos aportó su conocimiento y experiencias durante el desarrollo del mismo, dedicando parte de su valioso tiempo para guiarnos, pero agradecer de ante mano la responsabilidad que siempre estuvo para que nosotras lográramos cumplir con los objetivos planteados.

Resumen

El presente estudio se realizó con el fin de brindar respuestas al siguiente interrogante: ¿Qué aspectos se requieren para diseñar una propuesta de turismo religioso como una alternativa que apunte a diversificar la oferta turística de Cartagena? Con esta finalidad se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una propuesta de turismo religioso como una alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena, con el fin de poder plantear estrategias que permitan la creación de una ruta religiosa, con el propósito de conocer más a fondo las historias que encierran estas infraestructuras religiosas, y de esta manera, ampliar la gama de productos turísticos ofrecidos en la ciudad, y alcanzar la competitividad en el mercado nacional e internacional. Con el objetivo de lograrlo se siguieron los posteriores pasos: – Analizar el sector turístico de la ciudad, basado en la ley 1558 de 2012, Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones, identificando cuales son las medidas que se llevaron cabo, para garantizar la seguridad del visitante, los organismos privados y públicos que están regulando el turismo con mira de garantizar el crecimiento del mismo. – Se realizó un análisis del mercado objeto, para determinar la demanda actual de la ciudad y los productos consultados, a través de datos suministrados por los encuestados, además de material proporcionado, por la Corporación de turismo Cartagena de Indias (Corporturismo), que se encaminan a la elaboración de estrategias para ampliar la oferta turística, orientadas a la competitividad, mejora e innovación del mercado nacional e internacional.

Método. Con respecto a los datos, se puede puntualizar que esta investigación plantea un enfoque de carácter cualitativo – descriptivo, debido a que el fenómeno a estudiar en este proyecto es la propuesta de turismo religioso como una alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena, que busca proyectarse como un destino de talla mundial fortaleciendo su gestión y la sostenibilidad de los destinos turísticos estratégicos y mejorando la calidad de los servicios y destinos turísticos. A través de él se logró hacer un diagnóstico de la demanda actual y de los productos turísticos del sector, utilizando los resultados de las encuestas lo que determinó las acciones a seguir para elaborar las estrategias de mejora.

Las herramientas y técnicas utilizadas fueron: encuestas elaboradas a los diferentes visitantes que llegan al centro histórico de la Cartagena, para conocer su opinión frente al tema del turismo religioso, y los productos ofrecidos durante su estancia en la ciudad.

La población la conformaron el número de turistas que llegaron a la ciudad (dato suministrado por la Corporación Cartagena de Indias, Corporturismo), de los cuales se tomó una muestra de 126 (turistas). El procesamiento de la información se realizó a través del análisis e interpretación de toda la información recopilada, la cual sirvió para hacer un análisis deductivo de la misma, presentar los resultados y elaborar las conclusiones finales.

Análisis de los Resultados: Después de analizadas cada una de las gráficas, se pudo establecer que el turismo religioso tiene mucha acogida para los visitantes, teniendo en cuenta de que es una visión diferente de presentar la ciudad, el producto turístico a ofrecer, les pareció atractivo y oportuno, además manifestaron su interés por conocer el patrimonio arquitectónico y religiosos de la ciudad, visitar Cartagena no solo como una ciudad turística por excelencia, sino como una propuesta de turismo religioso, conocer más a fondo las iglesias de la ciudad, cuantas son, sus historias y el legado que cada una posee. Los porcentajes siempre sobre pasaron el 50%.

Las variables en las que se encontraron mayores fallas fueron en el conocimiento que poseen sobre cada una de estas iglesias, porque nunca les contaron a fondo sobre este tema, el ofrecimiento de paquetes turísticos con este temática por parte de hoteles, agencias de viajes, o entidades públicas y privadas es nulo, lo que se convirtió en una debilidad las cuales hay que mejorar, para abrir paso a la diversificación de la oferta turística de la ciudad.

Palabras Claves: Competitividad, Demanda turística, Diversificación, Estrategias, Iglesias, Legado, Oferta turística, Producto turístico, Patrimonio Arquitectónico y Religioso, Peregrinaje, Ruta Turística religiosa.

Abstract

The present study was done with the purpose of answering the following question: what aspects are necessary to design a proposal of religious tourism as an alternative to diversify the touristic offer in Cartagena? with this purpose the following objective was set out: To design a proposal of religious tourism as an alternative to diversify the touristic offer in Cartagena in order to establish strategies to create a religious route, so that all the stories within the religious infrastructure can be deeply known and in this way, increasing the different touristic products offered in the city and reaching competitiveness in the national and international market.

The following steps were taken to achieve it: analyzing the touristic industry in the city, ruled by the law 1558/2012 that modifies Law 300/1996 – General Tourism Law, law 1101/2006 identifying which were the different actions to guarantee the safety of the visitors, the private and public organizations that are regulating the tourism in order to assure its growth. – a market analysis was done to specify the current demand in the city through data given by the survey respondents, besides the material provided by the Cartagena de Indias Tourism Corporation (Corporturismo), intended to have strategies to diversify the touristic offer focused on the competitiveness, improvement and innovation in the national and international market.

Method: About the data, it can be said that this research sets out a qualitative-descriptive focus because the aspect to study in this project is the proposal of religious tourism as an alternative to diversify the touristic offer in Cartagena, city intended to be a world class destination strengthening its management and sustainability of the strategic touristic destinations improving the quality of services and destinations. Through this project a diagnosis of the current

demand and touristic products could be done, using the results of the surveys which defined the actions to be followed in order to create the improvement strategies.

The tools and technics used were: surveys made to the different visitors that arrive to the historic center of Cartagena city, to know their opinion about the religious tourism topic and the products offered during their stay in the city.

The population was a number of tourists that arrived at the city (information given by Cartagena de Indias tourism corporation, Corporturismo), a sample of 126 tourists was taken. The processing of the information was done through the analysis and interpretation of all information gathered, which was useful to make a deductive analysis of it, present the results and elaborate the final conclusions.

Result analysis: After analyzing each graphic, it could be established that the religious tourism has a very good reception among visitors taking into account that is a different vision to show the city, the touristic product to offer was considered attractive and convenient, besides people were interested in getting to know architectural and religious patrimony and in visiting Cartagena not only as a touristic city but also, as a proposal of religious tourism to know the churches of the city, how many they are, its stories and the legacy each one has. The percentages always surpassed the 50%.

The variables in which most of the failures were found were the knowledge they had about each of the churches because they were never told deeply about this subject, the offer of touristic plans with this topic by hotels, travel agencies or private or public organizations does not exist which became a weakness. Improvement in this aspect is needed to have a diversification of the touristic offer in the city.

Key words: Competitiveness, touristic demand, diversification, strategies, churches, legacy, touristic offer, touristic product, architectural and religious patrimony, religious touristic route.

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	18
1. Planteamiento del Problema	22
1.1. Descripción del Problema	22
1.2. Formulación del problema	26
1.3. Justificación.....	26
1.4. Objetivos	28
1.4.1 Objetivo General.....	28
1.4.2 Objetivos Específicos.....	28
2. Marco referencial	29
2.1. Antecedentes	29
2.2. Marco Teórico	31
2.3. Marco legal.....	33
2.4. Marco Conceptual	34
3. Diseño Metodológico.....	36
3.1. Tipo de Investigación.....	36
3.2. Población y Muestra.....	36
3.3. Muestra.....	36
3.4 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información	37
3.4.1 Fuentes Primarias.	37
3.4.2 Fuentes Secundaria.....	38
3.5 Tratamiento de la Información.....	38
3.6. Administración Del Proyecto.....	38
3.7 Talento Humano.....	38
3.8 Recursos Logísticos y Tecnológicos.....	38

3.9 Recursos Financieros.....	39
3.9.1 Presupuesto.....	39
3.9.2 Cronograma de Actividades.....	40
Capítulo I	41
1. Análisis del Sector Turístico en la Ciudad de Cartagena de Indias.....	41
1.1. Derechos de Turista.....	43
1.2. Obligaciones del Turista.....	43
1.3. Quién es Prestador de Servicios Turísticos	43
1.4. Derechos de los prestadores de servicios turísticos	43
1.5. Obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos	44
1.6. Prestadores de servicios turísticos vigilados por el Viceministerio de Turismo.....	45
1.7. Por qué se Sanciona a un Prestador de Servicios Turísticos	46
1.8. Procedimiento ante las Asociaciones Gremiales por Reclamos por Servicios Incumplidos	46
1.9. Incumplimiento de Servicios Turísticos.....	47
1.10. Cómo Presentar una Reclamación.....	47
1.11. Procedimiento de la Investigación Administrativa	48
Capítulo II	54
2.Análisis del Mercado Turístico de Cartagena.....	54
2.1. Componentes del Mercado Turístico	54
2.2. La Demanda Del Turismo de Cartagena	55
2.3. Conectividad Aérea y Tráfico Aéreo	57
2.4. Oferta Turística	71
2.5. Características y Componentes de la Oferta Turística en Cartagena	71
2.6. Infraestructura Turística de Cartagena de Indias.....	72
2.7. Atractivos turísticos de Cartagena.....	73
2.8. Monumentos.....	73
2.9. Parques y Plazas	75
2.10. Casas y Museos	77
2.11. Templos y Conventos.....	78
2.12. Fuertes	80

2.13. Patrimonio Turístico de Cartagena.....	81
2.14. Producto Turístico	81
2.15. El Turismo Histórico Cultural de Cartagena de Indias	84
2.16. El desarrollo de la Planta Turística y el Turismo de Eventos	84
2.17. Análisis de la Competitividad del Proyecto a través de las 5 fuerzas de Porter	93
Capítulo III.....	95
Propuesta de Turismo Religioso como Alternativa para Diversificar la Oferta Turística de Cartagena	95
3.1. Turismo Religioso Internacionalmente	95
3.2. Ciudad del vaticano.....	98
3.3. Turismo Religioso Nacionalmente.....	107
3.4. Día a Día.....	108
3.5. La Madre Laura Montoya, Primera Santa Colombiana.....	109
3.6. Milagro Arquitectónico	110
3.7. Turismo Religioso en Cartagena	121
3.8. Iglesia San Pedro Claver	137
3.9. Iglesia santo Toribio.....	138
3.10 Templo la Catedral	139
3.11. Templo y convento de Santo Domingo.....	140
3.12. Templo de la Tercera Orden.....	142
3.13. Templo y Convento de la Santísima Trinidad.....	143
3.14. Ermita El Cabrero.....	145
3.15. Convento de la Popa.....	145
Capitulo IV.....	148
5.1. Estrategias de Mercado para la Propuesta.....	148
5.1.1. Concepto De Servicio.....	148
5.1.2. Definición de Calidad en el Servicio.....	148
5.1.3. Diseño De Las Estrategias, Sistemas, Políticas Y Procedimientos De Calidad	149
5.1.3.1. Sistemas	149
5.1.3.2. Políticas y procedimientos	149
5.1.3.3. Estrategia De Promoción	152

5.1.3.4. Marca Turística Cartagena de Indias	154
5.1.3.5. Atributos marca Cartagena de Indias.....	155
3.1.5.6. Estrategia de Precio.....	158
3.1.5.7. Estrategia de Comunicación	159
3.1.5.8. Estrategia De Distribución.....	160
Conclusiones	161
Recomendaciones	164
Referencias Bibliográficas	166
Anexos	171

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1	36
Tabla 2	37
Tabla 3	39
Tabla 4	40
Tabla 5	58
Tabla 6	61
Tabla 7	62
Tabla 8	67
Tabla 9	68
Tabla 10	69
Tabla 11. Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje por zona.....	87
Tabla 12. Oferta de Establecimientos de Alojamientos y Hospedaje por tamaño en número de habitaciones.....	88
Tabla 13	90
Tabla 14. Nacionalidad	121
Tabla 15. Datos Demográficos	122
Tabla 16. Rango de Edades.....	123
Tabla 17. Motivo del Viaje	124
Tabla 18. Tiempo de Permanencia en la Ciudad	125
Tabla 19. Tipo de turismo que le gustaría realizar en la ciudad.	126
Tabla 20. Conocer el patrimonio arquitectónico y religiosos de la ciudad.....	127
Tabla 21. Cartagena como Turismo Religioso.	128
Tabla 22. Iglesias que posee la Ciudad.....	129
Tabla 23. Historia de Cada Iglesia.....	130
Tabla 24. Medio por el Cual se brindaría información de la ruta.	131
Tabla 25. Monto que pagaría por un paquete turístico todo incluido.	132
Tabla 26. Turismo religioso como alternativa de la oferta turística.	133
Tabla 27. Le han ofrecido, Paquete Turístico Religioso.....	134

Lista de Gráficas

Gráfica 1.....	58
Gráfica 2.....	59
Gráfica 3.....	60
Gráfica 4.....	63
Gráfica 5.....	64
Gráfica 6.....	64
Gráfica 7.....	65
Gráfica 8.....	66
Gráfica 9.....	66
Gráfica 10.....	67
Gráfica 11.....	69
Gráfica 12.....	70
Gráfica 13.....	71
Gráfica 14.....	86
Gráfica 15.....	86
Gráfica 16.....	87
Gráfica 17.....	88
Gráfica 18.....	89
Gráfica 19.....	92
Gráfica 20. Nacionalidad	122
Gráfica 21. Datos Demográficos.....	123
Gráfica 22. Rango de edades	124
Gráfica 23. Motivo del Viaje	125
Gráfica 24. Tiempo de Permanencia en la Ciudad	126
Gráfica 25. Tipo de turismo que le gustaría realizar en la ciudad.	127
Gráfica 26. Conocer el patrimonio arquitectónico y religiosos de la ciudad.....	128
Gráfica 27. Cartagena como Turismo Religioso.....	129
Gráfica 28. Iglesias que posee la Ciudad.....	130
Gráfica 29. Historia de Cada Iglesia.....	130
Gráfica 30. Medio por el Cual se brindaría información de la ruta.	132
Gráfica 31. Monto que pagaría por un paquete turístico todo incluido.	133
Gráfica 32. Turismo religioso como alternativa de la oferta turística.....	134
Gráfica 33. Le han ofrecido, Paquete Turístico Religioso.....	135

Introducción

La ciudad de Cartagena posee una gran infraestructura colonial, llena e historias y un gran legado, con riqueza cultural, arquitectónica, folklórica y patrimonial, lo que la convierte en una de las más visitadas por turistas nacionales e internacionales.

Cartagena, posee el principal puerto del Caribe lo que la transforma en uno de las fuentes de desarrollo industrial del país, especialmente en el sector petroquímico y turístico. Cabe Resaltar los diferentes tipos de turismo que realizan las personas, de ahí la importancia de incluir el tema de la diversificación de la oferta turística de la ciudad, teniendo en cuenta de que se introduce en nuevos mercados y por ende nuevos productos dentro del destino, uno de los que se puede mencionar , porque genera ingreso a la ciudad, es el turismo religioso, que actualmente representa un producto atractivo e importante y ha tomado mucha relevancia para el país en los últimos años , lo que permite que la ciudad de Cartagena incursione en el tema, Considerando que los visitantes que vienen a la ciudad no solo lo hacen en busca de turismo de Salud, de Convenciones, Reuniones, Negocios y de naturaleza, sino que también les gustaría disfrutar de esta ruta turística religiosa , ya que las personas se sienten atraídas por las hermosas edificaciones que posee la ciudad, además de sus historias, lo cual muestra una oportunidad de negocio, con estas iglesias, como un turismo religioso, Por lo que se podrían hallar historias que nunca han sido contadas, para que las personas nativas y extraños escuchen detalladamente los relatos más fascinantes del patrimonio histórico, arquitectónico y religioso de estas. De acuerdo, a lo anterior, no solo debe haber visitas en temporadas de Semana Santa, o únicamente utilizarlas como turismo de Bodas, porque estas por si solas pueden atraer al turista por sus legados de

infraestructuras, formas, e historias, son unas edificaciones que siempre están allí, y se debería buscar la manera de que transcurran las visitas todo el año, y se aprecien lo valiosas e importantes que son para la ciudad.

El Turismo religioso se ha convertido en uno de los motores del desarrollo social, medio ambiental y económico de las diferentes regiones del país como destino de interés. Ya que resulta un tema bastante interesante por todos los factores que intervienen en su desarrollo y en el medio en que se da, es importante que las personas que les gusta viajar conozcan de las condiciones del ambiente de esta ruta religiosa tanto favorable como desfavorable.

Es así, que nuestro principal objetivo es difundir de manera breve pero entendible los beneficios, desventajas y efectos que tiene esta ruta tanto para la ciudad como para los visitantes.

No obstante, los resultados de las investigaciones, a través de las encuestas realizadas a los múltiples visitantes que llegan a la ciudad, se pudo observar que esta ruta religiosa toma una gran ventaja, ya que la ciudad cuenta con infraestructura adecuada, lo que facilita que se practique este tipo de turismo. La estrategia de esta ruta religiosa se organizará tanto a nivel nacional como internacional y regional, con el fin de que cuente con una buena planificación, calidad de los productos, servicios y la promoción de los paquetes turísticos religiosos que se ofrecerán.

El presente trabajo pretende dar una valoración a esta ruta religiosa, que las personas que visitan a la ciudad, con la finalidad de que no solamente lleguen por la cultura y el folklor, sino que puedan disfrutar un turismo diferente, tomando en consideración las hermosas edificaciones religiosas e historia que posee esta ciudad, tomando en cuenta las necesidades de la misma y de las personas que la visitan.

El objetivo principal de nuestro estudio, es proyectarse hacia un nuevo mercado, una alternativa diferente, como lo es esta ruta religiosa, para el desarrollo social, turístico y cultural

de la ciudad de Cartagena de Indias, que muestre una opción innovadora donde se armoniza el bienestar y comodidad del turista.

En ese orden de ideas, nació la inquietud de los investigadores, de estudiar los productos turísticos de la ciudad, y su demanda con el objetivo de diversificarlos ya aumentar la llegada de visitantes, con el propósito de hacer un análisis que permita el planteamiento de estrategias acertadas en busca del mejoramiento de la demanda actual.

Tres capítulos componen este trabajo investigativo, cada uno hace alusión a su contenido, pero todos guardan estrecha relación. En el capítulo 1º, se elaboró el análisis del sector turístico de la ciudad de Cartagena, allí se hizo el estudio de cómo se está llevando a cabo la actividad turística de Cartagena y quienes intervienen para el mejoramiento continuo de la misma.

En el capítulo 2º se elaboró el estudio de mercado, que sirvió de soporte al contenido del trabajo, contiene la situación actual del turismo de la ciudad, las llegas internacionales y nacionales, las vías de acceso que utilizan los turistas para llegar, sea por aeropuerto y cruceros, la demanda actual, la oferta turística de Cartagena, es decir, con que cuenta la ciudad actualmente, sus hoteles, infraestructuras, historias, planta física, (monumentos, plazas, casas, museos, etc.), además de las estrategias que se utilizan en la actualidad para facilitar la estadía del turista en la ciudad. Y como dato complementario se hace una relación del análisis de las 5 fuerzas de Porter enfocadas al tema del turismo religiosos con el fin de conocer como estamos en el tema de la competitividad con los productos ofrecidos.

El 3º capítulo presenta la Propuesta de turismo religioso como alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena, haciendo una relación del turismo religiosos a nivel internacional, como se está manejando, y sus principales exponentes, también se habló del turismo religioso a nivel nacional y sus principales características, además de las ciudades más influyentes en este

tema y por último el turismo religioso a nivel Cartagena, cuales son las debilidades y fortalezas a través de los resultados se determinan las estrategias más acertadas teniendo en cuenta las encuestas realizadas a los múltiples visitantes del centro histórico de la ciudad.

El último, espacio del estudio está enfocado a mejorar el sector y poder competir en el mercado internacional, con la diversificación del producto ofertado, para finalizar con las conclusiones y recomendaciones resultantes del proceso investigativo y del análisis de resultado.

1. Planteamiento del Problema

1.1. Descripción del Problema

El turismo religioso tomó impulso a nivel global durante la última década. Se calcula que son 330 millones de personas el número de viajeros que todos los años recorren los principales centros religiosos del mundo según la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Cerca de la mitad de esos 300 millones de personas viaja a santuarios relacionados con la fe cristiana, siendo los lugares más visitados en el mundo la catedral de Guadalupe de México, con 10 millones de visitantes al año, es el principal santuario de América Latina, es uno de los destinos turísticos religiosos más visitados internacionalmente. San Pedro del Vaticano (7 millones), Jerusalén (6 millones), Fátima (4.5 millones), y Santiago de Compostela (4.5 millones). (Procolombia, 2015)

Otros países que han aprovechado este movimiento son Perú, Colombia y República Dominicana.

Durante la conferencia Patrimonio Religioso y Turismo celebrada a inicios de diciembre en España, Taleb Rifai, secretario de la OMT, dijo que el turismo religioso “es un valioso instrumento para concienciar la importancia de salvaguardar el propio patrimonio y el de la humanidad, y puede ayudar a conservar estos importantes enclaves para las generaciones futuras”. (La Prensa, 2016)

Aunque el 40% de los viajes a centros de peregrinación y meditación se da en Europa, en Latinoamérica se ha reportado un incremento en los últimos años, en especial en México que

recibe anualmente más de 10 millones de personas que viajan a ese país para conocer sus monumentos religiosos, como la catedral de Guadalupe.

Colombia tiene un gran potencial en este segmento a razón del sin número de experiencias únicas a las que pueden acceder quienes practican la fe católica. Sólo en nuestro país es posible rendir culto a la Virgen en un templo construido hace un siglo en medio de un abismo o pagar una promesa, al ascender caminando por un cerro ubicado a más de 3.000 metros de altura sobre el nivel del mar”, aseguró María Claudia Lacouture, presidenta de Proexport. (Procolombia, 2015).

Así, el país cafetero cuenta con hermosas e históricas edificaciones y monumentos que fueron construidos durante los más de seis siglos que completa la adhesión católica en el país como lo es el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas en la localidad de Ipiales (Nariño) y la Basílica del Señor de los Milagros en Buga (Valle del Cauca). (América Economía , 20 de mayo de 2013).

Un lugar mágico que se puede apreciar en Colombia es el Santuario de las lajas, este sitio es visitado por cientos de personas, en honor a la virgen María, el cual se denomina “milagro de Dios sobre el abismo” este está ubicado sobre un puente que cruza el río Guitarra. Se considera una de las estructuras más maravillosas, perfectas y agradables de visitar, ya que su formación rocosa hace parte de la estructura.

Por su parte, la Basílica del Señor de los Milagros, en Buga, es un templo al que le fue concedido ese título en 1937 por el Papa Pio XI, y es catalogado como ícono del turismo religioso en Colombia. (Ámerica economía, 2013).

De acuerdo, a todo lo leído y estudiado cabe destacar que Colombia es un país rico que puede considerarse en destino turístico nacional e internacional, posee el principal puerto del Caribe

por lo que se convierte en uno de las principales fuentes de desarrollo industrial del país, especialmente en el sector petroquímico y turístico.

Cartagena es reconocida por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, título que merece por su rico pasado, desde que fue fundada en 1533 por el español Don Pedro de Heredia. Esta se encuentra ubicada en Colombia, al norte de Suramérica, a orillas del Mar Caribe, esta goza de una estratégica ubicación, ideal para el desarrollo turístico, industrial y comercial. (Cartagenacaribe.com, 2015)

Cartagena, no es solo un lugar famoso por sus playas, su centro histórico, sus lujosos hoteles o sus exclusivas discotecas, sino también por sus iglesias, templos y santuarios que posee la ciudad llenos de historia y espiritualidad. (Rutacol, 2015).

La ciudad de Cartagena tiene un centro histórico muy importante que puede considerarse como un “tesoro” muy valioso, el cual consta de callejuelas, casas con balcones pintorescos, estilo colonial y republicano, con nueve edificaciones religiosas, entre las que destacan Catedral Santa Catalina de Alejandría, Santuario de Pedro Claver, Convento De Santa Cruz de la Popa, Iglesia Santo Toribio, Templo Santo Domingo, Claustro San Agustín, Iglesia Nuestra Señora de las Mercedes (Ermita del Cabrero), Iglesia Tercera Orden, Iglesia María Auxiliadora, santísima Trinidad. Calificado como uno de los centros históricos más conservados del mundo, al punto de merecer el título de Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO, razón por la cual se hace necesario conservar y mantener su estructura, para el logro de la sostenibilidad turística local.

Su conservación, mantenimiento y mejora debe ser una de las prioridades actuales de las entidades que promueven e impulsan el turismo en Cartagena, así como la creación de productos

turísticos alternativos, con el fin de contribuir con la promoción de la ciudad desde otra perspectiva o como otro tipo de turismo.

Esto muestra una oportunidad de negocio, con estas iglesias, como un turismo religioso, Por lo que se podrían hallar historias que nunca han sido contadas, para que propios y extraños escuchen detalle a detalle los relatos más fascinantes del patrimonio histórico, arquitectónico y religioso de estas. De acuerdo, a lo anterior, no solo debe haber visitas en temporadas de Semana Santa, o únicamente utilizarlas como turismo de Bodas, porque estas por si solas pueden atraer al turista por sus legados de infraestructuras, formas, e historias, son unas edificaciones que siempre están ahí, y se debería buscar la manera de que transcurran las visitas todo el año, y se aprecien lo valiosas e importantes que son para la ciudad. En este sentido, el viajero puede en estas, renovar su fe y buscar una cierta paz interior, afianzar su creencia, involucrar sentimientos de esperanza, agradecimiento, convivencia, acercamiento a las creencias religiosas. Actualmente no está aprovechando esas ventajas, que bien pueden convertirse en una herramienta propulsora de desarrollo local.

De seguir esta situación, cada vez entidades privadas se podrían aprovechar de la riqueza de estas infraestructuras, y de esta manera comprometen altas partidas del presupuesto, sin contar si la institución y el país puedan asignarlas o lo que es más complicado que operen y luzcan en un franco deterioro.

Por lo anteriormente expuesto, se propone un modelo de turismo religioso para Cartagena, con el fin de que ayude ampliar la gama de productos turísticos en la ciudad y de esta manera lograr el mantenimiento preventivo de las instalaciones que asegure que las infraestructuras sean confortables, funcionales, estéticamente atractivas y generen orgullo a la ciudad y mejoren la calidad de vida de los habitantes de la ciudad.

1.2. Formulación del problema

¿Qué aspectos se requieren para diseñar una propuesta de turismo religioso como una alternativa que apunte a diversificar la oferta turística de Cartagena?

1.3. Justificación

El sector de turismo religioso está en auge, esto se debe en parte a que fideliza a los turistas que van a este tipo de destinos turísticos, congrega anualmente aproximadamente 220 – 250 millones de fieles, a nivel Colombia, y en la Ciudad de Cartagena de Indias se puede ratificar que en año 2015 llegaron 232.015 pasajeros aéreos internacionales, y 1.746.469 nacionales (Corporacion Turismo Cartagena, 2015), que vienen en grupos desde diversas partes del mundo para visitar santuarios, Sus manifestaciones fundamentales son el peregrinaje, visita a santuarios, lugares sagrados, tumbas de santos o asistencia y participación en celebraciones religiosas, además de la gastronomía.

Esta investigación se basa en los estudios realizados por la revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales de la universidad de Barcelona, en los cuales se expresa, Desde tiempos ancestrales, los desplazamientos por motivos de fervor y devoción religiosa han estado presentes en la humanidad, sin importar sexo, credo o estrato social. Actualmente millones de peregrinos anualmente realizan estos tipos de viajes a diversos y muy variados santuarios, los motivos que encierran son distintos, como pueden ser para ofrendar algo, pedir un favor o por cumplir con una tradición. Por lo que el turismo con motivos religiosos resulta ser un turismo fiel a los

destinos de visita que los turistas tradicionales o con otras motivaciones. El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, ya que a diferencia del turismo tradicional, este es recurrente al sitio en un periodo de tiempo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio de visita.

Este proyecto se realizará aplicando instrumentos de encuestas a las diferentes personas integradas por personas de la ciudad y turistas, para conocer la percepción acerca de cómo sería la aceptación de este turismo religioso para diversificar la oferta turística de la ciudad.

Por todo lo anteriormente expuesto, este proyecto se constituye en una apuesta diferenciada que busca ante todo recibir y acoger a los peregrinos, es un turismo desnacionalizador que sin dudas pondrá en valor la oferta turística local.

Cabe resaltar que dentro de la Ciudad, se puede beneficiar el sector turístico con la ampliación de este Recurso, teniendo en cuenta de que posee la materia prima pero que no se aprovecha la importancia de estas infraestructuras, siendo este tema nacional e internacionalmente muy importante y con una gran acogida por el reconocimiento que cada país, ciudad, le da a cada monumentos, restos, infraestructuras, e historias de los mismos. Además, de los múltiples ingresos que genera, siendo así, sería un muy buen modelo de turismo religioso como alternativa para diversificar la oferta turística de la ciudad.

En este sentido este modelo es importante, porque permite resaltar las características que posee Cartagena en cuanto este tema. Colombia, actualmente utiliza estos recursos de, iglesias, santuarios o conventos, para posicionarse en el turismo religioso de dicha ciudad, como lo son catedral de sal de (Zipaquirá, Cundinamarca), San Nicolás de Tolentino (Barranquilla, Atlántico) Señor de los Milagros (Bugá, Valle del Cauca). La Ermita (Cali, Valle del Cauca) Catedral Metropolitana (Medellín, Antioquia) Nuestra Señora de Monguí (Boyacá) Catedral Primada

(Bogotá) Nuestra Señora del Rosario (Chiquinquirá, Boyacá) Santuario de Las Lajas (Ipiales, Nariño), dichas ciudades representan el destino en este ámbito con escasos 1 o 2 infraestructuras, pero Cartagena puede lograr posicionarse en este tipo de turismo religioso, como uno de los más importantes e representativos del mismo, interviniendo en la ampliación de este recurso con el fin de convertirlo en un producto más para ofrecer dentro de la gama de servicios turísticos de la Ciudad, justificando entonces de que se posee más de 9 iglesias o conventos, lo que resulta ventajoso, y muy significativo para la misma.

Por último, para los autores al poder fortalecer este Sector que es el único que siempre está en crecimiento y por ende hay diversificación, permite que se amplían las opciones para que el turista tenga más motivos por el cual visitar la ciudad, además, contribuir a la conservación de los mismos y la perdurabilidad en el tiempo.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo General. Diseñar una propuesta de turismo religioso como una alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Elaborar un análisis del sector turístico (1558)
- Realizar un análisis del mercado turístico de Cartagena.
- Desarrollar la propuesta de turismo religioso
- Construir una estrategia de mercado

2. Marco referencial

2.1. Antecedentes

La edad media comenzó una corriente de turismo religioso donde las peregrinaciones fueron bastante difundidas a Tierra Santa y otros lugares religiosos, como Santuarios. En el Renacimiento, la búsqueda de raíces en restos arqueológicos, obras de arte, monumentos, y el afán de conocer nuevos pueblos y lugares desviaron el turismo a zonas como África y Asia.

Marco Polo narra en el siglo XIII, el *Grand tour* de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII y los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX son ejemplos del turismo temprano. Cabe destacar que en España el Camino de Santiago fue como ruta de entrada para los europeos. (Carballo, 2006)

El turismo religioso es un producto más de consumo turístico que está vinculado al significado cultural y espiritual de los lugares. Este proceso, se encuadra en la laicización de los actos religiosos, que a su vez se convierten en una importante atracción turística (Cánovas Valiente, 2008). Shide (2010) constata que la religión proporciona los recursos (tanto materiales como metafísicos), incluyendo artefactos físicos, tales como templos, iglesias y catedrales, los rituales, festivales y eventos para la actividad de turismo religioso. (Silvia Aulet Serrallonga, 2011).

Ostrowski (2002) considera el turismo religioso como «el nuevo término que refleja una nueva forma de turismo que se coloca entre lo sacro y lo profano». Cada forma de turismo se destaca y se caracteriza por varias motivaciones que mueven a las personas hacia lugares determinados. Estas motivaciones pueden coincidir y ser transicionales, o tener un matiz

específico, propio a cada una de las formas de turismo. «El turismo religioso debe considerarse como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales». En el caso del turismo religioso, a las motivaciones tradicionales del turismo tales como el deseo de moverse, el descanso o la curiosidad por conocer cosas nuevas, se le añaden nuevos elementos como la participación en las celebraciones litúrgicas. (Silvia Aulet Serrallonga, 2011).

Sharp ley y Sundaram (2005) refiriéndose a la definición de turismo religioso de Sigaux (1966) y de Vukonic (1996) afirman que es probablemente una de las formas más antiguas de turismo, con la migración del ser humano ligado a la religión desde los primeros tiempos, se manifiesta en una diversidad de actividades turístico-religiosas, desde viajes a largo plazo (es decir, la peregrinación) y / o estancias en los centros religiosos hasta visitas a corto plazo en los centros religiosos o en los sitios con el propósito de la celebración religiosa, la contemplación o la reunión. En general, estos turistas visitan el sitio del centro y participan en al menos una parte de los ritos. (Silvia Aulet Serrallonga, 2011).

Según Cohen (1984: 374-375), El Turismo se representa como una variedad moderna de peregrinaje. Los peregrinajes hacia lugares santos han existido desde la antigüedad como fenómenos sociales masivos de personas hacia lugares de culto, monasterios o catedrales.

En las comunidades cristianas los más visitados son Roma, Ciudad Santa y Santiago de Compostela (Lanzi & Lanzi, 2005); dichos peregrinajes tenían connotaciones meramente religiosas y buscaban tener un acercamiento hacia la divinidad o el ofrecimiento de un sacrificio u ofrenda para purgar los pecados u obtener favores personales o familiares. En la actualidad, el turismo ha adquirido esa connotación de espiritualidad (Wilson, Macintosh, & Zara, 2013; Euskara, 2011) al convertirse en un mecanismo por medio del cual el individuo busca re-encontrarse y acercarse a su ser espiritual como vía para hallarle sentido a su existencia (Gil,

2006) y para lo cual generalmente se recurre a la reconstrucción o simulación de lugares que proyectan experiencias profundas por su contenido emotivo u espiritual, pero que en términos de Mac Cannel (1973) es solo una recreación o experiencia que busca lo original y auténtico -back regions, pero donde el solo se llega al Font regions. (Pasos , 2010)

2.2. Marco Teórico

Según la revista iberoamericana de turismo, esta, contiene conceptos básicos para entender más a fondo la conceptualización del turismo religioso, actividades, e principales motivaciones de los viajeros que se inclinan por este turismo, lo cual se convierte en un basamento para la investigación, afirmando estos de que: “El turismo religioso es uno de los nichos del mercado turístico en crecimiento. Los principales destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural.

El turismo religioso tiene una composición compleja debido a varios elementos que constituyen sus destinaciones y los motivos que mueven a los viajeros hacia estos lugares. Es decir, el turismo religioso se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos, que muchas veces interactúan en la intención y la decisión de emprender el viaje”. (Silvia Aulet Serrallonga, 2011).

Según la Organización mundial de turismo (OMT), los viajeros por turismo religioso están cambiando porque antes eran paseantes nacionales, personas mayores, grupos de jóvenes y familias con niños, pero actualmente son cada vez más internacionales, con estancias más cortas y que recurren crecientemente a agencias especializadas, así como a los medios de las

tecnologías de la información y la comunicación. Además, según las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura existen en el mundo más de 3 mil millones de creyentes, de los cuales la mitad disponen de medios para hacer una peregrinación y el país con más potencial es India. De acuerdo, a todo lo anterior, se constituye en un basamento para nuestra investigación teniendo en cuenta de que este tipo de turismo si arroja visitantes y por ende se convierte en un muy buen producto turístico que ya existe pero que se puede mejorar. (organizacion mundial de turismo, 2008).

Otro concepto importante se convierte en basamento de nuestra investigación, es el de PROCOLOMBIA, el cual afirma de que las tradiciones religiosas proceden de una experiencia trascendente de una persona (el fundador) o de un grupo, si el fundador de esa tradición religiosa no ha logrado transmitir un método para acceder a esa experiencia, la tradición se banaliza en creencias y ritos. (Procolombia, 2015)

Según Porcal (2006), toda peregrinación se puede entender como un viaje motivado por cuestiones religiosas y realizado por una persona creyente a un espacio considerado sagrado. Según la Santa Sede. Documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000 - Adalbert Rebic) se define como peregrinación un viaje emprendido por motivos religiosos a un lugar que se considera sagrado por actuar allí de una manera especial Dios u otras deidades, para realizar allí unos determinados actos religiosos, de devoción y penitencia. (Adalbert Rebic, 1999).

Pero hay autores que indican que no existe una diferencia clara entre turista religioso y peregrino, pues no todos los turistas son peregrinos, ni todos los peregrinos son turistas. Según la clasificación de Smith (1992) ambos tipos de viajeros son polos opuestos: un extremo lo ocuparía el peregrino piadoso que realiza la peregrinación basada en la fe, y el otro extremo lo ocuparía el turista estrictamente secular. En una posición intermedia estaría el turista religioso,

quien a su vez puede ser, según predomine en mayor o menor grado la fe o lo profano en sus motivaciones y actividades, un viajero más peregrino que turista, un viajero tan peregrino como turista o un viajero más turista que peregrino. (Revista Gestión Turística, 2010).

2.3. Marco legal

- **Ley 1558 de 2012** “Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, La Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones”, La norma impulsar una política pública eficiente y eficaz que potencialice al país como destino, y permita alcanzar la meta de convertirlo uno de los lugares favoritos para el descanso y negocios de millones de viajeros del mundo. (Diaz Granados, 2012).

- **La presente ley en el Art. 1**, tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la ' calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

- **Ley 133 de 1994 (mayo 23)**: la cual expide que el Poder Público protegerá a las personas en sus creencias, así como a las Iglesias y confesiones religiosas y facilitará la participación de éstas y aquellas en la consecución del bien común. De igual manera, mantendrá relaciones armónicas y de común entendimiento con las Iglesias y confesiones religiosas existentes en la sociedad colombiana. (secretaria general de la alcaldia mayor de Bogota D.C, mayo 23).

2.4. Marco Conceptual

Basílica: Edificio de época romana con planta rectangular, dividida en tres o más naves separadas por filas de columnas o muros y con ábside en un extremo o en ambos; servía de tribunal y de lugar de reunión y contratación.

Catedral: Iglesia principal de una diócesis, generalmente de grandes dimensiones, que es sede de un obispo o de un arzobispo.

Demanda turística: Según la OMT, la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades.

Ermita: Capilla o iglesia pequeña dedicada a un santo o a una advocación mariana, situada generalmente en una zona despoblada, a las afueras de una población, y en la que no suele haber culto permanente.

Fenómeno cultural y económico: Fenómeno económico comprende todas aquellas actividades sociales realizadas con el fin último de conquistar mayores niveles de bienestar. Estas actividades sociales por si mismas definen un espacio de interacción que podemos llamar el sistema económico.

Iglesia: Conjunto de personas que profesan la religión cristiana.

Oferta turística: es el conjunto de bienes y servicios de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que su estructura de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Peregrinaje: es el viaje a un santuario o lugar sagrado con importantes connotaciones religiosas. Es, también, un viaje efectuado por un creyente (o grupo de creyentes) hacia un lugar de devoción o un lugar considerado como sagrado según la religión de cada uno.

Recursos turísticos: Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no lo son sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros contruidos por el hombre. (Vogeler y Hernández, 2002).

Turismo Peregrino: Viajeros que emprenden un desplazamiento para realizar actos religiosos de penitencia o de devoción.

Turismo Religioso: Viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales adicionalmente a los motivos tradicionales para hacer turismo como: el deseo de moverse, el descanso, la curiosidad para conocer un nuevo paisaje, para conocer a nuevas personas y para visitar el patrimonio cultural.

Turismo Secular: Aquellos grupos motivados por el deseo de visitar un convento o convivir con una orden religiosa.

3. Diseño Metodológico

3.1. Tipo de Investigación

Se puede puntualizar que esta investigación plantea un enfoque de carácter cualitativo – descriptivo, debido a que el fenómeno a estudiar en este proyecto es la propuesta de turismo religioso como una alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena, que busca proyectarse como un destino de talla mundial fortaleciendo su gestión y la sostenibilidad de los destinos turísticos estratégicos y mejorando la calidad de los servicios y destinos turísticos.

3.2. Población y Muestra

La población de esta investigación está compuesta por los turistas nacionales e internacionales que vienen a la ciudad, tomada de la base de datos del informe sitcar de relación de los años 2014 a 2015 de Cartagena.

Tabla 1. Tabla 1

Turistas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nacionales e Internacionales	893.379	1.0%
Total	893.379	1.0%

3.3. Muestra

Para el presente estudio se calculará una muestra aleatoria estratificada con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%, por lo tanto se aplicó la siguiente formula estadística:

En la cual aplicando la formula obtenemos:

Dado que:

Z= Variables estandarizada	Z= 1.96
P= Probabilidad de éxito	P= 0.7
Q= Probabilidad de fracaso	Q= 0.3
E = Porcentajes de error	E= 0.05
N= Población	N= 1.978.484

$$n = \frac{Z^2 P * Q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 P * Q} = 126$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.7 * 0.3 * 1.978.484}{(0.05)^2 (1.978.484) + (1.96)^2 * 0.7 * 0.3}$$

Tabla 2

Turistas	Porcentaje	Muestra
Nacionales e Internacionales	1.0%	1.978.484
Total	100%	1.978.484

3.4 Fuentes y Técnicas para la Recolección de la Información

3.4.1 Fuentes Primarias. Se agotará por medio de un instrumento de encuesta que se aplicará a turistas nacionales como objetivo principal y a extranjeros y a los clientes consumidores del servicio

3.4.2 Fuentes Secundaria. En cuanto a fuentes secundarias se refiere se analizaran las diferentes teorías, así como trabajos relacionados en el tema objeto estudio.

3.5 Tratamiento de la Información

La información es tratada de forma sistemática, codificada y clasificada de tal manera que permita el análisis y la interpretación del objeto de estudio.

3.6. Administración Del Proyecto

Los recursos necesarios para el desarrollo de la presente investigación son los siguientes:

3.7 Talento Humano

Investigadores: Estefany Esther castro barragán

Dianey de Ávila Gómez

3.8 Recursos Logísticos y Tecnológicos

- Útiles de oficina
- Computador
- Impresora
- Fotocopias

- Tinta para impresión
- Papelería
- Material bibliográfico.
- Internet.
- Datos por Corporturismo.

3.9 Recursos Financieros

Los recursos financieros que demanda la investigación son asumidos en su totalidad por los investigadores.

3.9.1 Presupuesto

Tabla 3

Gastos Generales	Valor total
Papelería (resma)	\$ 16.000
Impresión de Encuesta	\$ 30.000
Preparación trabajo (Cd)	\$50.000
Transporte terrestre	\$100.000
Refrigerio	\$ 50.000
Imprevistos 10%	\$ 90.800
TOTAL GASTOS	\$336.800

3.9.2 Cronograma de Actividades.

Tabla 4

Actividades	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recopilación de la información	x	x	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x				
Elaboración de la propuesta		x	x	X	x	x	X									
Observaciones			x	X	x	x	X									
Elaboración anteproyecto	x	x	x	X	x	x										
Observaciones			x	X	x	x										
Procesamiento de la información						x	X	x	x	x	x	x				
Elaboración informe final									x	x	x	x	x	x		
Observaciones													x	x	x	x
Preparación sustentación																X

Fuente: Las Autoras

Capítulo I

1. Análisis del Sector Turístico en la Ciudad de Cartagena de Indias.

Cartagena de Indias últimamente se ha posesionado como un destino turístico de crecimiento para Colombia, por lo que muchas entidades, como Corporturismo, Epa, los gremios de la ciudad como Cotelco, Asotelca, Anato, y Fenalco, y de entidades como la Cámara de Comercio de Cartagena, el Puerto de Cartagena y el Cartagena de Indias Convention Bureau, los cuales junto con el Ministerio de Comercio, Pro Colombia y el Fon tur (Corporación Turismo Cartagena de Indias[Z.S.F], 22 de marzo de 2016), velan por el crecimiento, cumplimiento y desarrollo del turismo local, lo que ha proporcionado más visitas de nacionales y extranjeros debido a la buena promoción de la calidad de los servicios y productos que se ofrecen en la misma.

De acuerdo con lo anterior,

+ para el análisis del sector turístico de Cartagena y conocer cuáles son las estrategias, mejoras y mantenimiento de las metas propuestas para el fortalecimiento de la ciudad, se toma como referencia ítem de la ley 300 de 1996, ley 1558 de 2012 que modifica a la ley 300 de 1996, y nuevas ley del turismo que fortalece la actividad en la ciudad. Además, de las pautas de seguridad que permiten que el destino sea mucho más atractivo a la vista del turista y competitividad de la ciudad frente a Colombia y otros países.

Uno de los principios que es indispensable a la hora de visionar un destino es garantizar la seguridad del turista dentro del mismo, para lo cual se estableció ciertos parámetros dentro de la ley 300 de 1996 la cual designa lo siguiente:

- Uno de los principios generales de la industria turística consagrado en la Ley 300 de 1996 - Ley General de Turismo, es el de la protección el consumidor, que establece que “con miras al cabal desarrollo del turismo, el consumidor o usuario de los servicios turísticos será objeto de protección específica por parte de la entidades públicas y privadas”. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

Imagen 1.



Fuente: elaborada por min comercio industria y turismo.

Es así como una de las funciones asignadas al Grupo de Protección al Turista del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es la de disciplinar el mercado a través de mecanismos de vigilancia y control a los prestadores de servicios turísticos, con el fin de que sus actuaciones se ajusten a la normatividad turística vigente, para que los servicios prestados estén de acuerdo con lo ofrecido y pactado en términos de calidad y cumplimiento. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.1. Derechos de Turista

- Recibir los servicios por él contratados en los términos ofrecidos y pactados.
- Cuando se incumplan de manera total o parcial los servicios ofrecidos o pactados, o por sobreventa, el turista tendrá derecho, a su elección, de recibir otro servicio de la misma calidad, o el reembolso o compensación por el servicio incumplido. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.2. Obligaciones del Turista

Presentarse y utilizar los servicios pactados. En caso contrario, el prestador podrá exigirle al usuario el pago del 20% de la totalidad del precio o tarifa establecida, o retener el depósito o anticipo que previamente hubiere recibido del usuario turista, si así se conviniere. (Artículo 65 Ley 300 de 1996). (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.3. Quién es Prestador de Servicios Turísticos

Es toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de Turismo. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.4. Derechos de los prestadores de servicios turísticos

- A ser inscritos en el Registro Nacional de Turismo, sin costo alguno, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos por la ley.

- A recibir un justo pago por los servicios prestados.
- A la compensación por la no presentación del turista.
- A tener el reconocimiento profesional y protección del Estado.
- A una debida orientación por parte de los funcionarios de la Dirección de Análisis

Sectorial y Promoción. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.5. Obligaciones de los Prestadores de Servicios Turísticos

- Inscribirse y actualizar sus datos en el Registro Nacional de Turismo.
- Ajustar su publicidad en precios, calidad y cobertura del servicio ofrecido y pactado.
- Cumplir las normas que rigen la actividad turística.
- Ejercer su actividad profesional dentro de las pautas de una sana competencia y lealtad

para con el turista y los otros prestadores de servicios turísticos.

- Cumplir con los servicios a los turistas respetando los términos ofrecidos y pactados.
- Suministrar la información y documentación que le sean requeridas por el Ministerio de

Comercio, Industria y Turismo.

- Ante la imposibilidad de prestar el servicio de la misma calidad, contratar a sus expensas, con un tercero, la prestación del servicio incumplido (Artículos 63 y 64 Ley 300 de 1996).

- Adoptar el Código de conducta establecido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para proteger a los menores de edad de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros, de acuerdo con lo establecido por la Ley 679 de 2001. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.6. Prestadores de servicios turísticos vigilados por el Viceministerio de Turismo

- Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente,
- Excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
- Las agencias de viajes y turismo, mayoristas y operadoras.
- Las oficinas de representaciones turísticas.
- Los guías de turismo.
- Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
- Los arrendadores de vehículos para turismo.
- Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
- Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
- Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.
- Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos pre pagadas.
- Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
- Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y turismo determine.
- Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y do otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

(Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.7. Por qué se Sanciona a un Prestador de Servicios Turísticos

Cuando en el ejercicio de la actividad profesional, previa investigación, el prestador incurra en las infracciones consagradas en el artículo 71 de la ley 300 de 1996 y que consisten en:

- Presentar documentación falsa cuando se le solicite.
- Utilizar publicidad engañosa que no se ajuste a sus servicios, calidad o cobertura.
- Ofrecer información engañosa o errónea sobre el contrato, sus condiciones o sobre los

derechos y obligaciones de los turistas.

- Incumplir los servicios ofrecidos.
- Incumplir las obligaciones frente a las autoridades de turismo.
- Infringir las normas que regulan la actividad turística.
- Operar sin estar inscrito en el Registro Nacional de Turismo. (Mincomercio, Industrias y

Turismo, 2 de Julio 2014).

1.8. Procedimiento ante las Asociaciones Gremiales por Reclamos por Servicios

Incumplidos

Las asociaciones gremiales que reciban quejas o denuncias de los usuarios de servicios turísticos, en los términos del artículo anterior, deberán correr traslado de las mismas en los siete (7) días hábiles siguientes al prestador involucrado, quien tendrá un plazo de siete (7) días hábiles para responderlas y presentar sus descargos.

Una vez recibida la respuesta del prestador o cumplido el término sin que ella se produjere, la asociación gremial citará a las partes a una diligencia de conciliación, la cual se llevará a cabo

dentro de los siete (7) días hábiles siguientes el recibo de la respuesta o al vencimiento del término señalado para recibirla.

Diligencia de conciliación. La diligencia de conciliación se someterá en su procedimiento, levantamiento de actas y demás requisitos pertinentes, a lo dispuesto sobre este tema por la Ley 23 de 1991 y sus decretos reglamentarios y tendrá las consecuencias jurídicas que tales normas le señalan.

Remisión al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Si la diligencia de conciliación no se llevare a efecto o en ella no se llegare a un acuerdo, la entidad gremial remitirá la totalidad del expediente al Grupo de Protección al Turista del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a fin de que dé comienzo a la investigación correspondiente. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.9. Incumplimiento de Servicios Turísticos

Si el prestador de servicios no cumple con lo ofrecido o lo hace de manera parcial, el turista podrá acudir ante el Grupo de Protección al Turista, dentro de los 45 días siguientes a la ocurrencia del incumplimiento total o parcial, para formular su queja para la protección de sus derechos. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.10. Cómo Presentar una Reclamación

- Presentar la reclamación ante el Grupo de Protección al Turista.
- Hacer una síntesis de lo que trata la reclamación.
- Nombre y dirección del prestador de servicios turísticos

- Nombre, documento de identidad y dirección del reclamante.
- Anexar en fotocopias documentos que sean necesarios como pruebas del reclamo

presentado.

- Enviar el reclamo a la Calle 28 N° 13 A-15, Primer Piso, Bogotá D.C. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

1.11. Procedimiento de la Investigación Administrativa

- La reclamación podrá ser remitida por el usuario al Coordinador del Grupo de Protección al Turista.
- Una vez recibida la reclamación por el Grupo de Protección al Turista, se analizará si es procedente o no el inicio de la correspondiente investigación administrativa o si por el contrario deberá darse traslado a la entidad competente.
- La investigación administrativa se iniciará con el auto de apertura que suscribe el Coordinador del Grupo de Protección al Turista, en el cual dispone además, notificar a las partes en el término de 5 días hábiles contados a partir del envío de la correspondiente citación.
- Surtido el anterior trámite, el Grupo de Protección al Turista analizará el expediente para determinar la necesidad de decretar y practicar pruebas. En caso afirmativo se deberá proyectar el auto mediante el cual se decretan las pruebas.
- Una vez practicadas las pruebas, se proyectará la decisión que corresponda, imponiendo o no sanción contra el prestador de servicios investigado.
- Notificada la decisión que pone fin a la investigación realizada en primera instancia, el prestador de servicios turísticos cuenta con cinco (5) días hábiles para interponer el recurso de

reposición ante el Director de Análisis Sectorial y, si es del caso, el de apelación ante el Viceministro de Desarrollo Empresarial cuando se trate de Agencias de Viajes, o ante el Viceministro de Turismo en el caso de los demás prestadores de servicios turísticos. Estos recursos se presentan por escrito y de manera personal.

- Cuando se trate de una decisión originada por incumplimiento de servicios ofrecidos a turistas, únicamente procederá el recurso de apelación.
- Los recursos de ley concedidos a las partes en controversia serán resueltos en los términos estipulados en el Código Contencioso Administrativo. (Mincomercio, Industrias y Turismo, 2 de Julio 2014).

Por otro lado, otro aspecto importante dentro del desarrollo del turismo de Cartagena de indias, es los organismos que se crean con el fin de contribuir, fomentar y preservar el turismo de la ciudad, motivo por el cual se creó el **Concejo Superior De Turismo**. Para saber más a fondo de que se trata, nos basamos en el Decreto 873 del 2 septiembre de 2013., el cual estipula lo siguiente:

Artículo 1. Objeto Del Consejo Superior De Turismo. Corresponde al Consejo Superior de Turismo coordinar y adoptar programas y proyectos en materia de turismo en armonía con la política turística formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a los cuales estarán sujetas las medidas y acciones que desarrollen las entidades que lo conforman.

Artículo 2. Composición Del Consejo Superior De Turismo. De acuerdo con lo previsto en el artículo 7° de la Ley 1558 de 2012, el Consejo Superior de Turismo estará integrado así:

1. El Ministro de Comercio, Industria y Turismo
2. El Ministro del Interior
3. El Ministro de Relaciones Exteriores

4. El Ministro de Ambiente y Desarrollo Sostenible
5. El Ministro de Transporte
6. El Ministro de Cultura
7. El Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
8. El Viceministro de Turismo
9. El Director de la Unidad Administrativa Especial d9 Aeronáutica
10. El Director de la Unidad Especial de Migración Colombia
11. El Director de la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales
12. El Director General de la Policía Nacional
13. El Director General del SENA

Artículo 3. · Reuniones. El Consejo se reunirá ordinariamente tres veces al año en las fechas que establezca el reglamento y extraordinariamente cuando lo solicite el Ministro de Comercio, Industria y Turismo.

Artículo 4. FUNCIONES: Son funciones del Consejo Superior de Turismo:

1. Definir y adoptar programas y proyectos entre uno o varios ministerios que beneficien la competitividad del turismo colombiano.
2. Evaluar las medidas y acciones que proyecten adoptar las entidades públicas del orden nacional que afecten al turismo con el fin de recomendar su modificación si fuere el caso.
3. Analizar las normatividades vigentes con el fin de proponer su modificación cuando afecte el desarrollo turístico.
4. Coordinar y adoptar programas y proyectos gubernamentales que requieran el concurso de varios ministerios y entidades públicas del orden nacional con el propósito de lograr el desarrollo armónico del turismo y la optimización de los recursos humanos, físicos y económicos.

5. Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto y que estén acordes con su naturaleza.

6. Darse su propio reglamento. (Ministerio De Comercio, Industria y Turismo, 2 Septiembre 2013).

Por otro lado, es importante para el crecimiento de la ciudad, las nuevas estrategias que se implementen como herramienta para hacer de Cartagena y Colombia un destino de talla mundial. De acuerdo a lo anterior es importante mostrar, la nueva ley de turismo que afianza lo mencionado, lo que estipula lo siguiente:

Según como lo explicó el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados, esta norma busca impulsar una política pública eficiente y eficaz que potencialice al país como destino, y permita alcanzar la meta de convertirlo uno de los lugares favoritos para el descanso y negocios de millones de viajeros del mundo.

Díaz-Granados explicó que la Ley 1558 reforma la Ley 300, que regulaba las operaciones turísticas desde la década de los 90, y permitirá al sector organizarse, dejar a un lado la informalidad y fortalecer las iniciativas regionales, generando así empleo, y progreso y convirtiendo al sector en un pilar de crecimiento.

Estos son algunos de los aspectos más destacados de la Nueva Ley de Turismo:

- Se crean los Comités locales para la Organización de las Playas, integrados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Dirección General Marítima -Dimar y la respectiva autoridad distrital o municipal, que tendrán como función la de establecer franjas en las zonas de playas destinadas al baño, al descanso, a la recreación, a las ventas de bienes de consumo y a la prestación de otros servicios relacionados con las actividades de aprovechamiento del tiempo libre que desarrollen los usuarios de las playas.

- El Gobierno Nacional podrá destinar anualmente el recaudo del impuesto de timbre para que a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se desarrollen programas de inversión social mediante proyectos de competitividad turística en las comunidades en condición de vulnerabilidad.

- Únicamente los prestadores de servicios turísticos debidamente inscritos en el Registro Nacional de Turismo podrán ser beneficiarios de los incentivos tributarios y fiscales consagrados a su favor en disposiciones de orden nacional, departamental, distrital o municipal y que tenga por fin estimular, apoyar o promover la actividad turística.

- El Fondo de Promoción Turística se llamará a partir de ahora Fondo Nacional de Turismo – Fon tur- y tendrá como función principal el recaudo, la administración y ejecución de recursos para la infraestructura turística, promoción y la competitividad Turística, así como el recaudo del Impuesto al turismo.

- Los bienes inmuebles con vocación turística incautados o que les fuere extinguido el dominio

- debido a su vinculación con procesos por delitos de narcotráfico, serán administrados o enajenados por el Fondo Nacional de Turismo o la entidad pública que este contrate.

- Créase la Medalla al mérito turístico, la cual tendrá como fin reconocer los servicios especiales y distinguidos, prestados al turismo a través del tiempo, por las personas naturales o jurídicas y que será otorgada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Lucy Samper, 11 de julio de 2012). (Mincomercio Industria y Turismo , 10 Julio 2012),.

De acuerdo a todo lo mencionado anteriormente acerca de las nuevas e modificadas asignaciones, planteados en decretos, normas y leyes, el turismo en la actualidad está siendo impulsado por entidades públicas y privadas con el objetivo de diversificar, mejorar y mantener

la actividad turística, por muchos años más, teniendo en cuenta de que en todo momento se visiona posicionarse en este campo desde cualquier tipo de servicio o productos ofrecido en el destino.

Cabe destacar que la ciudad consta de muchos recursos turísticos que se pueden aprovechar con el fin de contribuir al objetivo principal que es la competitividad del destino a nivel internacional, nacional y local, y de esta manera se ven muchos aspectos como lo es el tema de la seguridad, el mantenimiento de la ciudad a través de proyectos sostenibles que guíen la perdurabilidad del destino, la asignación de responsabilidades a diferentes entes que velen por el cumplimiento de las normas, lo cual designa mucha organización para la crecimiento de la oferta turística de la ciudad.

Capítulo II

2.Análisis del Mercado Turístico de Cartagena

2.1. Componentes del Mercado Turístico

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. El mercado turístico, por lo tanto, es el sector económico que engloba a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes, ya sean con fines de recreación, negocios, estudios o cualquier otro motivo, y los consumidores al que éstos se dirigen. (Mario a. Socatelli P. , Noviembre de 2013).

La Organización Mundial del Turismo (O.M.T.), ha definido que el sistema turístico está compuesto por cuatro elementos a saber:

- **La Demanda:** formada por el conjunto de productos, servicios o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. (Mario A Socatelli P, Noviembre 2013).
- **La Oferta:** compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucradas activamente en la experiencia turística. (Mario A Socatelli P, Noviembre 2013).
- **El Espacio Geográfico:** es la base física donde tiene lugar la unión o encuentro entre la oferta y la demanda, y que ofrece atracciones como clima, paisaje, playas, monumentos históricos, cultura de la población residente, entre otros. (Mario A Socatelli P, Noviembre 2013).

- **Los Operadores Del Mercado:** son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. (Mario A Socatelli P, Noviembre 2013).

Entran en esta consideración las agencias de viajes, los tours operadores, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

2.2. La Demanda Del Turismo de Cartagena

La demanda de turismo debe observarse, por lo tanto, desde; el Turismo Doméstico (residentes visitando su propio país), Turismo receptivo (corresponde a los no residentes procedentes de un país determinado), y el Turismo emisor (corresponde a residentes que se dirigen a otros países). (Bogotá Humana, Septiembre de 2014).

Según la OMT, define la demanda turística como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades, a un precio determinado, su determinación depende de numerosos factores no sólo en lo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Se considera también como demanda turística la cantidad de solicitud del servicio turístico que se tiene, relacionada con el número de personas que están interesadas o que viajan para disfrutar del entretenimiento y descanso ofrecido en Cartagena como ciudad turística, diferente a su residencia o al de su trabajo.

Realizando una investigación encontramos algunas formas de turismo por el lado de la demanda que son:

Turismo doméstico: Es aquel que realiza el residente de un país sin salir de del mismo. El turismo doméstico ofrece a los viajeros la oportunidad de conocer mejor sus propios países o regiones.

Turismo receptivo: Engloba todas las actividades realizadas por un visitante que no es residente en un país.

Turismo emisor: El turismo emisor abarca todas aquellas actividades que realizan las personas que residente en lugar distinto al de su entorno habitual, y se caracteriza como un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

Turismo interior: El turismo interior engloba el turismo receptor donde son las actividades realizadas por los residentes y no residentes en el país de referencia como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Turismo nacional: El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, son aquellas las actividades realizadas por las Personas residentes dentro y fuera de su lugar de residencia como parte de sus viajes turísticos internos, doméstico y emisor.

Turismo internacional: Este tipo de turismo incluye el turismo receptor y el turismo emisor es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera de su propio países como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia. (Universidad Tecnológica Nacional, Noviembre 2016).

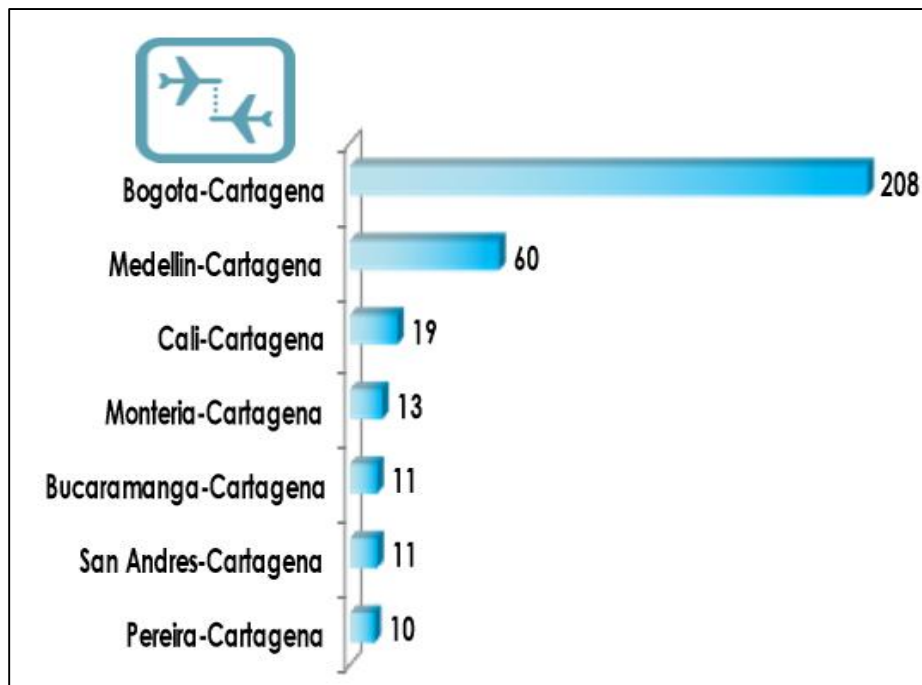
De acuerdo a lo anterior son múltiples las razones por las cuales los turistas se movilizan a un destino, y la fidelización de la misma se debe a los productos turísticos que se le ofrezcan, siendo de esta manera que cabe resaltar el grado de actividad turística por la que atraviesa Cartagena en la actualidad. Según el informe SITCAR (sistema de información turística de Cartagena), de enero hasta febrero de 2017, proporcionado por la **Corporación turismo Cartagena de indias**, se emiten la siguiente información que sirve de base para la sustentación del proyecto: (Corporación de Turismo Cartagena de Indias, 2017).

2.3. Conectividad Aérea y Tráfico Aéreo

- Cartagena registra 332 frecuencias semanales domésticas desde siete ciudades en Colombia.
- Las aerolíneas cuentan con un número de frecuencias semanales autorizadas y pueden aumentarlas o disminuirlas según temporada para ajustarlas a la demanda.
- Desde el 17 de julio de 2014, Avianca está operando la ruta Pereira Cartagena con tres rutas semanales como parte de la ruta Pereira Cartagena-Nueva York.
- Viva Colombia aumentó sus frecuencias en la ruta Medellín Cartagena pasando de 11 en enero a 19 frecuencias semanales reportadas los primeros días de diciembre de 2016. A enero del presente año cuenta con 18 frecuencias semanales
- A partir de junio de 2015 Viva Colombia está operando en la ruta Cartagena-San Andrés, con 6 frecuencias semanales a enero de 2017.

- La aerolínea LAN pasó a ser LATAM, con conectividad directa a Cartagena desde Bogotá y Medellín con 58 y 7 frecuencias semanales respectivamente a enero de este año.
- Desde el 1 de diciembre de 2016, Wingo está operando en las rutas Bogotá- Cartagena y San Andrés- Cartagena con 7 y 5 frecuencias semanales respectivamente.

Gráfica 1



Fuente: Conectividad Domestica suministrada por: Corporación Turismo Cartagena De Indias

Tabla 5

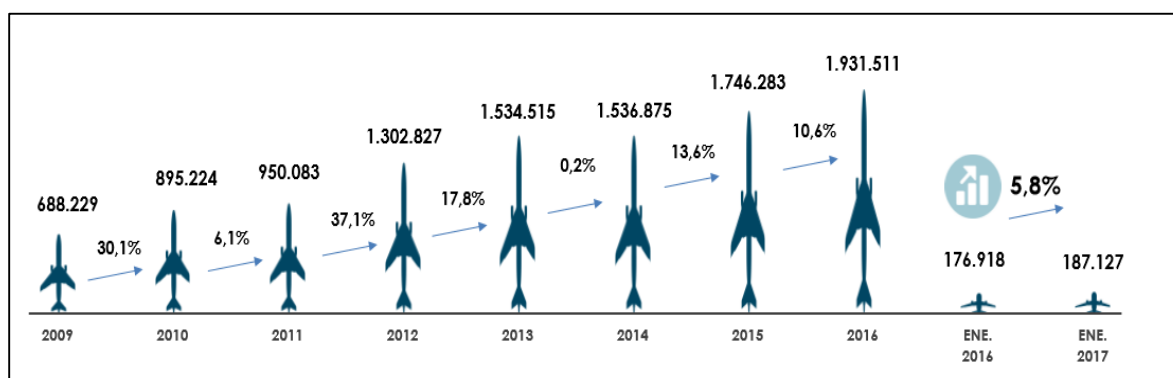
Número de frecuencias semanales en rutas domésticas por ciudad de origen y aerolínea								
Aerolínea	Bogotá	Medellín	Cali	Montería	B/manga	San Andrés	Pereira	Total
América	126	35	14				3	178
LATAM	58	7						65
Vía Colombia	17	18	5		4	6	7	57
ADA				13				13
WINGO						5		12
Easyfly					7			7
Total	208	60	19	13	11	11	10	332

Fuente: Frecuencias semanales a Cartagena por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Según reporte de SACSA, en enero de 2017 se registró la llegada de 187.127 viajeros nacionales, lo que representa un incremento del 5,8% con respecto a enero de 2016 (176.918).

El incremento en la llegada de pasajeros nacionales a la ciudad es consecuente con el aumento en la capacidad en sillas en las rutas domésticas, la llegada de nuevas aerolíneas y el aumento de la conectividad directa y el número de frecuencias semanales nacionales (de 302 en inicios de 2016 a 332 frecuencias durante el primer mes del presente año).

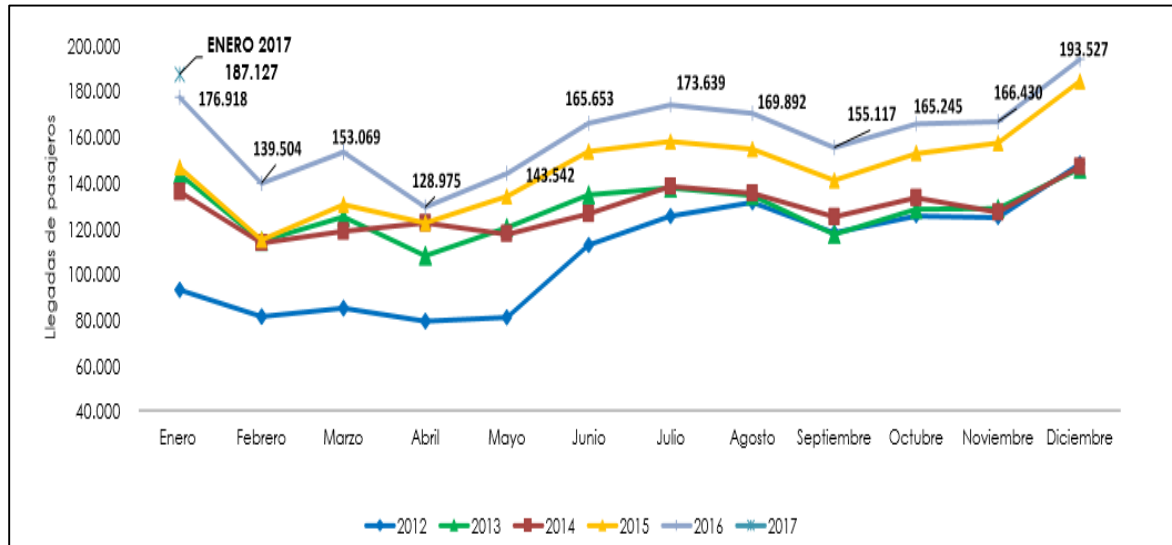
Gráfica 2



Fuente Pasajeros Nacionales Llegado a Cartagena (algunos extranjeros por esta misma línea). Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias

- En el 2016 se registró en la ciudad de Cartagena de indias una gran afluencia de pasajeros nacionales en enero, julio, agosto y diciembre.
- En enero de 2017 la afluencia de pasajeros nacionales estuvo 10.209 visitantes por encima de la reportada en igual mes del 2016.
- A partir del análisis comparativo de los años 2015 - 2016, los resultados evidencian: Incremento del 20% en el primer trimestre del 2016, respecto al mismo periodo en 2015, siendo este periodo el de mayor crecimiento.

Gráfica 3



Fuente: Pasajeros Vuelos Nacionales Aeropuerto Rafael Núñez 2012-2017. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias

- De acuerdo a este informe de Pro Colombia, Cartagena cuenta con 45 frecuencias internacionales directas lo cual representa el 4,49% del total de frecuencias internacionales semanales hacia Colombia. El total de frecuencias internacionales directas a Cartagena puede oscilar entre 40 y 55 semanalmente según la temporada de año.
- Bogotá concentra el 70,76% del total de frecuencias internacionales semanales hacia Colombia.
- Cartagena de Indias a partir del presente año cuenta con nuevas rutas de conectividad internacional directa que no están relacionadas en el cuadro anterior, las cuales son:
 - LATAM Airlines Perú, vuelos directos entre Lima y Cartagena (4 frecuencias semanales)
 - KLM, Compañía Real Holandesa de Aviación, ruta Ámsterdam-Bogotá-Cartagena (3 frecuencias semanales)
 - Wingo con ruta Panamá-Cartagena (2 frecuencias semanales).

Tabla 6

Ciudad	Frecuencia semanales	% Part.	Países con conectividad directa
Bogotá	709	70.76%	24
Medellín	119	11.58%	7
Cali	67	6.69%	7
Cartagena	45	4.49%	4
Barranquilla	29	2.89%	2
Armenia	10	1.00%	1
San Andrés	10	1.00%	1
Pereira	10	1.00%	1
Bucaramanga	4	0.40%	1
Cúcuta	2	0.20%	1
Total General	1.002	100.00%	

Fuente: Pro Colombia informe de conectividad internacional a Colombia Dic, 2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias

En 2012, la conectividad internacional hacia Cartagena aumentó con un mayor número de frecuencias desde Panamá (12 a 18 frecuencias) y con la ruta desde Nueva York de JetBlue que inició operaciones el 3denoviembre de2012.

- En2014, la ruta Pereira-Cartagena- Nueva York con Avianca con tres frecuencias semana les inició operaciones el 18dejulio.

- Por su parte a partir de octubre 29 de 2014, Jet Blue comenzó a operar la ruta Ft. Lauderdale- Cartagena con una frecuencia diaria.

- Desde enero de 2015, la ruta Nueva York- Cartagena de Jet Blue con operación regular de 3 vuelos semanales, puede tener hasta 5 vuelos por semana.

- Actualmente, el número de frecuencias puede oscilar entre1a 3 semanales en operación regular. Para temporadas el número de frecuencias llega a ser hasta 6 por semana.

- A partir de enero 3 de 2017, LATAM Airlines Perú inició sus vuelos directos entre Lima y Cartagena (Colombia), una ruta que inicialmente tiene cuatro frecuencias semanales.

- A partir del 28 de Marzo de 2017, la aerolínea KLM, Compañía Real Holandesa de Aviación, iniciará tres veces a la semana, con la ruta a Ámsterdam desde Cartagena, en una ruta circular que incluirá antes una escala en Bogotá.
- La Aerolínea Air Transat se caracteriza por operar en la temporada que va desde el mes de Diciembre hasta Marzo, con las rutas Toronto – Cartagena y Montreal – Cartagena con una frecuencia a la semana en cada itinerario.
- A partir del 23 de febrero de 2017, la aerolínea Wingo operará la ruta que conectará a Cartagena con Panamá, que inicialmente tendrá 2 frecuencias semanales.

Tabla 7

Ciudad Origen	Ciudad Destino	Frecuencias Semanales	Aerolínea	Equipo/Configuración Pax
Panamá	Cartagena	18	Copa	Embraer 190 (94 pax)
Miami	Cartagena	7	Avianca	Airbus 320 (150 pax)
Ft. Lauderdale	Cartagena	7	JetBlue	Airbus 320 (150 pax)
Ft. Lauderdale	Cartagena	4	Spirit	Airbus 320 (180 pax)
New York	Cartagena	3	JetBlue	Airbus 320 (150 pax)
Nueva York	Cartagena	3	Avianca	Airbus 319 (119 pax)
Atlanta	Cartagena – Pereira	3	Delta	Boeing 737-800 (160 pax)
Lima*	Cartagena*	4	Latam*	Airbus 319 (147 pax)
Amsterdam*	Bgta-Cartagena*	3	KLM*	Boeing 787-9 (294 pax)
Panamá*	Cartagena	2	Wingo*	ND/ (227 pax)
Total		54		

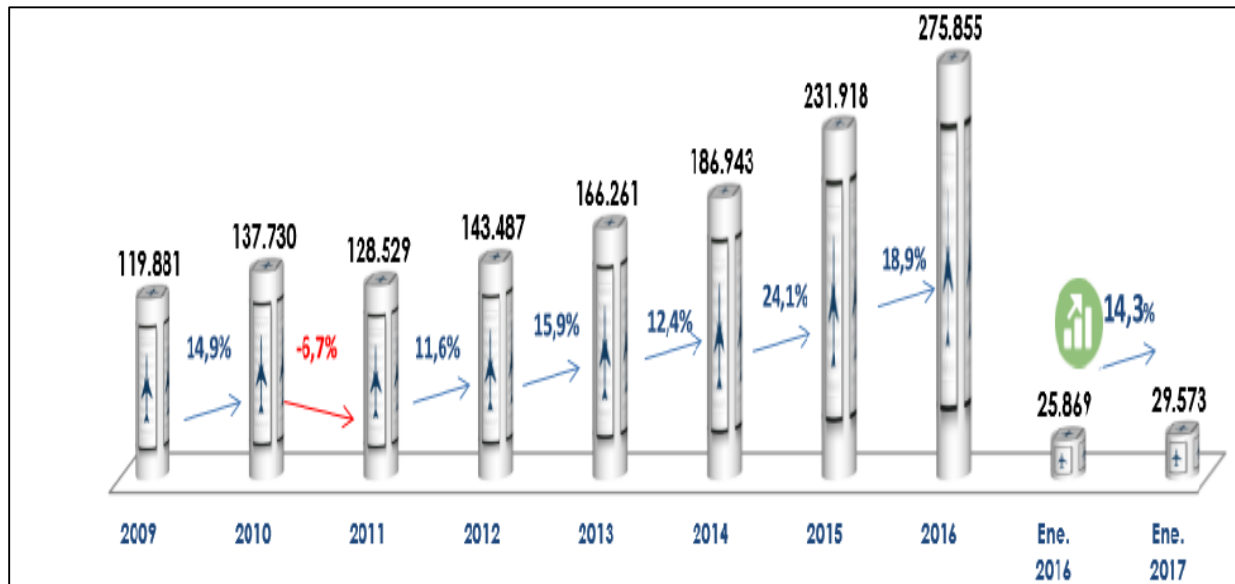
Fuente: Conectividad Internacional a Cartagena. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Según reporte de SACSA, en el Año 2016 se registró la llegada de 275.855 viajeros internacionales, lo que representa un incremento del 18,9% respecto al año 2015 (231.918). Así mismo durante el mes de enero de 2017 la llegada de pasajeros internacionales a la ciudad se incrementó en un 14,3% respecto a igual periodo del año anterior. Es decir, de 25.869 visitantes en enero de 2016, ascendió a 29.573 en enero del presente año.

Factores como el incremento de la conectividad directa a Cartagena desde otros países, sigue incidiendo positivamente el comportamiento de esta variable. Es importante señalar que la

devaluación del peso frente al dólar también ha sido un factor que ha incidido en dicho crecimiento. Éste constituye en un factor coyuntural de la competitividad del destino.

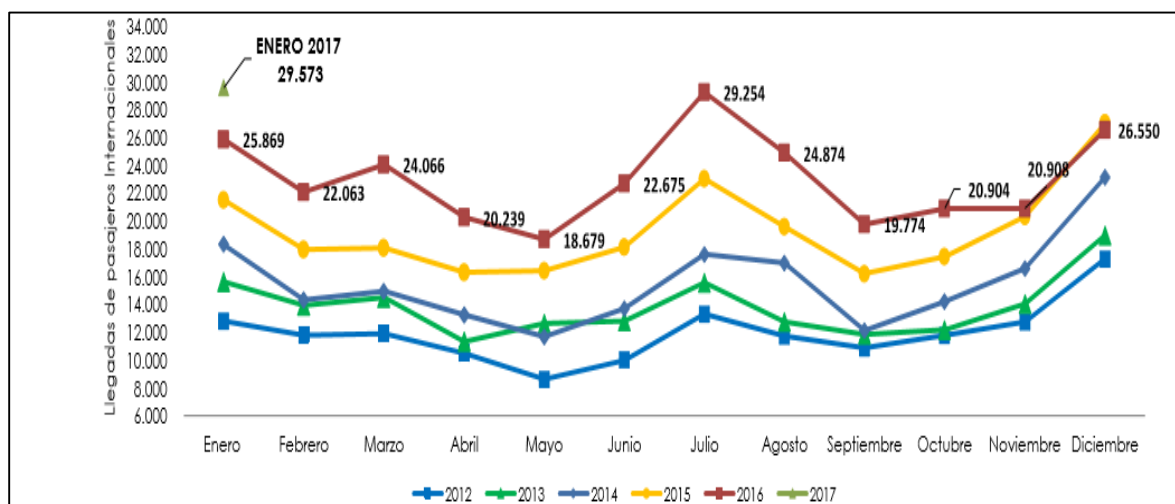
Gráfica 4



Fuente. Llegada de vuelos Internacionales. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

- En el periodo 2012-2016, los meses de mayor afluencia de pasajeros internacionales a la ciudad son: Diciembre, enero, marzo y julio.
- Con base a lo reportado por SACSA, en el año 2016 los meses que mayor reportan afluencia de pasajeros internacionales son: Enero, Marzo, Julio, Agosto y Diciembre.
- En enero de 2017 la afluencia de pasajeros internacionales estuvo 3.704 visitantes por encima de la reportada en igual mes del 2016.

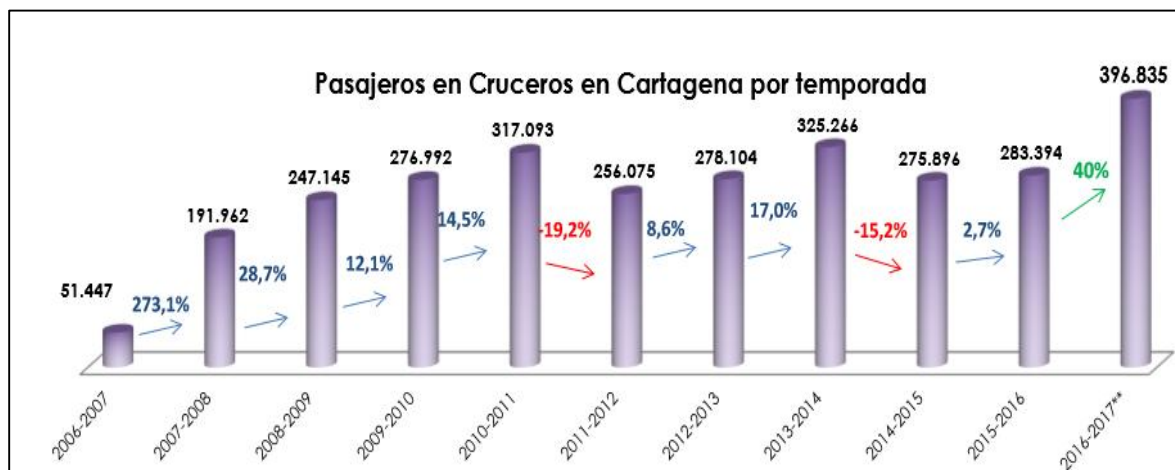
Gráfica 5



Fuente: Estacionalidad Llegadas Pasajeros En Vuelos Internacionales. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

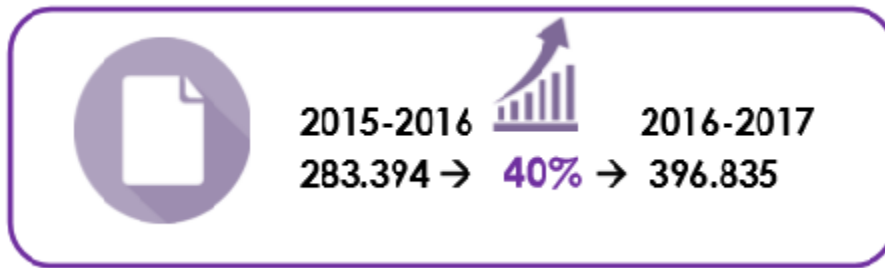
Con respecto a los pasajeros de cruceros, hay que señalar que en la temporada 2015/2016 llegaron a la ciudad 283.394 visitantes, 2,7% superior a la temporada 2014/2015, donde arribaron 275.896 cruceristas. Para la temporada 2016-2017* (según programación de cruceros de la Sociedad Portuaria), arribarán a Cartagena 398.837 cruceristas, un 40,7% más que los que arribaron en la temporada 2015-2016.

Gráfica 6



Fuente: pasajeros en cruceros en Cartagena por temporadas. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

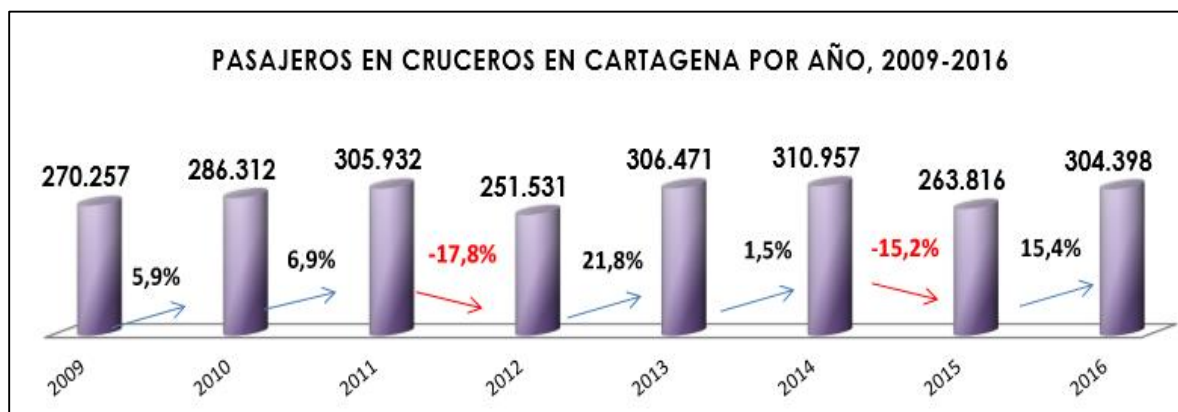
Imagen 2



Fuente: pasajeros en cruceros en Cartagena por temporadas. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

En el año 2016, se evidenció un crecimiento del 15,4% en el total de pasajeros en cruceros en el puerto de Cartagena. Mientras en el período enero – diciembre de 2015 llegaron 263.816 pasajeros, en igual período de 2016 arribaron 304.398.

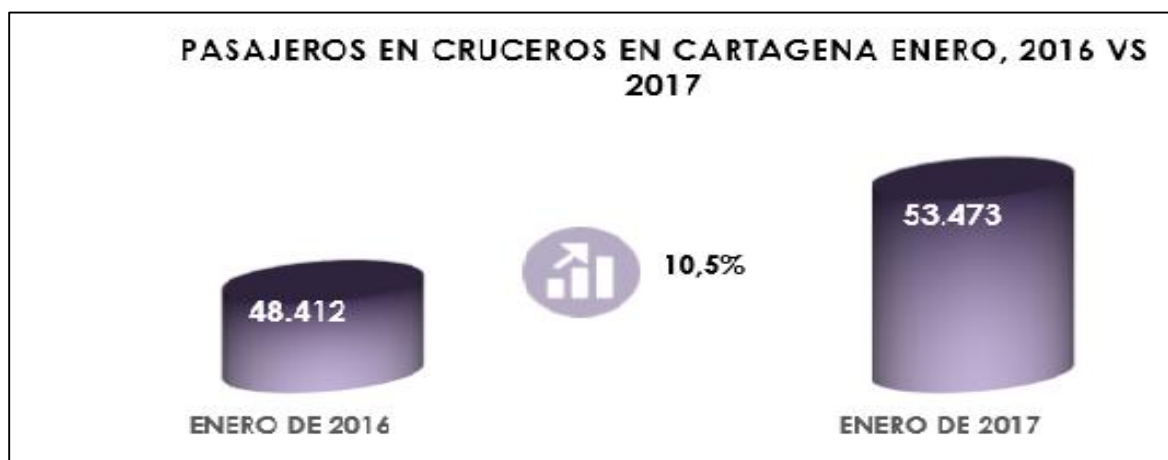
Gráfica 7



Fuente: pasajeros en cruceros Cartagena por año, 2009-2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Durante el mes de enero de 2017 arribaron a la ciudad 53.473 cruceristas, incrementándose un 10,5% respecto a los pasajeros que llegaron en igual periodo de 2016 (48.412).

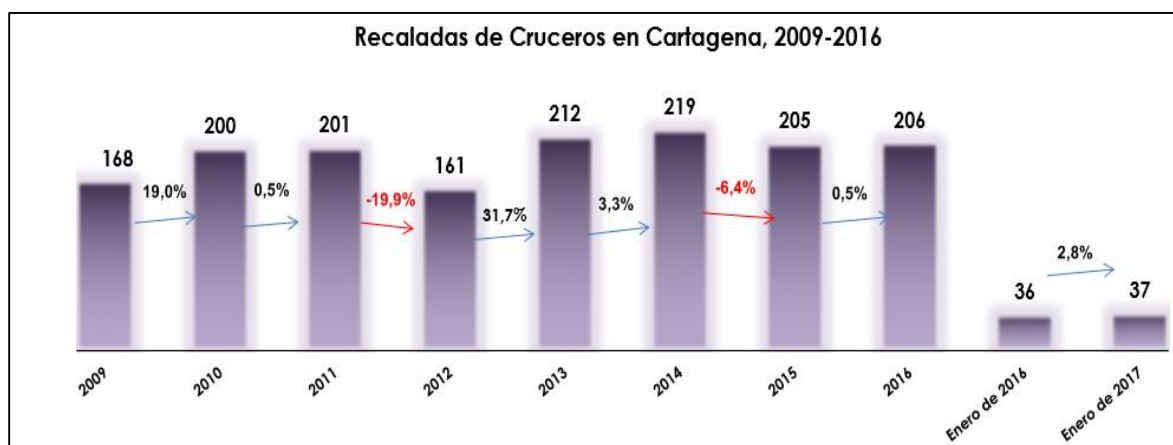
Gráfica 8



Fuente: Pasajeros cruceros en Cartagena enero, 2016 vs 2017. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

- En el año 2016 se reportaron 206 recaladas de cruceros, incrementándose 0,5% respecto al año 2015 que registró 205 recaladas.
- El mes de enero de 2017 registró 37 recaladas de buques, una adicional que las registradas en el mismo mes de 2016 (36). En términos porcentuales esto representó una variación del 2,8% entre un periodo y otro.

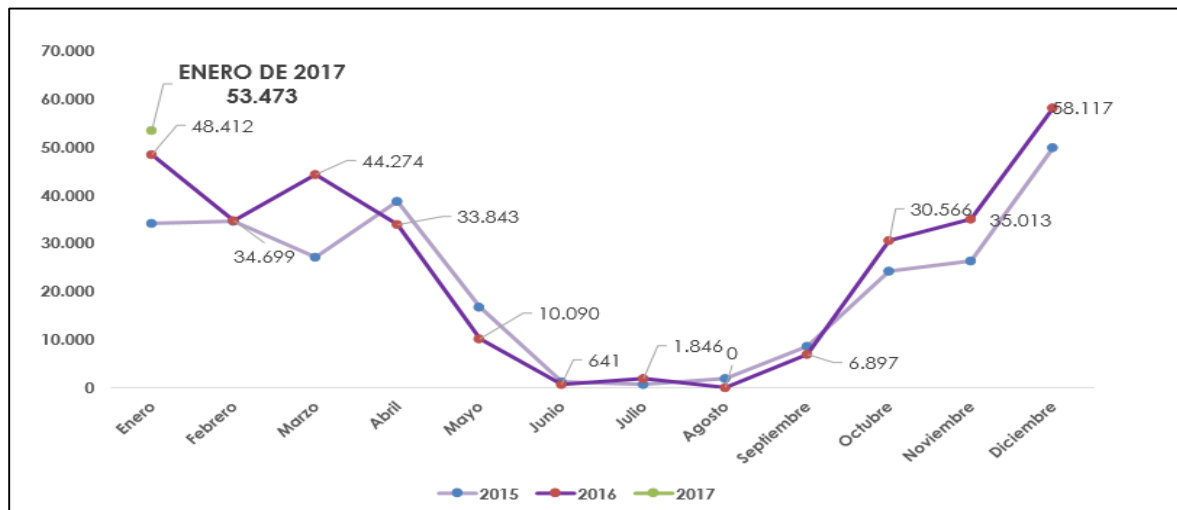
Gráfica 9



Fuente: Cruceros en Cartagena, 2009 – 2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Durante el 2016, a cierre de diciembre, se reportaron que los meses con más afluencia de cruceristas en la ciudad son Enero (48.412), Marzo (44.274), Noviembre (35.013) y Diciembre (58.117). Los meses de mayor afluencia son las temporadas vacacionales: Vacaciones de Verano/Invierno, Semana santa.

Gráfica 10



Fuente: Cruceros en Cartagena 2015-2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Tabla 8

Llegada de Pasajeros en Crucero 2017			
	2015	2016	2017
Enero	34.134	48.412	53.473
Febrero	34.527	34.699	
Marzo	27.080	44.274	
Abril	38.695	33.843	
Mayo	16.714	10.090	
Junio	1.231	641	
Julio	665	1.846	
Agosto	1.904	-	
Septiembre	8.520	6.877	
Octubre	24.191	30.566	
Noviembre	26.300	35.013	
Diciembre	49.855	58.117	
Total	263.816	304.398	53.473

Fuente: Cruceros en Cartagena 2015-2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

- En el año 2016, sobresalen los meses de enero, febrero, marzo, noviembre y diciembre con el mayor número de recaladas de cruceros.
- En 2015 los meses de mayor número de recaladas de cruceros en el puerto de Cartagena, fueron diciembre, enero y febrero, con 36, 31 y 29 cruceros, respectivamente.
- Según los cálculos realizados por Business Research and Economic Advisors, en promedio un turista de cruceros en tránsito gastó en Cartagena 118,18 dólares en la temporada 2014-2015 frente a 97,7 dólares que gastó en 2012; dejando a la economía local cerca de 48,4 millones de dólares entre los gastos de pasajeros, tripulantes y servicios requeridos por las líneas de cruceros, que representa un incremento del 12.03% a lo percibido en 2012.

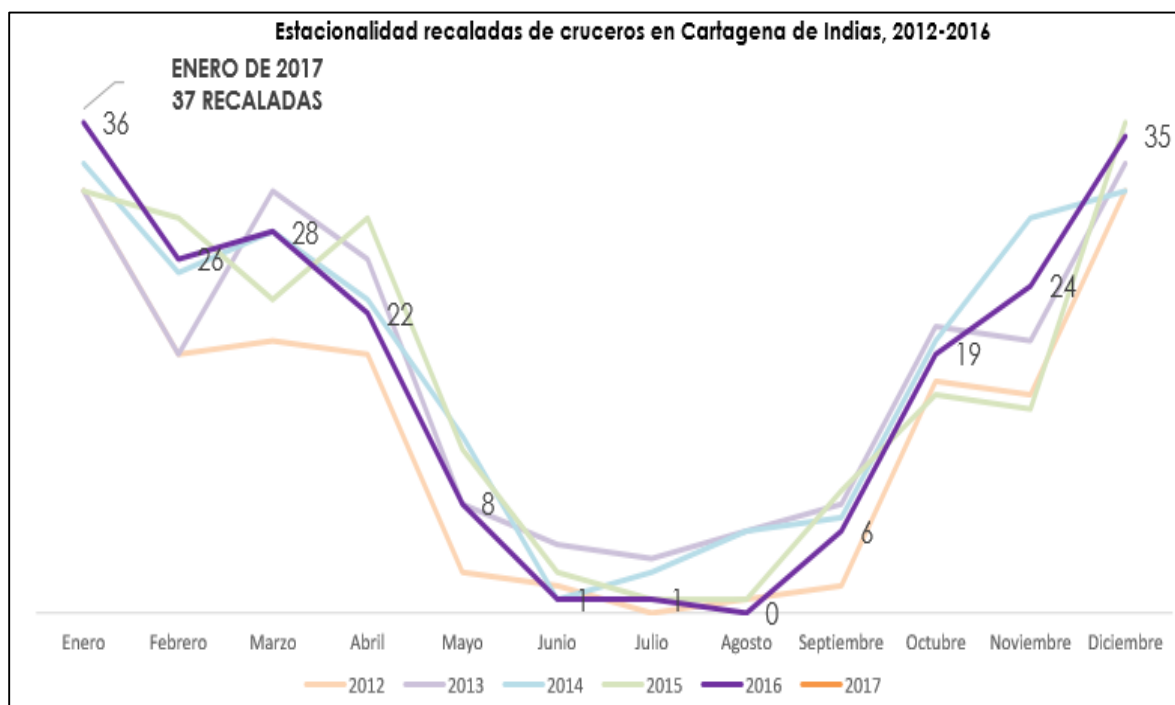
Tabla 9.

Recaladas de Cruceros en Cartagena de Indias por año y mes, 2009-2016

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Enero	31	36	31	31	33	31	36	37
Febrero	23	24	19	19	25	29	26	
Marzo	30	31	20	31	28	23	28	
Abril	25	29	19	26	23	29	22	
Mayo	10	8	3	8	13	12	8	
Junio	4	2	2	5	1	3	1	
Julio	0	0	0	4	3	1	1	
Agosto	0	0	1	6	6	1	0	
Septiembre	1	5	2	8	7	9	6	
Octubre	18	18	17	21	20	16	19	
Noviembre	26	19	16	20	29	15	24	
Diciembre	32	29	31	33	31	36	35	
Total	200	201	161	212	219	205	206	37

Fuente: Recaladas de cruceros en Cartagena de indias por año y mes 2009-2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Gráfica 11



Fuente: Estacionalidad recaladas de cruceros en Cartagena de Indias 2012-2016. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Tabla 10

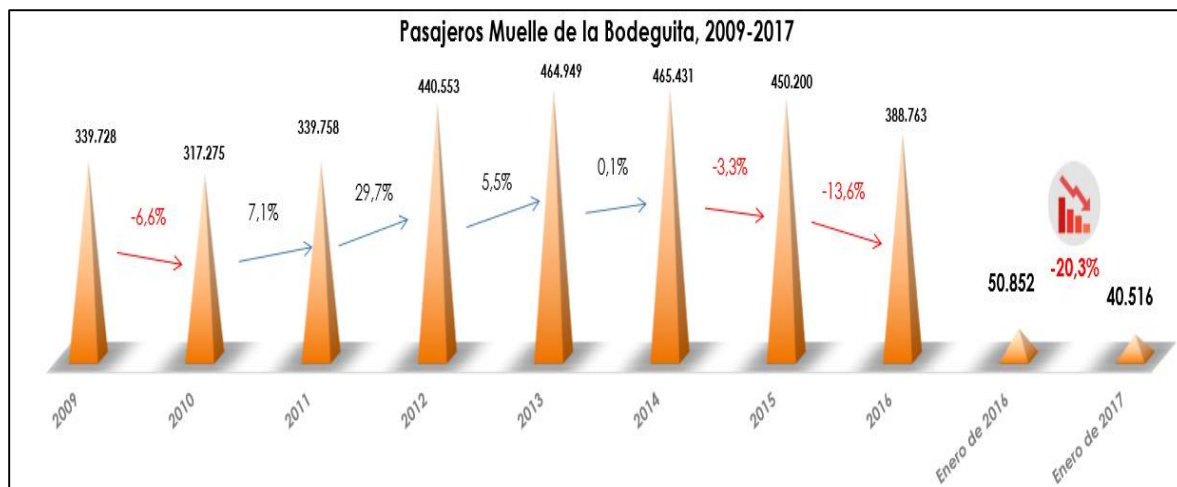
Participación por Línea *		
Línea	Recaladas	Part.
Princess Cruises	38	17.8%
Pullmantur Cruises	41	19.2%
Norweglan Cruise Line	20	9.4%
Holland America	22	10.3%
Celebrity Cruise	13	6.1%
Alda Cruises	11	5.2%
TUI Cruises	8	3.8%
Oceanica Cruises	8	3.8%
Regent SEven Seas Cruises	8	3.8%
Azamara Cruises	3	1.4%
Otras	41	19.2%
Total	213	100.0%

Fuente: Participación recaladas por línea de Cruceros. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

- Durante el año 2016 se embarcaron por el muelle la Bodeguita 388.763 pasajeros, 13,6% menos que los registrados en igual período de 2015, donde fueron embarcados 450.200 pasajeros.

- En el mes de enero del presente año se reportó 40.516 pasajeros que embarcaron en el Muelle de la Bodeguita hacia la zona insular de Cartagena, descendiendo un 20,3% a lo registrado en igual periodo de 2016
- El comportamiento decreciente en el número de pasajeros embarcados en el muelle hacia la zona insular de Cartagena, en 2015-2016; se explica en gran medida por el aumento de visitantes que llega por vía terrestre a la isla de Barú.

Gráfica 12

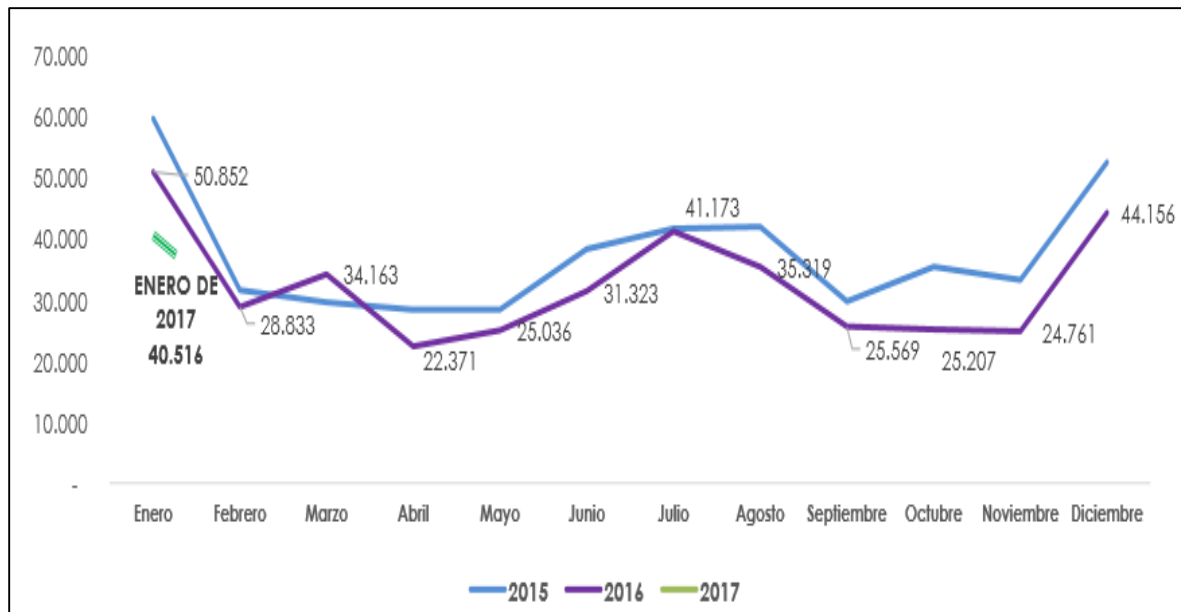


Fuente: Pasajeros muelle bodeguita 2009-2017. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

- Durante el mes de enero de 2017 se embarcaron 40.516 pasajeros hacia la zona insular de Cartagena desde el muelle de la bodeguita, descendiendo un 20,3% respecto a igual periodo de 2016(50.852)
- En el año 2016 se evidenció una reducción en el total de pasajeros embarcados de 14% con respecto al año 2015, es decir, de 450.200 en 2015, disminuyó a 388.763 en 2016.
- Entre el 2015 y 2016 el único mes que evidenció crecimiento en la movilización de pasajeros hacia la zona insular de Cartagena fue Marzo con un 15,7% de incremento.

En el año 2016 sobresalen los meses de enero, julio y diciembre como los de mayor número de pasajeros embarcados por el Muelle turístico.

Gráfica 13



Fuente : Corporturismo. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

2.4. Oferta Turística

Es el conjunto de productos y servicios que son asociados en un determinado espacio geográfico y socio cultural, lo cual posee un valor definitivo o atractivo turístico que se ofrecen en el mercado. (Manuel Luis Rodríguez, 9 julio 2008).

2.5. Características y Componentes de la Oferta Turística en Cartagena

En Cartagena existen dos clases de oferta, la básica y la complementaria. La oferta básica se compone de:

- **Recursos turísticos de Cartagena:** murallas, Castillo de San Felipe, volcán del totumo, museos, entre otros atractivos con los que cuenta la ciudad para que sus visitantes vayan a conocerla. (Manuel Luis Rodríguez, 9 julio 2008)
- **Infraestructura:** los muelles con los que cuenta la ciudad para la llegada y salida de embarcaciones, su aeropuerto, sus calles y carreteras por donde se puede desplazarse fácilmente alrededor y en el interior de la ciudad. (Manuel Luis Rodríguez, 9 julio 2008)
- **Empresas turísticas:** agencias de viaje, hoteles y todas las empresas que se dedican a la atención del turismo. (Manuel Luis Rodríguez, 9 julio 2008)

La oferta complementaria está compuesta por:

- Todos los establecimientos que no solo funcionan para cubrir la demanda de los turistas sino que son también necesarios para los habitantes de la ciudad, como restaurantes, tiendas, teatros, discotecas. (Manuel Luis Rodríguez, 9 julio 2008)

2.6. Infraestructura Turística de Cartagena de Indias

Fundada en 1533 por el conquistador Don Pedro de Heredia, Cartagena es hoy, sin lugar a dudas el ejemplo más extenso de arquitectura colonial española en el nuevo mundo. Esto es sorprendente, y más conociendo de que Cartagena era la puerta de salida para los tesoros pródigos recopilados por los conquistadores en el sur y Centroamérica que luego eran exportados a España. Como el puerto más cercano al istmo panameño Cartagena era un punto obvio para el almacenamiento temporal de estas inmensas riquezas. La única desventaja fue que esta posición

llamo la atención de otros estados Europeos y por supuesto de piratas y bucaneros. (Olga Lucia Acuña Taborda Y Exilis Ospino, 2000).

El corralito de piedra, ciudad privilegiada por contar con historia y belleza colonial, posee un tesoro conformado por sus templos, plazas, parques y fuertes; cada uno construido pieza a pieza para superar las batallas que se dieron en la ciudad; formando así la historia que envuelve a Cartagena y hace de esta un destino privilegiado para los turistas que prefieren visitarla y así conocer su historia y sus grandes sitios de interés dentro y fuera de esta. (Olga Lucia Acuña Taborda Y Exilis Ospino, 2000).

2.7. Atractivos turísticos de Cartagena

Actualmente los turistas de la ciudad existen ciertos lugares que generan el interés turístico de múltiples viajeros por conocer la historia, cultura de la ciudad. Estos lugares tienen ciertas atracciones que motivan a los turistas a visitar el destino. A continuación, se muestran un listado de los atractivos que posee la ciudad.

2.8. Monumentos

- Las murallas
- La Torre del reloj
- Los zapatos viejos
- Las Bóvedas
- India Catalina

Imagen 3



Botas Viejas



Castillo de san Felipe de barajas



Torre del Reloj



India Catalina



Bóvedas



Murallas de Cartagena

Imagen: Monumentos de Cartagena, Tomadas de Hoteles de Cartagena.com

2.9. Parques y Plazas

- Parque Centenario
- Parque De Bolívar
- Plaza De La Proclamación
- Plaza De Santo Domingo
- Plaza De San Diego
- Plaza De Los Coches
- Plaza De San Pedro Claver
- Plaza Santa Teresa
- Plaza De La Aduana
- Plaza de los mártires

Imagen 4. Plazas y Parques



Plaza De Santo Domingo



Plaza De La Proclamación



Plaza De San Pedro Claver



Plaza Santa Teresa



Parque De Bolívar



Plaza De San Diego



Plaza de los Mártires



Parque Del Centenario



Plaza de los coches



Plaza de la Aduana

Fuente: Tomadas de Hoteles de Cartagena.com

2.10. Casas y Museos

- Museo naval del Caribe
- Museo del oro
- Museo de San Pedro Claver
- Museo de Arte Moderno
- Museo Histórico de Cartagena (Palacio de la Inquisición).
- Casa Museo de Don Rafael Núñez
- Casa Museo de la Presentación

Imagen 5. Casas y Museos de Cartagena



Museo del oro



Casa Museo de Don Rafael Núñez



Museo Arte Moderno



Museo Naval



Museo Histórico de Cartagena Palacio de la inquisición



Museo San Pedro Claver



Museo de la Proclamación

Fuente: Tomadas de Hoteles Cartagena.com

2.11. Templos y Conventos

- Templo de Santo Toribio de Mogrovejo
- Templo y convento de San Pedro Claver.
- Templo de la Catedral
- Templo de la Tercera Orden
- Ermita del Cabrero
- Templo de la Santísima Trinidad
- Templo Y Convento De Santo Domingo
- Templo Y Convento De La Popa

Imagen 6. Templos y Conventos de Cartagena



Iglesia San Pedro Claver



Iglesia Santo Toribio



Templo de la Catedral



Templo y convento de Santo Domingo



Templo de la tercera orden



Iglesia de la Santísima Trinidad



Ermita del cabrero

Fuente: Tomadas de Cartagena.com



convento de la popa

2.12. Fuertes

- Fuerte de San Fernando:
- Fuerte De San Felipe De Barajas
- Fuerte Batería de San José
- Baluartes De Getsemaní (Olga Lucia Acuña Taborda Y Exilis Ospino, 2000)

Imagen 7. Fuertes de Cartagena



Fuerte de san Fernando



San Felipe De Barajas



Baluarte de san José



Baluarte de Getsemaní

Fuente: Tomadas de Cartagena.com

2.13. Patrimonio Turístico de Cartagena

Cartagena es reconocida por la UNESCO como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, título que merece por su rico pasado, desde que fue fundada en 1533 por el español Don Pedro de Heredia. La magia de Cartagena reposa en los cimientos de sus fortificaciones, la calidez de su gente, la riqueza material de su arquitectura y las infinitas expresiones culturales de un pueblo aguerrido y valiente. Por las anteriores razones, esos recursos naturales y turísticos que posee la ciudad, estimulan el deseo, y contribuyen a la satisfacción de las necesidades de los turistas que llegan a la ciudad. Además, estos atractivos se agregan a la infraestructura de la ciudad. (Colombia.com, 2017).

2.14. Producto Turístico

Gastronomía

La gastronomía propia de Cartagena de Indias, se asienta en las tradicionales llegadas de España, y varios sitios del África, que más tarde se convertirían en la base para la creación de su propia gastronomía. Una de las más populares tradiciones gastronómicas proviene del África, y es la venta de frutas, por parte de las Palanqueras que se encargan de vender en varios puntos de la ciudad, además de múltiples variedad de dulces. Igualmente los cartageneros, poseen las mismas comida típicas que el resto de la región caribe, como el Colombia, como lo es la arepa de huevo, la carimañola, pescado, arroz con coco, asimismo, por ser una ciudad con alto índice de turismo, posee una cantidad importante de restaurantes con diferentes gastronomías del

mundo, como la italiana, mexicana, mediterránea, china y obviamente la comida colombiana. (Universidad Nacional de Trujillo, 2014).

Música y Danzas

Desde mucho antes de la generalización de la champeta, Cartagena se ha distinguido por ser cuna de excelentes músicos y fuente de diversas expresiones musicales. Es considerada por algunos la principal cultura música original de la ciudad de Cartagena en la actualidad, nombrada así desde hace más de veinte años, que luego se traduciría un tipo de baile y por ultimo a un género musical. La champeta está inspirada en la música euro. Africana tiene su origen en Cartagena de indias y de San Basilio De Palenque .El mapalé, la cumbia y el son, entre otros son aires que han hallado un ambiente propicio para su desarrollo de la ciudad. (Universidad Nacional de Trujillo, 2014).

Entre los músicos cartageneros más importantes de música costeña cabe destacar a

- Sofronín Martínez,
- Rufo Garrido,
- Joe Arroyo
- Juan Carlos coronel

Actualmente la ciudad está representada a nivel internacional por la Kalamarí Big Band. Desde el año 2007 se realiza el Cartagena Festival Internacional de Música, el cual es un evento que busca fortalecer el desarrollo musical de Colombia con exponentes de música clásica; éste festival es organizado por la Fundación Salvi que se ha encargado de traer grandes músicos del mundo y usan como escenarios las plazas y calles de la ciudad amurallada.

Cartagena tiene temporadas de zarzuela, orquestas filarmónicas, grupos folclóricos, big bands y toda clase de grupos. (Universidad Nacional de Trujillo, 2014).

Festividades

La ciudad de Cartagena de Indias presenta las siguientes Festividades religiosas, sociales y culturales, cada año:

✓ **Enero**

El Cartagena Festival Internacional de Música, evento de música clásica que se ha convertido en uno de los festivales más importantes del país. Se realiza en la Ciudad Amurallada durante 10 días, en los que se llevan a cabo clases, conferencias y se cuenta con la presencia de artistas nacionales e internacionales.

✓ **Febrero**

Fiestas de Nuestra Señora de la Candelaria, Festival del Frito y Fiesta de la Virgen de la Candelaria.

✓ **Marzo**

Festival Internacional de Cine de Cartagena, Feria Náutica.

✓ **Abril**

Festival del Dulce.

✓ **Junio-Julio**

Festival de Verano, Sail Cartagena.

✓ **Noviembre**

Fiestas del 11 de noviembre o de la Independencia, durante las cuales se celebra el Concurso Nacional de Belleza de Colombia., que actualmente fue reorganizado quedando solo las representantes de los barrios populares de la ciudad.

✓ **Diciembre**

Festival de Jazz bajo la Luna.

Cartagena Rock.

2.15. El Turismo Histórico Cultural de Cartagena de Indias

El desarrollo del turismo cultural de Cartagena de Indias ofrece uno de los mejores centros históricos de América Latina, porque ofrece un ambiente muy dinámico ya que la ciudad ofrece lugares como el Castillo de San Felipe de Barajas, la Iglesia de San Pedro Claver, la Plaza de la Aduana, el Palacio de la Inquisición, el Museo Naval y el centro histórico, cuya importancia cultural valió para que en 1984 la ciudad fuera declarada por la Unesco como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad.

2.16. El desarrollo de la Planta Turística y el Turismo de Eventos

Además de su riqueza histórica, Cartagena ofrece una infraestructura hotelera de gran envergadura que cuenta con resorts, hoteles boutique, aparta hoteles y diversas opciones para todos los tipos de turismo.

Así mismo, gracias a sus avances en el desarrollo de centros de convenciones, Cartagena se sitúa en el octavo lugar en Latinoamérica en el ranking realizado por la ICCA (Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) que premia las ciudades con mayor volumen de eventos realizados por año. Dichos eventos atraen miles de turistas que quedan cautivados con la oferta cultural y de negocios que tiene la ciudad. En 2012, Cartagena sumó un total de 44 mega eventos entre los cuales se destacó especialmente la Cumbre de las Américas, el acontecimiento internacional más importante del país en el año. Para el 2013, la ciudad albergará eventos como el Festival Internacional de Música, el Summerland Cartagena 2013, el Festival Internacional de Cine de Cartagena, el Hay Festival, la Successful Meeting Caribbean and Islands y el evento de asociación comercial Routes Américas. (Cartagenainfo.com, 2012).

Otros datos importantes

En la actualidad Cartagena de Indias cuenta con seis Puntos de Información Turística (PITS) pertenecientes a la Red Nacional de Puntos de Información Turística, son manejados por la Corporación Turismo Cartagena de Indias y están ubicados en los siguientes lugares:

- Plaza de la Aduana (oficina principal)
- Plaza de La Paz
- Aeropuerto Rafael Núñez
- Sociedad Portuaria Regional de Cartagena
- Boca grande
- PIT Móvil para Eventos
- PIT Muelle la Bodeguita (Desde marzo 30/2015). (Corporacion Turismo Cartagena, 2015).

Gráfica 14

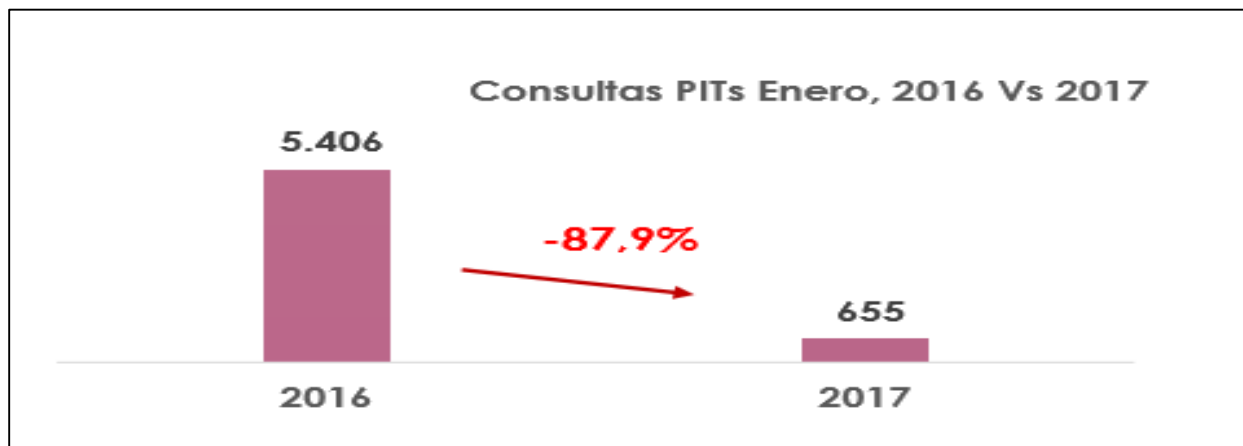


Fuente: Consultas a Puntos De Información Turísticas. Por: Corporación Turismo Cartagena de Indias.

En el año 2016 el número de consultas a PITs disminuyó un 56,3% en relación al año 2015.

- En promedio en los últimos 3 años ha habido un descenso de 21% anual en consultas a PITs, aunque en 2015 la disminución (-1,7%) fue la menor del trienio 2014-2016.

Gráfica 15



Fuentes: Consultas PITs, 2016 – 2017. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

- Entre el 2008 y el 2016 la oferta de habitaciones hoteleras en Cartagena de Indias se incrementó un 54% pasando de 8.500 a 13.110 habitaciones.

- Cartagena de Indias cuenta actualmente con 400 establecimientos de alojamiento y hospedaje con 13.110 habitaciones y alrededor de 28.300 camas, según cifras del RNT.

Tabla 11. Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje por zona

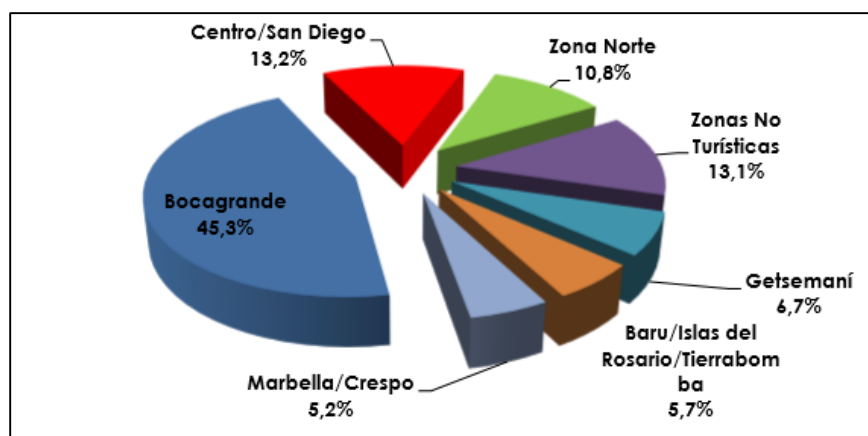
Zona	Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	Habitación	% Part. No. de establec.	% part. No. de habitaciones
Bocagrande	83	5.938	20.8%	45.3%
Centro/San Diego	109	1.727	27.3%	13.2%
Zona Norte	22	1.418	5.5%	10.8%
Zonas No Turísticas	54	1.714	13.5%	13.1%
Getsemaní	73	878	18.3%	6.7%
Barú/Islands del Rosario/Tierrabomba	41	753	103%	5.7%
Marbella/Crespo	18	682	4.5%	5.2%
Total	400	13.110	100%	100%

Fuente: Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje por Zonas. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Boca grande representa el 45,3% de la oferta de habitaciones hoteleras y el 21% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad.

Por su parte el Centro Histórico representa el 13,2% de la oferta de habitaciones y el 27% de los establecimientos de alojamiento y hospedaje de la ciudad.

Gráfica 16



Fuente: Oferta por Barrios de la Ciudad. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Es importante aclarar que se asume como hoteles “grandes” los de más de 100 habitaciones mientras que según estándares internacionales un hotel es clasificado como grande a partir de las 250o 300 habitaciones.

El tamaño promedio de habitaciones en los hoteles en Cartagena es de 33, esto se atribuye al gran número de hoteles pequeños tales como hoteles boutique, hostales y hoteles pequeños en general que existen en la ciudad.

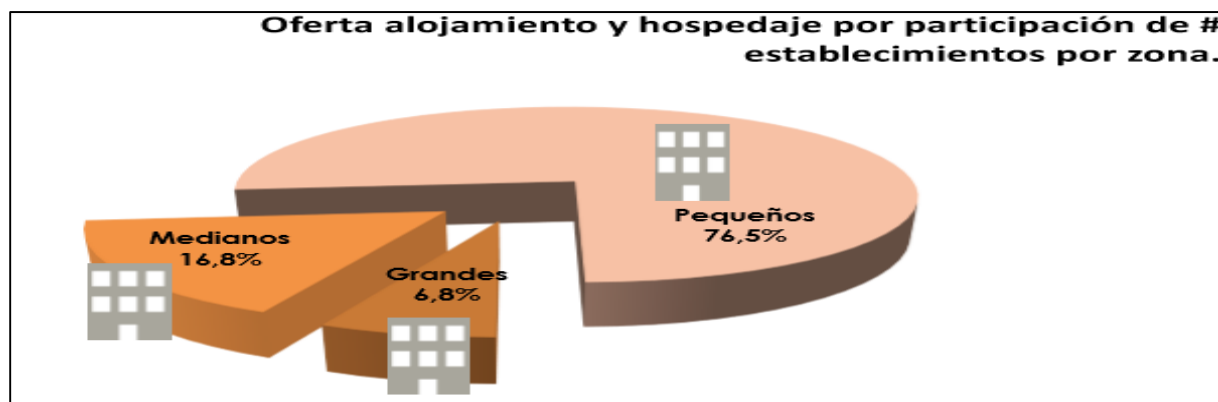
Tabla 12. Oferta de Establecimientos de Alojamientos y Hospedaje por tamaño en número de habitaciones

Tamaño	Establecimientos de alojamiento y hospedaje	Habitaciones	% part No. de Establec. Según tamaño	% part. No. de Hab. Según tamaño
Grande (+100 hab)	27	6.432	6.8%	49.1%
Medianas (30-100hab)	67	3.121	16.8%	23.8%
Pequeñas (menos de 30 hab)	306	3.557	76.5%	27.1%
Total	400	13.110	100%	100%

Fuente: Oferta de Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje Por Habitaciones. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Los 27 establecimientos de alojamiento y hospedaje de más de 100 habitaciones, representan el 49% de oferta en la ciudad.

Gráfica 17



Fuente 24: Oferta por establecimientos por zona. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Según lo reportado por las agremiaciones Cotelco y Asotelca, en enero de 2017 la ocupación hotelera de la ciudad se ubicó en 68,9% promedio, de creciendo en 5,9 puntos porcentuales a la registrada en el mismo mes de 2016, cuando se alcanzó una ocupación de 74,8%.

En el año 2016, la ocupación hotelera de la ciudad se ubicó en 64,9%, superior en 9,6% a la registrada durante el 2015, cuando la ocupación hotelera en la ciudad alcanzó el 59,2%.

Gráfica 18



Fuente: Comparación Ocupación Hotelera 2013- 2017. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Uno de los factores que hace que Colombia sea un atractivo destino para la inversión en turismo son los incentivos que el Gobierno Nacional ofrece a los inversionistas del sector en cualquier lugar de Colombia: Exención del impuesto a la renta por un período de 30 años La exención entra en vigencia a partir del inicio de la operación para servicios hoteleros prestados en hoteles nuevos o que se remodelen y/o amplíen desde el año 2003 hasta diciembre de 2017. Exención del impuesto a la renta por un período de 20 años

Renta exenta proveniente de los servicios de ecoturismo por un término de 20 años a partir del año gravable 2003.

Tabla 13

Nombres	Zona	Apertura	Habitaciones	Categorías SIR**
Hamplan by Hilan	Bocagrande	2013	135	Upper Midscale
Los corales (GHL)	Crespo	2014	250	ND
Radisson Ocean Pavillon	Zona Norte - Morro	2014	233	Upscale
Hotel Bastión (GHL)	Centro Histórico	2014	52	ND
Holiday Unn Express Bocagrande	Bocagrande	2015 abril	200	Upper Midscale
Intercontinental	Bocagrande	2015 mayo	250	Lyxury
Ibis	Marbella	2015 mayo	190	Midscale
Viaggio	Mamonal	2015 mayo	176	ND
Proyecto Santa Catalina	Centro Histórico	2016	53	ND
Hyatt Regency Complejo Bocagrande Plaza	Bocagrande	2 de dic2016	261	Upper Upscale
Estelar Bocagrande	Bocagrande	2 de dic/2016	338	Upscale
Hiltfn Carrod - Karonama	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2016	250	Luxury
Echerassi Hotels	Centro Histórico	2016	42	ND
80 Cartagena	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2016	268	ND
Delano - Margans Hotel Group	Barú	2017	186	Luxury
Sheraton - Cpoplejo Pcean Towers	Bocagrande	2017	250	Upper Upscale

Propuesta de Turismo Religioso Para Cartagena 91

Hotel B3 Manga	Manga	2017	128	ND
Nombres	Zona	Apertura	Habitaciones	Categorías SIR**
Hotel La Quinta	Zona Norte - Morros	2017	108	ND
Melía - Karmairí	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2017	154	Upscale
Four Seasons	Getsemaní	2017	100	Luxury
Best Western Plus - Complejo Air Port Plaza	Crespo	2017	95	Upper Midscale
Aviatur Barú	Barú	2017	72	ND
Viceroy - Convento Obra Pía	Getsemaní	SIN DEFINIR	102	Luxury
Four Seasons	Getsemaní	2018	100	Luxury
Hotel Marriot - Cartagena Global Center	Marbella	2018	202	Upper Upscale
Hotel AC Marriot Complejo Amura	Bocagrande	2018	215	Upscale
Hotel Park Inn by Radisson	Bosque	SIN DEFINIR	68	ND
Extended Saty/Business Hotel - Serena del Mar	Zona Norte	2018	150	ND
Luxury Resort Hotel - Serena del Mar	Zona Norte	2021	200	ND
Lyxury Boutique Eco-Ladge - Serena del Mar	Zona Norte	2022	80	ND
All Inclusive beach resort - Serena del Mar	Zona Norte	SIN DEFINIR	400	
Total habitaciones nuevos 2013-2018			5,308*	

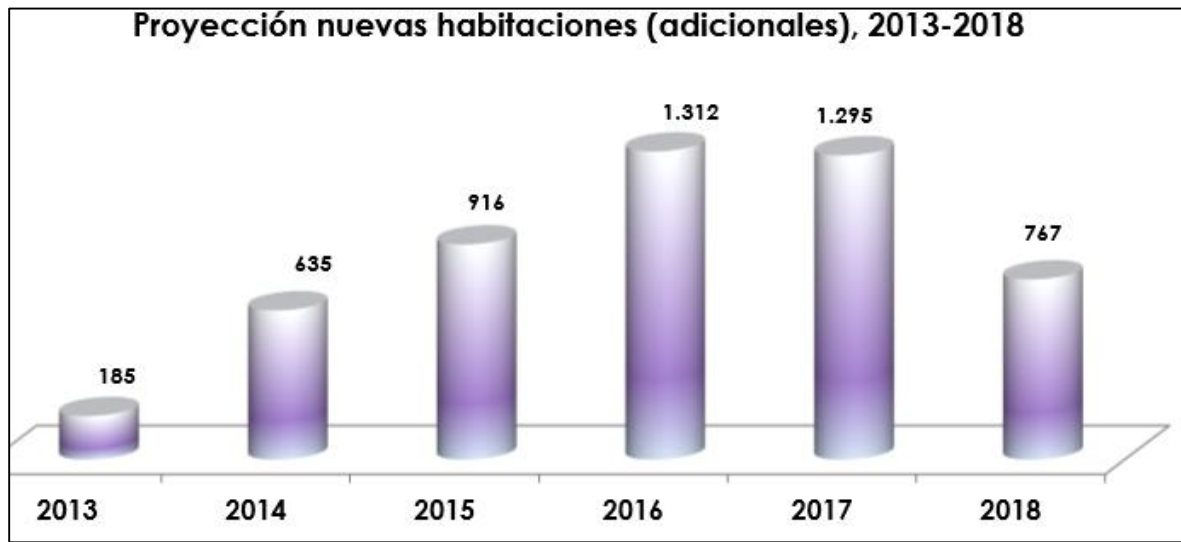
Fuente: Nuevos proyectos hoteleros en Cartagena. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Entre el 2013 y 2018 estarán disponibles 5.110 nuevas habitaciones en Cartagena de Indias

- Esto representará un incremento en el total de habitaciones del 50% entre el 2013 y el 2018.
- En total, se espera que al terminar 2018 la ciudad cuente con casi 15.000 habitaciones

hoteleras.

Gráfica 19



Fuente: Nuevas Habitaciones 2013-2018. Por: Corporación Turismo Cartagena De Indias.

Ahora bien, haciendo una comparación entre la oferta y la demanda de Cartagena esta se encuentra muy equitativa en cuanto a la prestación de servicios y productos turísticos, por las siguientes razones:

- Porque se ha aumentado su oferta hotelera, con la creación de nuevas hoteles y mayor confortabilidad y mejor servicio para los turistas que vienen desde cualquier parte del mundo y del país.
- Se ha mejorado el transporte en la ciudad lo que ha permitido el fácil acceso a los diferentes visitantes, esto mediante de nuevas rutas, cruceros, muelles y demás.
- Se ha reconocido los atributos de la ciudad con el fin de crear una promoción de la misma en Colombia, y en el exterior, lo que ha permitido el aumento de los visitantes.
- Se le ha dado la importancia a su infraestructura turística, lo que ha permitido mayor aprecio a ese legado que posee la ciudad.
- Las festividades que han perdurado en la ciudad, permitiendo un mayor aumento de turistas a la misma, lo que se refleja como organización y constante desarrollo de la ciudad.

- También se ha mejorado el puerto de cruceros con más de 98% del total de pasajeros que se reciben anual, entre nacionales e internacionales.
- El reconocimiento de la Ciudad como patrimonio de la humanidad desde 1984, lo que le brinda al turista una percepción de cultura y ambiente agradable para visitar.
- Los diferentes sitios aledaños a la ciudad también logran una gran demanda del destino debido a que hay diversificación de productos y amplía la gama de oferta turística de la ciudad, como lo son san Basilio de palenque, las islas del rosario, entre otras.
- El centro histórico de la ciudad, por el legado ofrecido es el único actualmente certificado como destino turístico sostenible en Colombia, distinción que la hace más atractiva a la vista de cualquier turista.
- Otro punto a destacar, es que cada día entidades privadas y públicas, buscan diversificar la oferta turística de la ciudad, con la creación de nuevos productos turísticos, que sean alternativas para que el turista que vengan no se quede sin nada que hacer y sea otra fuente de entretenimiento y estrategia para lograr conocer esta hermosa ciudad.

2.17. Análisis de la Competitividad del Proyecto a través de las 5 fuerzas de Porter

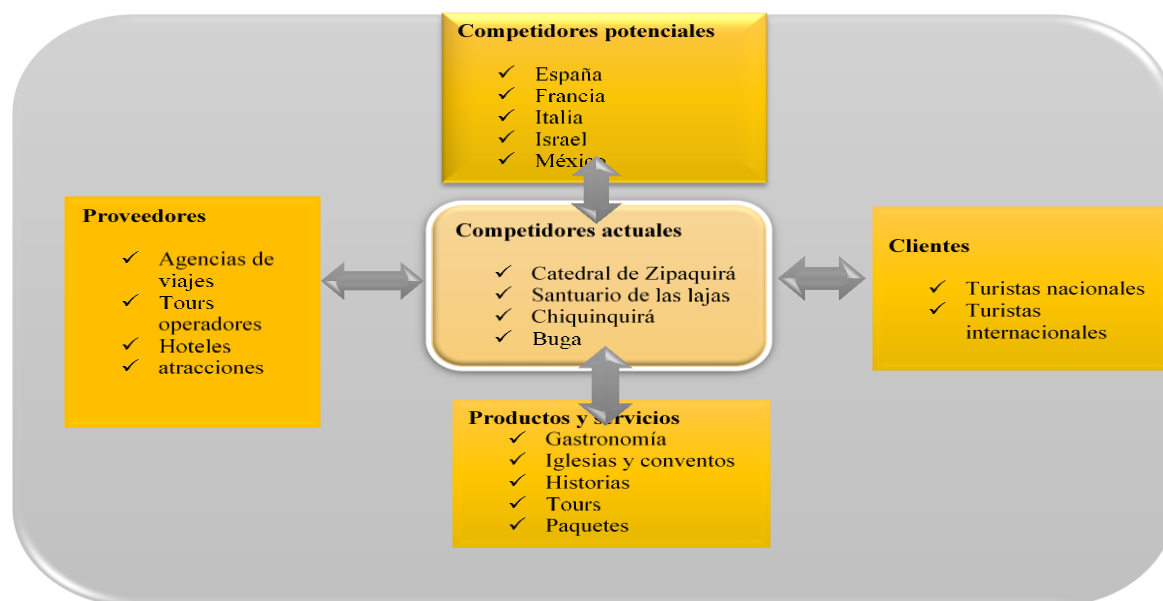
Cartagena es una ciudad con gran crecimiento en la actividad turística que ha permitido que a lo largo de los años mejore cada día más y permita el expandimiento de este sector a nivel nacional e internacional, sin embargo, para el turismo, a pesar de las múltiples ayudas que se brinda para este sector a través de empresas públicas y privadas la tarea es un poco dura porque aún se presentan múltiples falencias que no permiten el crecimiento a gran escala de la ciudad, lo que evidencia que el desarrollo es lento pero con muy buenos resultados, lo que significa que

Cartagena sigue siendo un destino turístico que en vez de disminuir va aumentando cada día más, lo que se refleja en el cuantioso número de visitantes que ha aumentado desde el 2015, por lo tanto se hizo un análisis de la competitividad, posicionamiento y entorno turístico, teniendo en cuenta las 5 fuerzas de Porter, con el fin de si la ciudad como destino puede coger fuerzas en los mercados nacionales e internacionales.

Teniendo en cuenta el diagrama 1 se puede observar que los Competidores nacionales e internacionales con los que cuenta Cartagena en la actualidad son: México, España, Francia, Italia e Israel. Se escogieron estos destinos por cuanto son lugares reconocidos por el turismo religioso que manejan, y donde estos países mueven una gran cantidad de feligreses al año.

Con respecto a los competidores nacionales, Cartagena tiene gran ventaja sobre estos, ya que es una ciudad con mayor número de iglesias y conventos lo que evidencia que se necesita mayor promoción de los mismos. Sobretudo cuenta con una belleza inigualable debido a la mezcla de arquitectura colonial y moderna.

Imagen 8 Análisis 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Elaborado por investigadores.

Capítulo III

Propuesta de Turismo Religioso como Alternativa para Diversificar la Oferta Turística de Cartagena

3.1. Turismo Religioso Internacionalmente

El turismo religioso es una nueva tendencia, reconocida dentro del turismo en general. Sin embargo, esto ya era conocido por muchos aun cuando no existía todavía la denominación.

Hace años, el antropólogo Mario Rabey contó que, cuando él vivía en Tilcara, estudiaba las costumbres y modo de vida de los pueblos andinos, La religiosidad popular era uno de sus objetos de estudio. Pero un día, uno de sus hijos le pidió participar de la procesión a Punta Corral y acompañar a los peregrinos al Santuario de la Virgen de Copacabana, llamada la “Mamita del Cerro”, donde -cuenta la historia- se le apareció a un campesino en el siglo XIX. El Turismo Religioso es una tendencia en crecimiento. Se le considera parte del Turismo Cultural, porque integra una oferta más amplia que la estrictamente espiritual, ya que se comparten vivencias participativas entre residentes y visitantes, a partir de la religión, la historia del lugar y su actividad cultural. (Colombia- Exterior, Abril, 11 de 2017).

El Turismo Religioso, a diferencia de los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. Los principales santuarios del mundo, se vinculan directa o indirectamente con el Turismo, son utilizados como exponentes de una manifestación cultural determinada, lo cual generan atracción y muestran interés en ser visitados. Los santuarios no sólo

representan una creencia religiosa, espiritual o muestra de fe, sino que también significan en muchos casos, valores arquitectónicos, históricos y patrimoniales.

En la actualidad todas las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje como por ejemplo Jerusalén, La Meca o Roma lo cual siguen siendo importantes puntos de referencia del sector., para obtener cada día más fuentes de ingresos y poder seguir ofertando este tipo de turismo.

También se dice que el sector del turismo religioso está implantado con fuerza en Europa donde se evalúa que más de quince millones de personas realizan algún tipo de turismo religioso, por lo que varias agencias turísticas se han especializado en este sector. En general se considera que el turismo religioso abarca tanto las visitas a lugares sagrados como a las peregrinaciones, visitas a santuarios o lugares sagrados, tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas, visitas a líderes religioso, congresos eucarísticos, años santos, etc. (Monica Chacon, 2009)

Tal como se ofrecen paquetes temáticos para los amantes del turismo ecológico y de aventura, el tema religioso es un campo tan diverso y variado que no se agota nunca. Lourdes, Santiago de Compostela, Lumbini, Fátima, La Meca y Vanarasi son sólo algunos de los destinos que ofrecen experiencias espirituales. Estos viajes le permiten al peregrino llegar a lugares que fueron cuna de profetas o a los que se les atribuyen apariciones y milagros. Algunos son de culto milenario, otros son más recientes, pero todos tienen esa característica que los convierte en centros de peregrinación: un misticismo profundo.

Para Sandra Izquierdo, gerente de OIT (Organización Internacional de Turismo) organizadora y promotora de viajes de peregrinación, estos recorridos tienen que ver con propósitos existenciales de búsqueda interior: “la impresión de que quienes se inscriben en estos viajes, son

personas que inician un proceso de sanación, de introspección”, y afirma que en muchos casos las peregrinaciones tienen un efecto terapéutico. Claro que no en todos los casos se trata de gente fervorosa que quiere ir a rezar: cuenta Sandra quien explica que no todas las personas que se unen a estos viajes son creyentes. “Hay agnósticos que deciden viajar con un interés más histórico, pero es innegable que buscan algo que estos lugares ofrecen: momentos de paz y meditación”.

Para el sacerdote Noel Londoño, presidente de la Federación de Santuarios de Colombia y quien ha sido guía espiritual de varios viajes de peregrinación de colombianos, estas experiencias son oportunidades para encontrarse consigo mismo en otra dimensión más profunda: “Para el peregrino, estos viajes implican mucho esfuerzo y sacrificio porque tienen que enfrentarse a un desgaste físico, a factores de clima adversos, multitudes y horarios extremos y, sin embargo, cuantas más dificultades atraviesan más profunda parece ser la experiencia”. Explica que lo más lindo de estos lugares es que se han ido instituyendo por la fe de las personas: “Son sitios de fe que los ha ido forjando la gente misma, no se establecen por decreto”, afirma el sacerdote.

Para la historiadora Diana Uribe, lugares como Vanarasi en India, Czestochowa en Polonia o el Santuario de Ise en Japón (religión sintoísta) son experiencias de suma belleza: “Visitar estos sitios son experiencias de paz interior profunda, son espacios de mucha dulzura. Son los muchos rostros de Dios”. (Revista Cromos , 7 de Marzo 2011).

A continuación, se puede mostrar algunos de los principales representantes del turismo religioso en el exterior:

3.2. Ciudad del vaticano

Imagen 9. Ciudad del Vaticano



Fuente: Tomada de Emol.economía.

Este pequeño estado ubicado en Roma es el epicentro de la Santa Sede y uno de los lugares más especiales para vivir esta época del año. El Jueves Santo se celebra la Misa Crismal en la Basílica Vaticana. En la Basílica de San Juan de Letrán se da inicio al Triduo Pascual y se conmemora la Última Cena.

El Viernes Santo en la Basílica Vaticana se celebra la Pasión de Cristo y en la noche se realiza el viacrucis en el Coliseo. En la noche del Sábado Santo se realiza la Vigilia Pascual en la Basílica Vaticana. Al día siguiente se realiza la misa acostumbrada en horas de la mañana en la Plaza de San Pedro y, al medio día, desde el balcón central de la Basílica, se da la bendición Urbi et Orbi.

Jerusalén y Tierra Santa

Imagen 10. Jerusalén y Tierra Santa



Fuente: Tomada de Touristisrael.

En Israel se vive una Semana Santa intensa pues fue donde vivió Jesucristo sus últimos momentos. El Domingo de Ramos comienza el recorrido desde la iglesia de Betfagé en donde está la roca desde la que Jesús se montó en su burro para ir a Jerusalén.

El Jueves Santo se celebra una misa en la iglesia del Santo Sepulcro y allí se conmemora el lavatorio de pies. Más tarde la celebración es en el Cenáculo, sitio donde tuvo lugar la Última Cena. Luego los feligreses caminan hasta la Basílica de la Agonía donde se celebra una eucaristía para conmemorar la última plegaria de Jesús antes de ser arrestado en el huerto de Getsemaní.

El Viernes Santo tiene lugar el viacrucis a través de las 14 estaciones que recorrió Jesús antes de ser crucificado. El Domingo de Resurrección hay un recorrido hasta el Santo Sepulcro para celebrar la Asunción. Allí oran sobre la Piedra de la Unción que es el lugar sobre el que apoyaron el cuerpo de Jesús al bajarlo de la cruz. La Semana Santa se clausura en Al Qaibe, lugar hizo su primera aparición Jesús luego de resucitar.

Imagen 11. Santiago de Compostela



Imagen: Tomada de Alza.

Esta ciudad española está marcada por una rica tradición religiosa que incluye necesariamente el Camino de Santiago, la ruta que millones de devotos han seguido desde otros lugares de Europa para visitar el templo donde está enterrado el apóstol Santiago. La ruta más transitada se conoce como ‘El Camino Francés’ y recorre casi 800 kilómetros desde Roncesvalles en Francia atravesando el norte de España. Para completar el trayecto y obtener el certificado que acredita como caminante de ‘la Compostela’ es indispensable caminar los últimos 100 kilómetros del trayecto, haciendo paradas en templos y monasterios donde sellan un pasaporte que luego es cambiado por ‘la Compostela’ en la Oficina del Peregrino en el centro antiguo de Santiago.

Imagen 12. El río Ganges y Benarés (India)



Fuente: Tomada de Dreamstime.com.

Es una de las siete ciudades sagradas del hinduismo. Es además uno de los centros de peregrinación más importantes del mundo. Está bañada por el río Ganges al que se accede a través de escaleras de piedra construidas en el siglo XVIII y son llamadas Ghats. Los baños en el río purifican los pecados y en las orillas se encuentran los crematorios de la ciudad. Se dice que los hinduistas deben visitar este lugar al menos una vez en su vida.

Imagen 13. Santuario de Ise



Fuente: Tomada de msansanog.wordpress.com.

Este lugar en la ciudad japonesa del mismo nombre es el lugar más sagrado de la religión sintoísta. Cuentan que fue fundado en el año 4 a.C. El centro religioso se divide en dos: Santuario Exterior e Interior y entre los dos forman 125 santuarios más pequeños. El Santuario Interior está dedicado a la diosa Sintoísta del Sol (Amaterasu Omikami) mientras que el segundo santuario está dedicado a la diosa de los cereales, el vestido, la vivienda, el alimento, la agricultura y la industria (Toyoke no Omikami). Todos los años, peregrinos de todas partes del país y el mundo visitan el santuario para participar de ceremonias religiosas inspiradas en los

ciclos agrícolas tradicionales del Japón. Los practicantes del credo deben acudir a este lugar al menos una vez en su vida.

Imagen 14. LaKaaba (La Meca, Arabia Saudita)



Fuente: Tomada de Pinterest.

Esta construcción que fue levantada hace cuatro mil años por Abraham, es el lugar de peregrinación más importante de la religión musulmana. Es el punto de referencia de oración desde cualquier lugar del mundo y es la representación simbólica del corazón humano. Desde tiempos antiguos los fieles acuden para adorar a Allah y llegar al lugar donde lo sagrado y lo terrenal se unen en un mismo lugar.

Imagen 15. **Pagoda Swedagón (Birmania)**



Fuente: Tomada de Felices Vacaciones.

Esta monumental edificación, es un centro religioso establecido al oeste del lago Kandawgyi en el monte Singuttara, en la ciudad de Myanmar en Birmania. Es el lugar más sagrado para los budistas porque alberga los restos de los últimos cuatro budas y los cabellos de Siddhartha Guatana.

La pagoda o es tupa Shwedagón Paya mide 100 metros de altura y está recubierta de oro puro. Se dice que esta obra tiene 2500 años de construida y que los últimos trabajos para alargarla fueron hechos hacia el siglo XV. La parte superior está adornada con 5.448 diamantes y 2.317 rubíes.

Los peregrinos deben quitarse los zapatos a la entrada para iniciar las oraciones que se hacen en dirección contraria a las manecillas del reloj.

Imagen 16. Santuario de La Virgen de La Puerta (Perú)



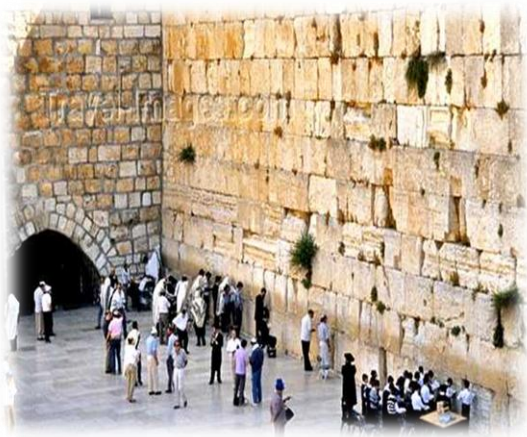
Fuente: Tomada de Forodelavirgen.org.

Perú es un país principalmente católico que se precia por tener santuarios a lo largo de todo su territorio. Uno de los más visitados es el de la Virgen de la Puerta, ubicado en Otuzco, una ciudad localizada a 72 kilómetros de Trujillo. Allí la imagen de la Inmaculada Concepción es venerada desde el siglo XVII, cuando se dice que la Virgen impidió la entrada de corsarios a las

costas del norte del país. A partir de 1664 se celebra una fiesta durante el mes de diciembre, que llega a recibir más de 100.000 personas del interior del país y de otros lugares del mundo.

En las festividades, llenas de danza y música, se pueden apreciar elementos del catolicismo europeo con símbolos nativos de los indígenas del Perú.

Imagen 17. El Muro de los lamentos (Jerusalém)



Fuente: Tomada de Protestante digital.com

Este lugar es el más sagrado para la religión Judía porque es el último pedazo que quedó en pie del Templo de Jerusalém. Durante más de dos mil años, los judíos han orado en este lugar que es considerado el más sagrado de la Tierra al que tienen acceso los hombres. Su nombre proviene de las lamentaciones del pueblo judío por caer en dominación de los romanos. El viernes es un día de mucha afluencia y es común que los fieles introduzcan un papel con plegarias entre las uniones del muro.

Imagen 18. Basílica de la Virgen de Guadalupe, Ciudad de México (México)



Fuente: Tomada de Ourholylady.com

Llamada oficialmente Insigne y Nacional Basílica de Santa María de Guadalupe, es un santuario de la iglesia cristiana de rito católico, apostólico y romano dedicado a la virgen María en su advocación de Guadalupe, ubicado al pie del Cerro del Tepeyac en la delegación Gustavo A. Madero de la Ciudad de México, actualmente perteneciente a Arquidiócesis Primada de México por medio de la Vicaria Guadalupeña que actualmente se encuentra al cuidado de Monseñor Enrique Glennie Grau con el título de Vicario General y Episcopal de Guadalupe y Rector del Santuario. La Basílica de Guadalupe es uno de los santuarios más importantes de la Iglesia católica. Anualmente recibe cerca de 20 millones de peregrinos, la mayoría de ellos, entre el 11 y 12 de diciembre, días en los que se celebra a la Virgen morena. La ruta que se hace en su interior está rodeada de flores, como si fueran marcando el camino de los peregrinos que, como una prueba de amor y agradecimiento, acuden a este venerado santuario. (Revista Forbes, 15 de Marzo de 2017).

Imagen 19. El Vaticano y la Basílica de San Pedro, Roma (Italia)



Fuente: El Vaticano y la Basílica de san Pedro, Roma, Tomada de vigoenfotos.com

La Basílica Papal de San Pedro (en latín: Basílica Sancti Petri, en italiano: Basílica Pápale di San Pietro in Vaticano), conocida comúnmente como Basílica de San Pedro, es un templo católico situado en la Ciudad del Vaticano. (Revista Forbes, 15 de Marzo de 2017).

Imagen 20. Catedral de Notre Dame, París (Francia)



Fuente: Tomada de Megaconstrucciones.net

La Catedral de Notre-Dame de París (Cathédrale Notre-Dame), situada en el IV distrito, es una de las catedrales francesas más antiguas de estilo gótico, se empezó a construir en el 1163 y se terminó en 1245. Dedicada a María, Madre de Jesucristo (de ahí el nombre Notre-Dame,

Nuestra Señora), se sitúa en la pequeña Isla de la Cité en París, Francia, la cual está rodeada por las aguas del río Sena. (Revista Forbes, 15 de Marzo de 2017)

El turismo religioso crece considerablemente, no sólo en los países desarrollados, sino también en los países en desarrollo, ya que los excedentes económicos permiten viajar a las clases altas y medias, el turismo religioso y espiritual pueden representarse como una gran oportunidad para todas las personas de diferentes tipos de creencias, filosóficas y religiosas. Por lo tanto, para que cada vez sean más las capas sociales que puedan acceder, es preciso garantizar su desarrollo sostenible.

3.3. Turismo Religioso Nacionalmente

El turismo religioso atrae cada vez más devotos, sobre todo en Semana Santa. Colombia es uno de los países de Latinoamérica que vive con mayor intensidad la ceremonia. Y también el país que más lugares ofrece para conmemorarla, recogerse y pasarla bien. (Cromos, El Espectador, 3 de marzo 2017).

La Semana Santa es la celebración más importante para los cristianos en todo el mundo. En ella se evoca la pasión, muerte y resurrección de Jesús y millones de seguidores se reúnen en torno a ceremonias recordar sus últimos días y reafirmarse en la fe.

Colombia, un país principalmente católico, es uno de los países de América Latina donde se vive con más intensidad esta fiesta sagrada. Desde los tiempos de la Colonia, cuando los conquistadores españoles emprendieron la evangelización, el culto del catolicismo romano se popularizó con una fuerza que hasta la actualidad más del 80% de la población se declara católica. (Cromos, El Espectador, 3 de marzo 2017).

La Semana Santa inicia con la culminación de la Cuaresma, el periodo de tiempo (40 días) litúrgico en el que los feligreses se preparan para conmemorar los últimos días de Cristo en la tierra. Este año comienza el 17 de abril, con el consabido ritual del Domingo de Ramos, y culmina el domingo 24, día de la Resurrección. Del jueves Santo al Domingo de Pascua, se suspenden las actividades regulares en todo el territorio nacional y las diferentes ciudades se concentran en la celebración de lo que se conoce como el Triduo pascual, los tres días en que ocurren los acontecimientos sagrados más importantes.

Durante estos siete días, Colombia le rinde culto a sus creencias religiosas a lo largo de todo el país, un periplo que se le conoce como la Ruta de la Fe y que abarca los lugares que despliegan las celebraciones más intensas en esta fecha.

Pero no solamente los ritos religiosos tienen cabida en esta temporada. La Semana Santa se volvió la excusa perfecta para que las diferentes regiones le apuesten a sus atractivos turísticos y culturales como una manera más de atraer visitantes.

3.4. Día a Día

- Domingo de Ramos: se conmemora la entrada de Jesús de Nazaret a Jerusalén.
- Lunes Santo: se recuerda la unción de Jesús en la casa de Lázaro.
- Martes Santo: según el Evangelio, este día Jesús anticipó la traición de Judas Iscariote a sus discípulos.
- Miércoles Santo: Judas conspira contra Jesús.
- Jueves Santo: se celebra la misa Crismal. Se conmemora la Última Cena y el lavatorio de pies.

- **Viernes Santo:** Jesús es arrestado y llevado ante Herodes y Pilato. Se conmemora el viacrucis y su posterior crucifixión y muerte. Este día no se celebra misa.
- **Sábado Santo:** se conmemora el descenso del cuerpo de Cristo al sepulcro. Se prepara la Vigilia Pascual.
- **Domingo de Pascua:** se celebra la resurrección de Jesús.
- Este nicho, que en Colombia se abre paso con una interesante oferta, tiene destinos que representan devoción y son aptos para peregrinaje; así como otros destacados por su peculiaridad histórico-cultural.
- El país presenta libertad para profesar cualquier culto o religión según el artículo 19 de la Constitución Política de Colombia y los visitantes pueden experimentar y conocer variadas manifestaciones religiosas como procesiones, rituales centenarios, arquitectura de iglesias, capillas y templos.
- El sector de turismo religioso se caracteriza por fidelizar a los turistas y su trabajo se basa en recibir y acoger a los peregrinos.

En Colombia algunos personajes y destinos que atraen viajeros por motivos religiosos son:

3.5. La Madre Laura Montoya, Primera Santa Colombiana

Fundadora de las Misioneras de María Inmaculada y Santa Catalina de Sena; nació en Jericó, Antioquia, el 26 de mayo de 1.874 y murió en Medellín el 21 de octubre de 1.949. Dejó extendida su congregación de misioneras en 90 casas distribuidas en tres países, con un número de 467 religiosas y en la actualidad trabajan en 19 países distribuidas en América, África y Europa.

3.6. Milagro Arquitectónico

En Nariño se encuentra uno de los santuarios más bellos de América, construido en honor a la Virgen de Nuestra Señora del Rosario de las Lajas; su arquitectura llama la atención de nacionales y extranjeros devotos, es conocida como “el milagro de Dios sobre el abismo”. La Basílica del Señor de los Milagros, de Buga, Valle, es otro de los íconos religiosos del país. (Vatican.va, 2015).

- **Patrimonio inmaterial**

En Cauca se encuentra uno de los Patrimonios Inmateriales UNESCO de Colombia: las procesiones de Semana Santa; una de las más antiguas celebraciones tradicionales de todo el país, haciendo de Popayán uno de los destinos de turismo religioso más importantes del país.

- **Viaje Místico**

En Zipaquirá, Cundinamarca, a 180 metros bajo tierra, se vive una experiencia que si bien es cultural, el sentido religioso lo ofrece la Catedral de Sal, construida dentro de una montaña, allí se encuentra la mayor reserva de roca de sal en el mundo.

- Otras experiencias religiosas destacadas de Colombia se pueden vivir en los monumentos al Señor Caído del Santuario de Monserrate, en Bogotá, y la Basílica del Señor de los Milagros en Buga.

A continuación, algunas ciudades de Colombia Representantes del turismo religioso:

Imagen 21. Mompox



Fuente: Tomada de MonpoxColombia.Blogspot.com

Los habitantes de esta ciudad del departamento de Bolívar, celebran la Semana Santa desde el año 1564. En aquellas épocas, los fieles de mejor posición social y económica regalaban joyas para ofrendar a Dios y purificar su alma de pecados. Desde entonces esta fiesta es una de las más exuberantes de todo el país porque durante las múltiples procesiones se les puede observar a los santos ataviados con adornos que son símbolo de su profunda devoción. La celebración ha estado marcada por el sincretismo de elementos católicos con otros de cultos paganos afroamericanos.

La fiesta inicia con la procesión del Paso robado o Despedimiento, que ocurre el viernes de Dolores (anterior al Domingo de Ramos).

El Domingo de Ramos sale una procesión sin marcha desde la iglesia de Santa Bárbara. La gente camina con palmas de vino en las manos hasta la iglesia de la Concepción. El lunes Santo hay una procesión con marcha para llevar la imagen del Jesús de Nazareno hasta la iglesia de San Francisco.

El Miércoles Santo, las personas se reúnen vestidas de gala para ofrecer a sus muertos una tradicional serenata hasta la noche. El jueves y viernes santos se realizan las procesiones, que son marchas conocidas por el singular compás que llevan los nazarenos al cargar a los santos, caminando dos pasos adelante y uno atrás.

Más allá de las celebraciones religiosas, Mompox es una de los tesoros mejor guardados del Caribe colombiano. Una de sus riquezas es la filigrana: un arte de joyería de origen chino arabesco que llegó con los inmigrantes españoles y árabes y que se ha ido perfeccionando a lo largo de los siglos. Esta artesanía típica es apreciada en el mundo entero.

No deje de probar el famoso dulce de limón, un patrimonio que tiene casi 100 años y hoy su creadora lo ha difundido a su descendencia para que ese manjar siga existiendo.

Imagen 22. Buga



Fuente: Tomada de Travel & Service.

En este municipio ubicado a 80 kilómetros de Cali, se encuentra la Basílica Menor del Señor de los Milagros, uno de los lugares de mayor peregrinación de los colombianos. Cada año, Buga recibe más de 500.000 visitantes de todo el país para la celebración de la Semana Mayor, que se inaugura con la procesión de domingo de Ramos y una misa posterior precedida por el obispo de la diócesis en la Plazoleta de la Basílica. A partir del Jueves Santo comienzan las ceremonias más importantes: la celebración de penitenciales en la Basílica y la conmemoración de la Última Cena. El Viernes Santo se realiza el viacrucis a lo largo de la avenida del Señor de los Milagros y el Sermón de las Siete Palabras en la Basílica. Más tarde se realiza la ceremonia por la pasión y

muerte de Jesús y luego la procesión del Santo Sepulcro. El Sábado Santo en la noche se celebra la Vigilia Pascual y luego la procesión de Resurrección.

La basílica de Buga pone a disposición de los fieles hasta nueve sacerdotes para que atiendan a los confesores durante todo el día, los siete días de la semana. Llegan a atender más de cien mil confesiones.

Los paseos ecológicos son otro atractivo de Buga. La laguna del Sonso es una reserva natural para disfrutar de la fauna y la flora de la región, a pocos kilómetros del centro. La reserva forestal Alpes ofrece pesca recreativa y caminatas al aire libre.

Imagen 23. Ipiales, Santuario de Las Lajas



Fuente: Tomada de saltaconmigo.com

Este municipio alberga uno de los santuarios más representativos de la región andina. La catedral de Nuestra Señora de las Lajas. Enclavada en pleno cañón del río Guátara, es una de las construcciones más impresionantes del país. Se trata de un templo de estilo gótico que tiene sus orígenes en el año 1754 pero que sólo desde 1916 experimentó las obras de construcción de lo que conocemos en la actualidad.

El Viernes Santo se celebra una procesión en la que participan más de veinte imágenes de las distintas iglesias de Ipiales. Los peregrinos hacen un recorrido a través de las avenidas quinta,

sexta y séptima al compás de tambores y cantos en latín para acompañar la carroza del Santo Sepulcro.

A sólo 15 kilómetros de la ciudad, se encuentra el volcán nevado del Cumbal que tiene una altura de 4.764 metros sobre el nivel del mar.

No regrese sin probar el cuy, el plato típico representativo de esta región del país.

Imagen 24. Popayán



Fuente: Tomada de Colombiatravel.com.3

Este año la Ciudad Blanca celebra 450 años de procesiones ininterrumpidas. Es el destino donde se vive una de las semanas santas más hermosas del país (se le compara con la celebración de Sevilla en España) y en 2009 fue declarada por la Unesco como “Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad”. El centro histórico y sus múltiples iglesias se llenan de gente para unirse en torno a la celebración y al júbilo.

Durante la semana se realizan 6 procesiones. Una en el día que es la del Domingo de Ramos, en la que se bendicen los ramos en la capilla de Belén para dirigirse hasta la Basílica. Los fieles caminan con palmas, pañuelos blancos y banderas para alabar el nombre de Jesús.

El Martes Santo en la noche, se realiza una procesión para llevar cuatro santos hasta la plaza principal de Popayán. A lo largo del recorrido un grupo de acólitos lleva inciensos, campanas y un crucifijo.

La procesión del Viernes Santo está formada por grandes imágenes de la Muerte de Cristo y del Santo Sepulcro. En total las seis procesiones hacen recorridos que van a lo largo de 23 cuadras.

Paralelamente se realizan las ‘Procesiones Chiquitas’ que son recorridos para niños, la muestra nacional de artesanías Manos de Oro y el Festival de Música Religiosa que se realiza desde la década de los sesenta y convoca agrupaciones destacadas del género en Colombia y otros lugares del mundo. Es el único lugar de América Latina declarado Ciudad de Gastronomía de la Unesco y sus platos típicos son una mezcla de la tradición española e indígena. Anímese a comer sancocho de gallina, sopa de carantanta, tripazo, tamales y empanadas de pipián.

Imagen 25. Pasto



Fuente: Tomada de Colombiatravel.com.

La capital del departamento de Nariño no se queda atrás en su intención de celebrar en grande la Semana Mayor. Desde tiempos coloniales los feligreses se unen para conmemorar estas fechas. Luego de las procesiones que se realizan el Domingo de Ramos, los pastusos se unen

para acompañar la procesión del Señor de las siete Caídas, el Martes Santo. El jueves, cada parroquia celebra la misa de lavatorio de pies y conmemoración de la Última Cena. El Viernes Santo se realiza la procesión del Santo Sepulcro. El Sábado Santo se reúne en la procesión de la Soledad para culminar con la ceremonia de la Urna, que es llevada de la Catedral de Pasto hasta el templo.

Igualmente la municipalidad realiza actividades y eventos culturales relacionados con los temas religiosos y místicos.

A 27 kilómetros del casco urbano se encuentra la laguna de La Cocha, un excelente paseo para disfrutar de un día de pesca y paseos en lancha.

A 4 kilómetros se encuentra el centro ambiental Chimayoy, un lugar para la práctica del ecoturismo.

Imagen 26. Catedral de Sal de Zipaquirá



Fuente: Tomada de Uvate- turismo.

Este municipio, ubicado a 48 kilómetros de Bogotá, es albergue de la Catedral de Sal que es uno de los mayores centros de peregrinación de Colombia, recibiendo un promedio de 40.000 visitantes por año. Esto, sumado al gran espíritu religioso de su gente, ha hecho que Zipaquirá

sea uno de los lugares más recomendados para visitar en la Semana Santa. Durante estos días la Congregación de Nazarenos de Zipaquirá realiza unas impresionantes procesiones, famosas desde hace 54 años. En ellas se unen tanto habitantes como turistas para recorrer las calles de la ciudad, acompañando las hermosas imágenes religiosas.

Eventos musicales, gastronómicos y muestras artesanales se realizan paralelamente para completar la agenda turística.

En el Parque de la Sal se puede visitar la Plaza del Minero, el Museo de la Salmuera y diversas rutas ecológicas a lo largo de senderos naturales.

Imagen 27. Villa de Leyva



Fuente: Tomada de Wikipedia.org.

Esta ciudad colonial, que ha sido albergue de varias comunidades religiosas, celebra la Semana Santa con las tradicionales procesiones y celebraciones eucarísticas. A partir del Jueves Santo inician los rituales más importantes: el lavatorio de pies en la iglesia del Carmen, la misa para los enfermos en el templo parroquial y la celebración de la última Cena en varias parroquias. El Viernes Santo se celebra el viacrucis que parte del cementerio hasta el templo parroquial. Se conmemora la Pasión y Muerte con la ceremonia de Adoración de la Santa Cruz y se celebra el Sermón de las Siete Palabras. El Sábado Santo se realiza la procesión y el sermón

de la Virgen de la Soledad y en horas de la tarde se celebra la vigilia Pascual. El domingo se hace la Eucaristía de resurrección en diferentes templos. (Cromos, El Espectador, 3 de marzo 2017).

La celebración se combina con una programación cultural de eventos teatrales y musicales para que tanto visitantes como lugareños disfruten de estas fechas santas.

En Villa de Leyva se pueden apreciar fósiles del período Cretácico. Visite el Museo el Fósil y el Museo Paleontológico.

Imagen 28. Chiquinquirá



Fuente: Tomada de un minutoradio.com

A una hora y media de Zipaquirá se encuentra Chiquinquirá. Conocido comúnmente como la capital religiosa de Colombia, el pueblo alberga la iglesia más hermosa del país, la 'Basílica de Nuestra Señora Rosario'. Esta hermosa estructura, que se cierne sobre la plaza central, es famosa por su pintura de la 'Virgen María del Rosario', obra realizada en el siglo XVI. (Colombia CO, 2016)

El turismo religioso en Colombia a diferencia del turismo internacional también genera mayor fuente de ingreso con alrededor de 22 catedrales y más de 25 basílicas distribuidas en el territorio

colombiano, los visitantes extranjeros y nacionales también pueden participar de las tradiciones católicas de todas las ciudades de Colombia y conocer su legado cultural y arquitectónico (Colombia, 2013)

Si bien sabemos Colombia es un país donde prevalece la fe católica, realizando festivales religiosos durante todo el año y una iglesia en el centro de cada uno de sus pueblos y ciudades.

Las tradiciones y monumentos de la fe católica que se profesa en Colombia desde hace varios siglos, son considerados hoy en día como atractivos turísticos de gran valor e importancia para quienes buscan elevar sus niveles de espiritualidad y aprender sobre la cultura local.

Colombia tiene un gran potencial en este segmento debido a sus experiencias únicas de aquellas personas que practican la fe católica.

Existe un nicho de viajeros que aprovechan la temporada para recorrer destinos religiosos. Por esto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo diseñó las llamadas “Rutas de la Fe” que recorren todo el país, dice que Bogotá cuenta con una gran oferta de atractivos turísticos religiosos con reconocimiento internacional como el Santuario de Monserrate y el santuario del Divino Niño del 20 de Julio, Destinos como Santa Cruz de Mompo, Guadalajara de Buga, Monguí, Villa de Leyva, Chiquinquirá y Jericó, entre otros, que hacen parte de la Red de Pueblos Patrimonio, incluyen también actividades y expresiones culturales que atraen el turismo religioso. Otra ciudad reconocida también esta Buga, considerado Monumento Nacional y uno de los 5 destinos certificados de Colombia se reconoce por recibir todos los años a miles de personas que se desplazan desde diferentes lugares del país para visitar el Santuario del Señor de los Milagros. (Maria Claudia Lacouture, 2017)

En el departamento del Cauca se tiene también como Patrimonios Inmateriales declarados por la Unesco: las procesiones de Semana Santa, una de las más antiguas conmemoraciones

tradicionales de todo el país, haciendo de Popayán uno de los destinos de turismo religioso más importantes del país. Dentro de los lugares más visitados tenemos:

- ✓ Cerro de Monserrate (Bogotá)
- ✓ Santuario de Las Lajas (Pasto)
- ✓ Convento La Popa de la Galera (Cartagena)
- ✓ Templo de Santo Domingo (Cartagena)
- ✓ La Catedral Primada (Bogotá)
- ✓ Museo Santa Clara (Bogotá)
- ✓ Eco parque Cerro del Santísimo (Floridablanca)
- ✓ Metropolitana Catedral Basílica (Medellín)
- ✓ Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe (Bogotá)
- ✓ Parroquia Catedral San Pedro de Buga (Buga)
- ✓ Iglesia Templo de la Merced (Pasto)
- ✓ Catedral de Buenaventura (Buenaventura)
- ✓ Capilla Nuestra Señora de las Nieves (Girón)
- ✓ Catedral de Yopal (Yopal)
- ✓ Monasterio de la Candelaria (Boyacá)
- ✓ Iglesia San Antonio de Pereira (Rio negro)
- ✓ Basílica de Nuestra Señora de Monguí (Monguí)
- ✓ Iglesia de Santa Bárbara (Santa Fe de Antioquia)
- ✓ Iglesia de Santa Lucía de Guane (Barichara)
- ✓ Iglesia de San Pedro Claver (Bucaramanga)
- ✓ Iglesia de la Tercera Orden (Bogotá) (trip advisor, 2017)

3.7. Turismo Religioso en Cartagena

El turismo religioso en la ciudad de Cartagena ha tomado mucho interés en el tema de diversificar la oferta turística del destino.

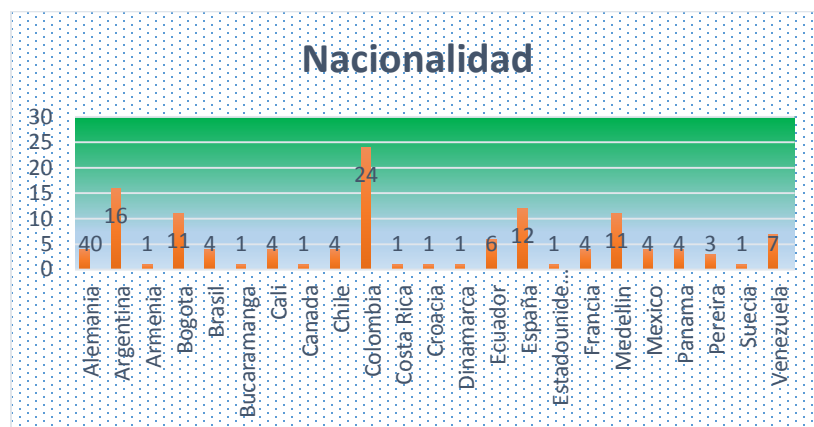
Tal como lo arroja los resultados de las encuestas realizadas por los autores de este estudio, se identificó que Cartagena es visitada un 19% por turistas nacionales; de las cuales las ciudades más representativas a nivel nacional son Bogotá y Medellín con el mismo porcentaje de un 9% de visitas, seguido de los turistas internacionales que predominan en este rango son : la Ciudad de Venezuela con un 6%, seguido de España con un 10 %, y finalizamos con Argentina con un 13%.(véase tabla y grafico n°1, de las encuestas sobre nacionalidad.)

Tabla 14. Nacionalidad

Nacionalidad	Frecuencia	Porcentaje
Alemania	4	3%
Argentina	16	13%
Armenia	1	1%
Bogota	11	9%
Brazil	4	3%
Bucaramanga	1	1%
Cali	4	3%
Canada	1	1%
Chile	4	3%
Colombia	24	19%
Costa Rica	1	1%
Croacia	1	1%
Dinamarca	1	1%
Ecuador	6	5%
España	12	10%
Estadounidence	1	1%
Francia	4	3%
Medellin	11	9%
Mexico	4	3%
Panama	4	3%
Pereira	3	2%
Suecia	1	1%
Venezuela	7	6%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 20. Nacionalidad



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, demuestra que el número de visitas a la ciudad aumentó a nivel nacional como internacional, de tal modo que en el turismo, que es un sector de constante crecimiento se puede considerar la diversificación de la oferta turística de la Ciudad, con el fin de que estas múltiples visitas continúen en acenso.

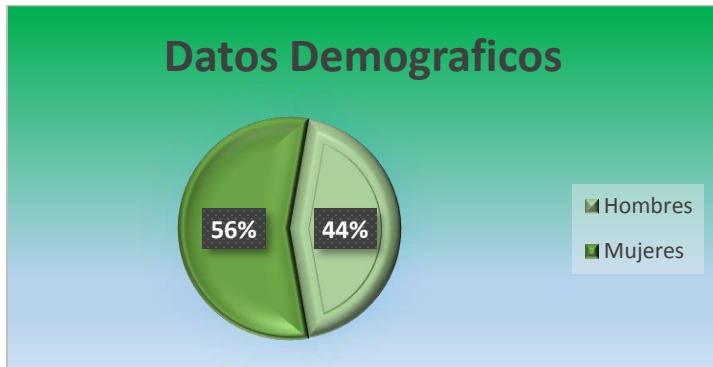
Analizando los porcentajes de esta tabla², encontramos que el 56% de la población que visita la ciudad son mujeres según las encuestas aplicadas, y el 44 % corresponden a los hombres. %.
(véase tabla y grafico n°2, de las encuestas sobre Datos Demográficos.)

Tabla 15. Datos Demográficos

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	56	44%
Mujeres	70	56%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas

Gráfica 21. Datos Demográficos



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, ratifica de que los cambios en los productos turísticos ofrecidos en la ciudad, se pueden modificar de manera satisfactoria teniendo en cuenta de que las mujeres se adaptan más fácil al cambio predominando en los hombres.

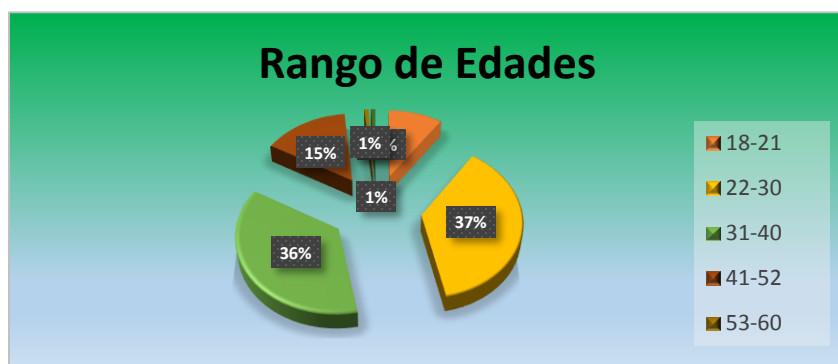
Teniendo en cuenta los resultados del estudio, relacionado con el rango de edades, permitio analizar cómo se pueden incluir en esta ruta turística religiosa, los cuales arroja la siguiente información: el 37% corresponde a las edades que van desde los 22 hasta los 30 años , seguido de un 37% que corresponde a las edades que van desde 31 hasta 40 años , luego, se encuentra un 15% de las edades que van desde los 41 hasta 52 años y por ultimo con un 10% las edades que van desde los 18 hasta 21 años. %.(véase tabla y grafico n°3, de las encuestas sobre Rango de edad.

Tabla 16. Rango de Edades

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-21	12	10%
22-30	47	37%
31-40	46	37%
41-52	19	15%
53-60	1	1%
Mayor 61	1	1%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 22. Rango de edades



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Por lo anterior, se deduce que esta ruta turística religiosa se puede incluir para todo tipo de edades teniendo en cuenta de que es un proyecto novedoso que permite no solo conocer la historia, cultura e arquitectura religiosa se todas estas infraestructuras, sino que también permite interactuar con los demás atractivos de la ciudad.

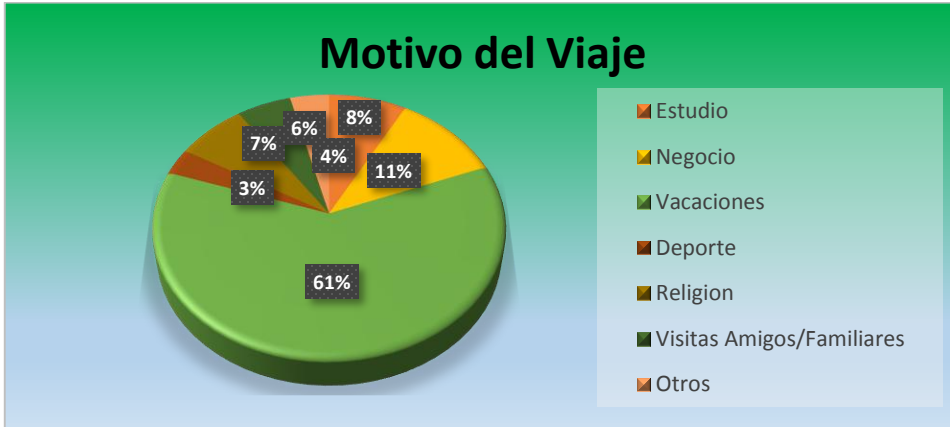
Otro de los interrogantes a tener en cuenta en el estudio fue el motivo del viaje con el fin de analizar cuales es la demanda actual en la ciudad, lo que permite identificar que un 61% vienen por motivo de vacaciones, seguido de un 11% por negocios, un 8% por estudios en la ciudad, un 7% interesada en la religión, un 6% por visitas de amigos y/o familiares, un 3% por deporte y por ultimo un 4% que vienen por otros motivos dentro de la ciudad .(véase tabla y grafico n°4, de las encuestas sobre Motivo del Viaje.)

Tabla 17. Motivo del Viaje

Motivo	Frecuencia	Porcentaje
Estudio	10	8%
Negocio	14	11%
Vacaciones	77	61%
Deporte	4	3%
Religion	9	7%
Visitas Amigos/Familiares	7	6%
Otros	5	4%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 23. Motivo del Viaje



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, permite analizar que aun cuando las personas visiten la ciudad, por motivos de vacaciones, se pueden incluir nuevos paquetes con planes que permitan que el destino sea mucho más atractivo a la vista de los turistas.

En cuanto al tiempo de permanencia de los turistas que visitan la ciudad, se pudo observar que el 39% de los visitantes, perduran entre 1 a 3 días, seguido de un 29% que equivale de 1 a 7 días, continúan con un 15% de las visitas que se alargan más de un mes, seguido de un 11% que corresponde a las visitas que van de 1 a 3 semanas, continúan con un 4% de visitantes que pernoctan un mes en la ciudad, y por ultimo con un 2% las personas que solo visitan, un día en la ciudad. (Véase tabla y grafico n°5, de las encuestas sobre Tiempo de permanencia en la Ciudad).

Tabla 18. Tiempo de Permanencia en la Ciudad

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
1 día	3	2%
1-3 días	49	39%
1-7 días	36	29%
1-3 semanas	14	11%
1 mes	5	4%
Mas de 1 mes	19	15%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 24. Tiempo de Permanencia en la Ciudad



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Por lo mencionado anteriormente, se puede ofrecer un paquete que incluya mínimo 3 días, máximo 7 días, de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas, lo que equivale a una ruta turística que cubra con las necesidades de los turistas, ya que posee con un máximo de tiempo, para lograr cumplir con los objetivos.

La opinión de los turistas es muy importante para determinar cuál es la inclinación de estos frente al turismo que les gustaría realizar en la ciudad, por lo que se determinó según los resultados de las encuestas de que un 41% se motiva con lo cultural, seguido de un 26% con motivaciones religiosas, continuando con un 17%, que corresponde a turismo ecológico, luego de un 10 % que se inclina por el turismo deportivo, y finalizando con un 5 % que viene por turismo médico. (Véase tabla y gráfico n°6, de las encuestas sobre Tipo de turismo que le gustaría realizar en la ciudad).

Tabla 19. Tipo de turismo que le gustaría realizar en la ciudad.

Tipo de Turismo	Frecuencia	Porcentaje
Ecologico	22	17%
Religioso	33	26%
Deportivo	13	10%
Medico	6	5%
Cultural	52	41%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 25. Tipo de turismo que le gustaría realizar en la ciudad.



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

En cuanto al tipo de turismo a ofrecer, se tiene una gran ventaja teniendo en cuenta de que predomina lo cultural y religioso según los resultados de las encuestas, lo que permite que se pueda realizar el proyecto por la gran acogida que tendría.

En cuanto a conocer el patrimonio arquitectónico y religioso de la ciudad el 89% de los encuestados dijo que le interesaría mucho conocerlos, el 10% le interesa poco la temática ofrecida, y culminamos con solo un 2% que son indiferentes al tema. (Véase tabla y gráfico n°7, de las encuestas sobre Conocer el patrimonio arquitectónico y religiosos de la ciudad).

Tabla 20. Conocer el patrimonio arquitectónico y religiosos de la ciudad

¿Conoce patrimonio religioso y arquitectónico?	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	112	89%
Poco	12	10%
Le es indiferente	2	2%
No	0	0%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 26. Conocer el patrimonio arquitectónico y religiosos de la ciudad



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas

Lo anterior, refleja de que el tema de la riqueza cultural e arquitectónica que posee la ciudad no es indiferente a los turistas, que por el hecho de no promocionárselo no se excluyen a la posibilidad de brindarles este producto turístico, como un valor agregado a la oferta actual.

El hecho de promocionar la ciudad desde el punto de vista religioso, llevo al resultado de que los encuestados respondieron con 72%, que si se suman a esta propuesta, y solo un 28% no les llama la atención este tipo de turismo. (Véase tabla y grafico n°8, de las encuestas sobre Cartagena como Turismo Religioso).

Tabla 21. Cartagena como Turismo Religioso.

¿Visitaría a Cartagena como una propuesta de turismo religioso?	Frecuencia	Porcentaje
Si	91	72%
No	35	28%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 27. Cartagena como Turismo Religioso.



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior refuta la posibilidad de diversificar la ciudad, desde otra perspectiva que es muy reconocida y amplía a nivel mundial y que permite el crecimiento para la ciudad.

Teniendo en cuenta el inventario turístico, Cartagena posee en su centro histórico 9 edificaciones religiosas, por lo que se pudo observar detalladamente, el conocimiento de nuestros visitantes acerca de esta interrogante, se obtuvo: que el 52% ven pero no conoce a profundidad, el 35% dijo que definitivamente no saben del tema, algunas personas con el 13% dijo que si conocen, y solo el 1% le es indiferente el tema. (Véase tabla y grafico n°9, de las encuestas sobre Iglesias que posee la Ciudad)

Tabla 22. Iglesias que posee la Ciudad

¿Conoce cuantas iglesias posee la Ciudad?	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	13%
No Conoce	65	52%
Le es indiferente	1	1%
No	44	35%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 28. Iglesias que posee la Ciudad



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, manifiesta que es una debilidad por la que atraviesa la ciudad, y se puede convertir en una fortaleza, siendo este un tema para ampliar en la ruta turística religiosa.

Teniendo en cuenta la historia que encierra cada una de estas iglesias, el 62% de los encuestados respondió de que les gustaría conocer más acerca de estas edificaciones, el 30% se interesarían mucho en el tema, el 6% les gustaría conocer poco del tema, y solo el 2% no les interesa la temática propuesta. (Véase tabla y grafico n°10, de las encuestas sobre Historia de Cada Iglesia).

Tabla 23. Historia de Cada Iglesia

¿Le gustaría conocer las historias de cada iglesia?	Frecuencia	Porcentaje
Si	78	62%
Mucho	38	30%
Poco	7	6%
Le es indiferente	0	0%
No	3	2%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 29. Historia de Cada Iglesia



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Se deduce, que esta debilidad es simplemente falta de diversificación porque los turistas según las encuestas están interesados en conocer las historias culturas e infraestructuras religiosas a profundidad.

Promocionar bien el proyecto determina el éxito del mismo por lo que se procedió a conocer la opinión de los visitantes los cuales dijeron que 48% les gustaría recibir información por medio de agencias de viajes, el 43% por medio del internet que integra las redes sociales, un 4% a través del aeropuerto, luego con un 3% que corresponde a la radio, y culminando con un 2% a la televisión. (Véase tabla y grafico n° 11, de las encuestas sobre Medio por el Cual se brindaría información de la ruta).

Tabla 24. Medio por el Cual se brindaría información de la ruta.

¿Atraves de que medio le gustaría recibir información sobre esta ruta?	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de Viaje	61	48%
Aero Puerto	5	4%
Internet	54	43%
Television	2	2%
Radio	4	3%
Redes Sociales	0	0%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 30. Medio por el Cual se brindaría información de la ruta.



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, se convierte en una ventaja para el proyecto porque se conoce el medio por el cual los visitantes les gustaría recibir, información de esta ruta turística religiosa.

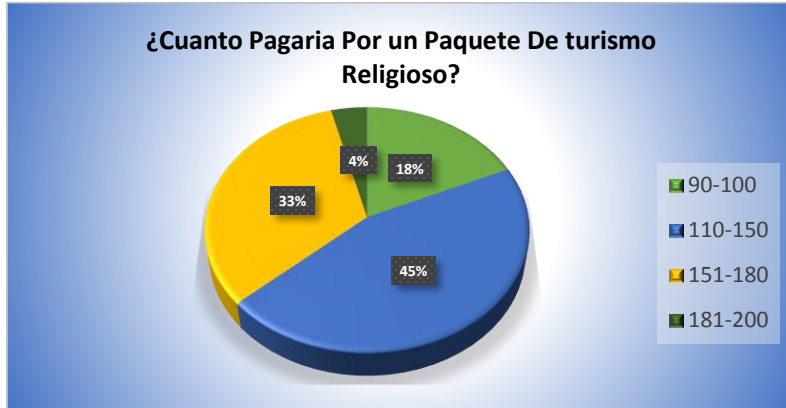
Con el objetivo de conocer cómo se puede ser competitivo dentro del mercado, se procedió a ofrecer un paquete turístico todo en uno, lo cual arrojó que el 45% de los encuestados estaría dispuestos a pagar de \$110.000 a \$150.000 pesos, el 33 % dijo que pagarían de \$151.000 a \$180.000 pesos, luego el 18% dijo de que cancelarían de \$90.000 a \$100.000 pesos, y solo el 4% cancelaría de \$181.000 a \$200.000 pesos. (Véase tabla y grafico n°12, de las encuestas sobre Monto que pagaría por un paquete turístico todo incluido).

Tabla 25. Monto que pagaría por un paquete turístico todo incluido.

Monto que desea pagar por un paquete de 3 días todo incluido	Frecuencia	Porcentaje
90-100	23	18%
110-150	57	45%
151-180	41	33%
181-200	5	4%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 31. Monto que pagaría por un paquete turístico todo incluido.



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Los datos suministrados anteriormente, permiten analizar que el paquete que se ofrecería entraría al mercado con valor que oscile entre \$110.000 y \$180.000 pesos, por lo que sería un precio equitativo y completo.

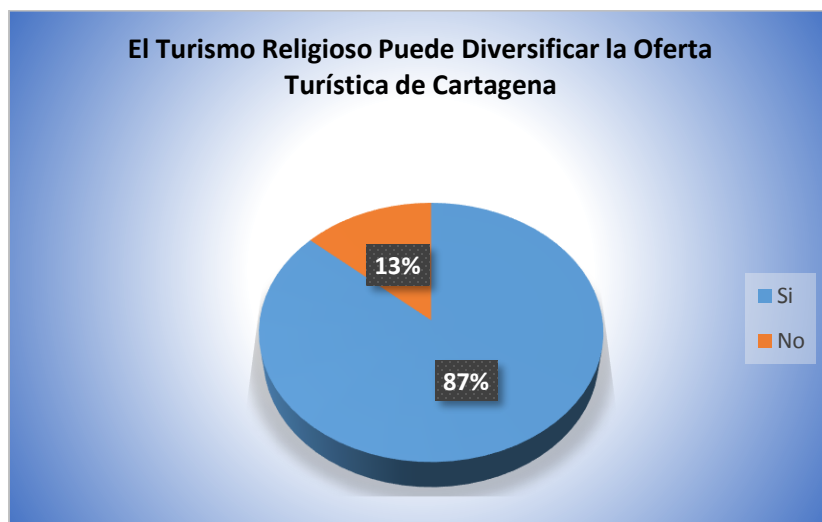
El tema de mayor relevancia dentro del estudio, radica en el turismo religioso como alternativa para diversificar la oferta turística de la ciudad, por lo que el 87% respondió que sí, se convertiría en una nuevo paquete a ofertar en la ciudad por el tema de las infraestructuras religiosa, el legado, y múltiples historias de las mismas, y solo el 13% considera que no, porque la ciudad no es vista como un turismo religioso sino como un turismo de sol y playa, calles, e historias. (Véase tabla y grafico n°13, de las encuestas sobre Turismo religiosos como alternativa de la oferta turística).

Tabla 26. Turismo religioso como alternativa de la oferta turística.

¿Cree que el turismo religioso se puede convertir en una alternativa para diversificar la oferta turística de la Ciudad?	Frecuencia	Porcentaje
Si	109	87%
No	17	13%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 32. Turismo religioso como alternativa de la oferta turística.



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, permite innovar en la oferta turística de la ciudad, ya que se considera que el turismo religioso es una nueva de los paquetes turísticos existentes.

Conocer si dentro del mercado, ya se ofrecen paquetes de turismo religioso desde cualquier experiencia fue un objetivo a plantear, lo que se conoció por los resultados de las encuestas de que el 100% de los encuestados durante sus estancias y adquisición de los planes en la ciudad, no le ofrecieron paquetes relacionados con el tema religioso. (Véase tabla y grafico n°14, de las encuestas sobre Le han ofrecido, Paquete Turístico Religioso)

Tabla 27. Le han ofrecido, Paquete Turístico Religioso.

¿Le han ofrecido algún paquete turístico de turismo religioso en la Ciudad?	Frecuencia	Porcentaje
Si	126	100%
No	0	0%
Total	126	100%

Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Gráfica 33. Le han ofrecido, Paquete Turístico Religioso.



Fuente: Datos Suministrados Por Los Turistas.

Lo anterior, refuta la idea de incursionar en este tipo de turismo porque es relativamente nuevo en el mercado y puede crear competitividad en el mismo.

En efecto, la ciudad cuenta con una infraestructura adecuada para ofrecer este tipo de turismo, teniendo en cuenta que no solo ofrece playas, hoteles, discotecas entre otros sino también iglesias, templos y santuarios lo cual está lleno de historia y espiritualidad.

Según datos encontrados en artículos de periódicos de la ciudad, se dice que Cartagena se convierte en uno de los destinos turísticos, perfecto e ideal para disfrutar en familia en cualquier época del año, pero esta cualidad aumenta más en épocas de Semana Santa por la oferta de turismo religioso que ofrece la ciudad, La majestuosidad arquitectónica de las iglesias es uno de los atractivos turísticos más importante que le brinda el destino a todos sus visitantes. (Caro, Ledis, 2017)

Cartagena de Indias últimamente se ha posesionado como un destino turístico de crecimiento para Colombia, por lo que muchas entidades, como Corporturismo, Epa, los gremios de la ciudad como Cotelco, Asotelca, Anato, y Fenalco, y de entidades como la Cámara de Comercio de Cartagena, el Puerto de Cartagena y el Cartagena de Indias Convention Bureau, los

cuales junto con el Ministerio de Comercio, Pro Colombia y el Fon tur (Corporación Turismo Cartagena de Indias[Z.S.F], 22 de marzo de 2016), velan por el crecimiento, cumplimiento y desarrollo del turismo local, lo que ha proporcionado más visitas de nacionales y extranjeros debido a la buena promoción de la calidad de los servicios y productos que se ofrecen en la misma.

Una de las principales características que poseen estos destinos a nivel nacional e internacional es el trato que se le brinda al turista, con el fin de garantizar de que este se enamore del destino y garantice su regreso, y de tal manera se recomiende a otros peregrinos a conocer las tradiciones religiosas, catedrales, y demás, que hacen parte de este tipo de turismo.

Cartagena posee nueve iglesias en el Centro Histórico, las cuales forman parte del patrimonio que es un orgullo de todos los colombianos.

- Iglesia Santísima trinidad de Getsemaní.
- Iglesia Tercera orden: Getsemaní.
- Iglesia San roque: Getsemaní.
- Iglesia San Pedro Claver.
- Catedral de Santa Catalina De Alejandría, frente a la Gobernación de Bolívar.
- Iglesia Santo Domingo.
- Iglesia Santo Toribio de Mogrovejo, en San Diego.
- Iglesia Ermita del Cabrero.
- También cuenta con la Iglesia del Convento de la popa, en la cima del cerro la popa,

convertida en el gran mirador por excelencia de la ciudad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior a continuación se muestran las historias que guardan cada una de las iglesias que corroboran la información proporcionada:

3.8. Iglesia San Pedro Claver

Esta iglesia y su convento están ubicados en la Plaza de San Pedro Claver. El templo fue construido a principios del siglo XVIII que fue llamado inicialmente de San Ignacio de Loyola y después se denominó como iglesia de San Juan de Dios. En el año 1988 la iglesia fue restaurada y en 1921 se añadió la actual capilla la cual además de ser históricamente representativa, es un punto de referencia muy importante desde varios lugares de la ciudad e incluso desde el mar. (Virtual Cervantes, 19917-2017).

Su arquitectura corresponde al estilo llamado “jesuítico” denominado predicación. Gran parte de la fachada fue labrada en piedra de la isla de Tierra Bomba, y en su interior, en la parte inferior del altar mayor de mármol importado de Italia por el obispo Eugenio Biffi, reposan las reliquias del titular, en una urna de bronce dorado y cristal, regalo del Papa León XIII, una de las cosas más interesantes a descubrir son el museo con obras de arte fabuloso y el claustro que está lleno de árboles enormes. San Pedro Claver es el nombre de un gran partidario para el derecho de los esclavos, su estatua fue tallada por el artista Enrique Grau en su honor. Los restos de San Pedro Claver se conservan en una alta justo dentro de la iglesia, también fue conocido como el Apóstol de los Negros. Se puede visitar su habitación la cual está situada cerca de las escaleras que conducen al monasterio, lo que ahora se conoce como la capilla. Se requiere una visita a la iglesia de San Pedro Claver para los que aprecian la historia de la ciudad de Cartagena. (Cotelco, np)

La catedral de San Pedro Claver no solamente es una joya arquitectónica colonial sino que su importancia histórica y religiosa hace que sea uno de los sitios emblemáticos de la ciudad de

Cartagena. Sus alrededores y localización hacen de este hermoso edificio el más visitado del recinto amurallado.

3.9. Iglesia santo Toribio

Es la iglesia parroquial del barrio colonial San Diego y está al lado de la plaza Fernández Madrid. Su nombre completo es santo Toribio de Mogrovejo y es otra auténtica muestra de la arquitectura colonial aplicada en los templos religiosos del siglo XVIII. Aunque de pequeña proporciones, es acogedora y bella en su interior, donde se destaca el hermoso trabajo artesanal del altar mayor, tallado en laca negra y recubierta en lámina de oro. Fue la última iglesia en levantarse durante la época colonial. Su obra se debe al obispo de la ciudad, don Gregorio de Molledo y Clarke. (Guía Todo, 2016).

La construcción de esta iglesia comenzó en el año 1666, bajo el nombre de Santo Tomás de Villanueva, cuando era gobernador de Cartagena don Benito de Figueroa y Barrantes. La construcción, que había sido comenzado por Antonio Sanz Lozano, quedó parada en la fase de los cimientos, hasta que don Gregorio de Molledo y Clarke descubrió los vestigios y considerando la necesidad del templo reanudó la obra sobre parte de las viejas bases.

Durante la colonia este templo contenía muy bellas imágenes antiguas, fue muy importante y alagada por la aristocracia cartagenera. Entre sus reliquias aún se conserva el retablo principal, que es la única pieza barroca religiosa de Cartagena. En su interior también pueden apreciarse algunas pinturas murales, que sobrevivieron a la cubierta de cal; y el altar mayor de estilo barroco, restaurado a fines del siglo XIX y redorado el año de 1953 por el maestro Emiliano Luque García. (Guía Todo, 2016).

En el templo también se encuentra una pieza curiosa conservada en una urna cubierta con un vidrio. Se trata de la bala que fue lanzada durante el ataque del almirante Vernon al interior del templo, cuando se celebraba la misa del 27 de abril de 1741, día de Santo Toribio Alonso de Mogrovejo. La bala cayó en medio de los feligreses, sin causar heridos ni daños, lo que se considera por los creyentes como un acto divino. Por ello, la bala se conserva como memoria de la misericordia de Dios. (Cotelco, np)

3.10 Templo la Catedral

La catedral está ubicada sobre la Plaza de la Proclamación, y tiene una fachada lateral sobre la calle de los Santos de Piedra, cuyo nombre hace referencia a las esculturas que decoraban anteriormente el principal templo de Cartagena de Indias.

Esta obra religiosa tiene especial importancia tanto para los cartageneros, ya que en su entorno se levantó el antiguo barrio de la catedral, como para los visitantes, por su valor artístico e histórico.

La catedral de Cartagena de Indias fue construida entre los años 1577 y 1612, reemplazando a una modesta iglesia de madera y cañas. La estructura original de la catedral se ha conservado casi sin modificaciones, con excepción de algunos cambios en los techos de las naves laterales, que originalmente fueron de azotea y después de tejas, y la supresión de parte del coro y de la sala capitular. Estas transformaciones se llevaron a cabo durante el arzobispado del prelado Pedro Adán Brioschi (1898-1943). (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

En su interior destaca un admirable púlpito en mármol, de estilo florentino, con esculturas en altorrelieve de los cuatro evangelistas: San Marcos, San Juan, San Mateo y San Lucas. Así

mismo, sobresale el altar mayor, elaborado en madera dorada, cuyo retablo recuerda el de la catedral de México.

Entre las imágenes antiguas de la catedral sobresale la de Santa Catalina, empuñando una espada, que según se dice perteneció al aguerrido comandante Blas de Lezo, quien derrotó al agresor Vernon.

Esta iglesia hizo escuela no solamente en la misma Cartagena, sino que también sirvió de modelo para otros templos que se levantaron posteriormente en otras ciudades vecinas a «la Heroica. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

3.11. Templo y convento de Santo Domingo

Esta hermosa iglesia está localizada en el ángulo que forma la plaza de Santo Domingo y el callejón de los Estribos. La diócesis de Cartagena fue erigida cuando apenas hacía un año de la fundación de la ciudad. A partir de entonces, comenzaron a construirse templos e iglesias, como demostración de la misión evangelizadora de los religiosos venidos de España.

Este es el templo más antiguo de Cartagena, cuya construcción se terminó en 1559, gracias a los esfuerzos del obispo de la diócesis, Fray Jerónimo de Loayza. Sin embargo, la construcción no se realizó de manera continua y regular, debido a lo costoso de la obra y a la constante penuria de los frailes dominicos. Por lo menos su edificación registra cinco etapas diferentes. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

Su construcción se realizó a finales del siglo XVI, es la primera iglesia construida en Cartagena de Indias lo que la hace la más antigua de la ciudad. Como primera medida el convento fue hecho de paja y funcionada en la actual Plaza de los coches, hasta que hubo un

incendio en la ciudad que destruyó por completo el convento y fue instaurado en el lugar que ocupa hoy en día.

En el año 1588, dos años después del asalto a la ciudad por parte de Francis Drake fue concedida una limosna de 500 pesos para poder hacer las reparaciones pertinentes al edificio que no fue demasiado afectado por el ataque. Esta hermosa iglesia está localizada en el ángulo que forma la plaza de Santo Domingo y el callejón de los Estribos. La diócesis de Cartagena fue erigida cuando apenas hacía un año de la fundación de la ciudad. A partir de entonces, comenzaron a construirse templos e iglesias, como demostración de la misión evangelizadora de los religiosos venidos de España.

Este es el templo más antiguo de Cartagena, cuya construcción se terminó en 1559, gracias a los esfuerzos del obispo de la diócesis, Fray Jerónimo de Loayza. Sin embargo, la construcción no se realizó de manera continua y regular, debido a lo costoso de la obra y a la constante penuria de los frailes dominicos. Por lo menos su edificación registra cinco etapas diferentes. En su fachada destaca su portada, que consta de dos cuerpos de columnas de orden dórico rematadas por un frontón, al estilo del renacimiento español de los finales del siglo XVI; y cuenta con dos torres. En 1739, la torre del lado del Evangelio sufrió severos daños durante el ataque del almirante Vernon a Cartagena.

La iglesia consta de una gran nave central acompañada de capillas laterales. En su interior sobresale el arco chato del coro; las lápidas sepulcrales del pavimento, actualmente cubiertas con ladrillos; así como el altar mayor de estilo moderno, tallado en mármol y procedente de Italia, según proyecto del arquitecto Gastón Lelarge. Entre sus imágenes religiosas destaca el Cristo de la Expiración.

La iglesia de Santo Domingo cuenta también con un convento, cuyo claustro es de imponente elegancia y data del siglo XVII. Este convento fue testigo de las vigiliyas y trabajos que soportó el padre Fray Braulio de Herrera, el misionero católico y prior del convento de Santo Domingo, al tratar de engrandecer su misión apostólica en esta ciudad. El convento también sirvió de centro de reclusión durante la temprana República. En efecto, a principios de 1864 llegó a Cartagena desterrado por el general Mosquera, el Arzobispo de Bogotá, don Antonio Herrán, a quien las autoridades le dieron por cárcel las celdas del convento de Santo Domingo. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

3.12. Templo de la Tercera Orden

Esta iglesia está ubicada en la esquina de la calle Larga que colinda con la plaza de la Independencia, en el antiguo barrio de Getsemaní. Es católica y sus puertas están abiertas para dar misa a todos los asiduos visitantes y a los turistas que día a día, llegan a la ciudad. Tiene un altar muy lindo y en sus paredes, algunas imágenes de santos y ángeles. Por muchísimos años, era el lugar donde se les daban a los militares sus honores antes de ser sepultados

Su construcción se realizó entre los años 1730 y 1735, gracias al empeño del gobernador Antonio de Salas, y hacía parte del complejo religioso del convento de San Francisco, compuesto por la iglesia de San Francisco (teatro), el claustro muy bien conservado y este sencillo templo. Hacia el año 1954 su interior fue restaurado, con gran acierto, al decir de los expertos. Sin embargo sus campanas, que congregaron al pueblo cartagenero a celebrar la Independencia el 11 de noviembre de 1811, fueron desmontadas.

Al visitar esta iglesia de la Orden Tercera no se puede dejar de apreciar la gran lápida barroca del panteón de la Venerable Hermandad Tercera, ya que es de un interés artístico indiscutible. Esta iglesia, como la de San Francisco y la de la Trinidad, son del tipo de edificación sencilla y de adusta apariencia exterior. La idea era invertir un mínimo de arquitectura y un máximo de decoración, aplicada o mobiliaria, y de ser posible, colocar una techumbre de madera, similar a la que cubría el interior de los salones de las casas señoriales. En la fachada se pueden observar sencillas portadas y una ventana central coronada con un frontón, es una bella iglesia que día a día llegan turistas y personas nativas a realizar sus respectivas actividades. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

3.13. Templo y Convento de la Santísima Trinidad

Terminados los trabajos de la iglesia de la Santísima Trinidad, fundada en 1643, y costeadas con los dineros del Cabildo secular de la ciudad, inmediatamente la plaza tomó el nombre que actualmente conocemos. Pero años más tarde, cuando Cartagena asumió la personería de sus derechos de ciudad libre e independiente de la corona española, como dicha plaza constituía el lugar de cita de los patriotas de Jí maní que tomaron parte en las gloriosas jornadas del 11 de noviembre, el Cabildo dispuso que la plaza llevara el nombre de “La Libertad”, en testimonio de los esfuerzos que los habitantes del barrio desplegaron en beneficio del movimiento emancipador del año de 1811. En el célebre atrio de la Iglesia, los oradores de entonces dejaron oír su palabra encendida y revolucionaria. Entre ellos merece recordarse al doctor Ignacio Muñoz, yerno del prócer Pedro Romero, a quien la ciudad, como a muchos otros patriotas, mantiene colocado en el ángulo de la más irritante indiferencia.

En la misma mitad de la plaza existió un pozo de agua dulce que fue cegado allá para el año de 1860. Esta iglesia, situada en el barrio de Getsemaní, fue erigida hacia el año 1600. Está dedicada a la Santísima Trinidad.

A principios del siglo XVII, el obispo de Cartagena presentó al monarca español una petición para construir un templo en el arrabal de Getsemaní, argumentando la necesidad de que tan populoso barrio tuviese una parroquia, pues por estar fuera de la ciudad amurallada, sus habitantes estaban muy lejos de la catedral y de las bendiciones de la iglesia católica.

Se llama así desde 1643, año en que la Iglesia de la Santísima Trinidad fue terminada de construir. Tiempo después, siendo Cartagena independiente de la Corona Española, el Cabildo dispuso que se le llamara Plaza de la Libertad, en honor de los habitantes del barrio Getsemaní que se congregaban en dicha plaza y quienes participaron el 11 de noviembre de 1811 en la revolución que traería como consecuencia la firma del Acta de Independencia. También se cuenta que desde el propio atrio de la iglesia los caudillos exhortaban al pueblo enardecido, Esta demanda fue respaldada por el capitán Julio Evangelista, vecino del barrio, quien ofreció subvencionar la obra, a condición de que se le diese el derecho de patronato con facultad de administrarlo a sus herederos.

La iglesia de la Trinidad es un templo de tres naves separadas por columnas de fuste que sostienen sendos arcos de medio punto. Las techumbres de las naves y el presbiterio están ornamentadas con artesonados estilo mudéjar.

Tiene esta iglesia un retablo del Purgatorio repintado por Pedro Tiburcio Ortiz Aleix en el año 1868, cuyo rasgo distintivo es que en lugar de estar representada la Virgen María presenta una imagen del arcángel San Miguel.

La portada, de dos cuerpos, es de extrema sencillez, en tanto que el último tramo de la nave del Evangelio, ocupado por una pesada torre-campanario, recuerda el de la iglesia de Santo Domingo. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

3.14. Ermita El Cabrero

Esta iglesia fue construida debido a una visión de la esposa del reconocido presidente colombiano Don Rafael Núñez. Está ubicada enfrente de la residencia Núñez (Museo de Rafael Núñez) el cual se encuentra en unos de los vecindarios de más alta categoría llamado El Cabrero. Está a solo cuatro minutos de la Ciudad Amurallada. El Sr. y la Sra. Núñez están enterrados en esta iglesia. Construida en 1885, la ermita del Cabrero de la Dama de Mercedes fue una idea de Doña Soledad Román con el fin de realizar un deseo religioso. Podemos ver también el parque Apolo donde se encuentra el monumento de Rafael Núñez y también la casa de Rafael Núñez justo al otro lado de la calle. Eduardo Lemaitre junto con el artista Francisco Cano fueron los creadores del monumento a Rafael Núñez en 1922. Luego en 1994, en el primer centenario de la muerte de Rafael Núñez, el parque Apolo fue creado en su honor. Núñez se muestra yendo con el manuscrito de la constitución colombiana de 1886 bajo su brazo observando la iglesia de Mercedes en el barrio del Cabrero. En esta capilla reposan los restos de Rafael Núñez, escritor, poeta, cuatro veces presidente de la República y autor de la letra del Himno Nacional. (Cartagenacaribe.com, 2015)

3.15. Convento de la Popa

El convento, el claustro y la capilla de Nuestra Señora de la Candelaria de la Popa están localizados en la cima del cerro de la Popa, en Cartagena.

El complejo religioso data de 1607, cuando se levantó la primitiva capilla de madera y palma de la Popa, gracias a las prédicas del fraile agustino descalzo Fray Vicente Mallol.

Un año después fue construido el convento, llamado inicialmente de Santa Cruz y, después, se le dio el nombre de la Popa, por tener la forma de una galera, cuya popa es la extremidad donde yace actualmente la iglesia.

Un rico napolitano, don Fabricio Sánchez, costeó los gastos, y una vez cumplidos los trámites eclesiásticos y civiles de rigor, fue nombrado como superior del convento de la Popa a Fray Alonso de la Cruz Paredes, de la orden de los Agustinos Recoletos. Durante la República, los agustinos fueron obligados a abandonar el convento y éste quedó abandonado hasta que fue utilizado como cuartel. En efecto, al entrar las tropas libertadoras a Cartagena, Bolívar se instaló allí con su regimiento. La tradición cuenta que una bala de cañón, disparada desde el castillo de San Felipe, pasó a escasos centímetros de la cabeza del Libertador, que estaba asomado en una ventana del piso alto del convento. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017)

Luego, en 1961 el convento y la ermita fueron devueltos a los agustinos. Actualmente el convento es sede del Museo Religioso, que se puede visitar junto con el formidable claustro.

En el mes de febrero se celebra la fiesta de la Virgen de la Candelaria de La Popa. Desde la madrugada del 2 de febrero, multitudes de devotos realizan una peregrinación a pie a la cima del cerro de la Popa.

El Cerro de La Popa es un buen sitio para apreciar la Ciudad Heroica de lejos, con una hermosa vista que cubre el Mar Caribe, la Isla de Tierra Bomba, el sector turístico, el centro amurallado, La Boquilla, la zona norte y la ciudad en general.

En tiempos de la Colonia a sus alrededores había haciendas, estancias y pesquerías. El Cabildo de Cartagena de Indias consideró necesario fundar un convento en la cima del Cerro de

La Popa para los feligreses de la zona, quienes colaboraron en el desmonte y limpieza del área (esto ocurrió a comienzos del siglo XVII). Con colectas se recogió para montar una capilla de madera con una choza al lado, Fue usado como cuartel y fortín durante la Independencia y las guerras civiles del siglo XIX. Por leyes políticas fue abandonado a su suerte hasta que en 1964 lo restauraron los religiosos agustinos. Hoy en día es uno de los sitios más visitados de Cartagena de Indias.

A esta mansión ubicada en la Plaza de Bolívar se le conoce como el Palacio de la Inquisición, ya que allí funcionó el Tribunal del Santo Oficio, que dictaba los autos de fe, contra los presuntos herejes.

En efecto, por real cédula de Felipe III, el 8 de marzo de 1610 se estableció en Cartagena de Indias el Tribunal de la Inquisición, constituido por dos inquisidores, un fiscal, empleados de secretaría y alguaciles. Durante dos siglos funcionó, hasta que a raíz de la Independencia fue suspendido temporalmente. Después del sitio de Cartagena en 1815 fue restituido para ser completamente abolido en 1821 al consolidarse la República. (Centro Virtual Cervantes, 1997-2017).

Capítulo IV

5.1. Estrategias de Mercado para la Propuesta

5.1.1. Concepto De Servicio. El servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre sí y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios, es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente generalmente es intangible. (Administración del Mantenimiento, 2015).

La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado al cliente.
- Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado al cliente.
- La entrega de un producto intangible.
- La creación de una ambientación para el cliente.

5.1.2. Definición de Calidad en el Servicio. Satisfacer de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por las que nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos.

- El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

5.1.3. Diseño De Las Estrategias, Sistemas, Políticas Y Procedimientos De Calidad.

5.1.3.1. Sistemas. Diseño de los sistemas de operación, tanto en la línea frontal de atención a los clientes, como las tareas de soporte y apoyo a los frentes de contacto con el cliente.

5.1.3.2. Políticas y procedimientos. Consolidar políticas y procedimientos de las distintas áreas de la empresa, enfocadas a reforzar las prácticas de calidad del servicio. Este punto es muy importante dado que debe favorecer la agilidad de respuesta y el sano control de los recursos utilizados en la entrega de los servicios. (Administración del mantenimiento, 2016)

De acuerdo a todo lo anterior, entre las estrategias de servicio cabe destacar que el objetivo principal es satisfacer las necesidades de los turistas, y alcanzar con esto la perdurabilidad del servicio y por ende que el cliente se fidelice con el producto ofrecido, siendo así, entre las principales estrategias que se pueden ofrecer, están las siguientes:

- ✓ Lo primordial es formar un equipo de trabajo excelente que se sientan bien con lo que hacen y cómodos en su lugar de trabajo, ya que dependiendo como se sienten los trabajadores, así lo reflejarán en la atención prestada a los visitantes y la calidad del servicio será óptima.
- ✓ Resolver las quejas y peticiones de los turistas es un punto importante para tener en cuenta, ya que esto permite que el servicio sea de calidad y por ende que el turista se sienta importante para la empresa que le preste el servicio, y de este modo se garantiza que vuelva a pedir el servicio, lo que genera la fidelización.
- ✓ Admitir cuando se genere un error, en el servicio prestado, es otro punto importante, porque permite que se mejore el servicio y se busquen las estrategias necesarias para satisfacer las necesidades del cliente/ turista.

✓ Promocionar las estrategias de servicio en la página web, agencias de viaje, internet o cualquier recurso que se utilice para hacerle publicidad a la empresa, juega un punto importante, teniendo en cuenta de que esta estrategia permite que el cliente interactúe y califique el servicio y de esta manera otros puedan ver y ratifiquen el servicio de modo que los demás quieran venir a conocer y hacer parte de este proyecto.

✓ Tener en cuenta al cliente, y sea por medio de correo electrónico, Agencia de viaje, teléfono, se convierte en una estrategia importante para tener en cuenta al cliente en sus fechas especiales, con el fin de que el turista sienta que es importante para la empresa y de esta manera decida volver.

✓ Definición de valor que se desea para los clientes. El valor como principal motivador de la decisión de compra y por lo tanto como la posición competitiva que se sustentara en el mercado. (Administracion del mantenimiento, 2016).

✓ Teniendo en cuenta lo anterior, Otro aspecto a tener en cuenta, es la persona que ofrecerá la guianza, ya de dependiendo la forma, el conocimiento, logra transmitir una buena experiencia para el peregrino.

✓ La seguridad es lo principal por ende es indispensable que se garantice, para que el recorrido sea satisfactorio, por otro lado es indispensable, lograr mirar más allá de lo que poseemos lograr que se conozca la riqueza cultural, que tienen nuestras iglesias, y personajes de la historia del lugar que se está visitando. Y teniendo en cuenta todo lo anterior conocer las demás culturas nos hace brindar un servicio de mayor calidad porque se pueden saber las costumbres y creencias de ellos, y por ultimo lo más importante es resaltar lo más importante de cada sitio que posee Cartagena en cuanto turismo religioso se habla, por lo que dependiendo de lo que se diga de esa manera lograremos fidelizar y lograr el reconocimiento de cada lugar y el

destino como tal , con el fin de capturar la atención del turista y lograr el regreso próximo de este y muchos más.

✓ La ciudad de Cartagena se ha venido preparando día a día para mantener su desarrollo sostenible como destino turístico y su competitividad frente a otros sitios del Caribe y de América Latina, el año pasado su Centro Histórico, San Diego y Getsemaní fueron certificados por el Icontec la entidad certificadora de calidad en Colombia como un destino sostenible de turismo, lo que representa un importante avance para que esta parte representativo de la ciudad no solo se conserve para el turismo y para los habitantes de Cartagena, sino también para que se desarrolle de manera armónica frente a los tiempos modernos y ante la convivencia entre el turismo y la vida cotidiana. (Zully Salazar, marzo 22 del 2016)

✓ Un aspecto que resalta el estudio es la importancia de la sostenibilidad del turismo como principio de todas las actuaciones dado el impacto que este sector genera en lo social, en lo económico y en lo ambiental, lo que también es atractivo para los peregrinos teniendo en cuenta que genera la impresión de que el destino es responsable con el medio ambiente, las alteraciones ecológicas actuales, las culturas y las generaciones futuras.

✓ La ciudad, cuenta con establecimientos hoteleros muy bien ubicados, algunos en el sector del laguito, en Boca grande, en el Centro amurallado, Crespo, lo que es estratégicos con la rentabilidad y sostenibilidad que hace más competitivo a Cartagena, este gran número de hoteles que pueden ofrecer a los turistas varias alternativas de acuerdo a sus posibilidades económicas, también incluyéndolo con las diferentes iglesias y conventos lo cual son visitados por los turistas en las temporadas del año.

Imagen 29. Estrategias de Promoción



Fuente: Tomadas de Google.

Las anteriores estrategias, fortalecen el servicio ofrecido en la ruta de turismo religioso plateada en Cartagena, con el fin de que las personas no se queden solamente en una experiencia que tuvieron, sino que decidan volver y recomendarlo.

5.1.3.3. Estrategia De Promoción. Es importante apropiarse del concepto y la riqueza que posee Cartagena, con el fin de que se puedan establecer las estrategias que permitan el crecimiento de la ciudad, teniendo en cuenta de que este tipo de turismo, permite la llegada de

peregrinos en temporadas bajas y altas, durante todo el año, pero en la ciudad, se observa, que se reciben en la mayoría de temporadas altas, por motivo de celebraciones conmemorativas o en su defecto por festividades religiosas, resaltando la existencia de algún santo que enaltezca en esa ocasión, y lo que se quiere es que se promuevan las visitas durante todo el año resaltando principalmente cada personaje de la historia que forma parte del turismo religioso y la cultura de la principal religión de Cartagena que es el Catolicismo, además, de las infraestructuras que se poseen y los legados de los mismos.

Para lograr esas constantes visitas, por este tipo de inclinación como lo es el turismo Religioso, es lograr satisfacer las necesidades y deseos de los peregrinos, turistas, o visitantes los cuales desean vivir experiencias nuevas es decir diversificar el producto existente, buscar la forma de que lo que ya se posee se pueda mostrar de tal manera que sea atractivo a la vista del cliente, y que resulte una vivencia productiva e inolvidable, este paquete debe movilizar al turista a inclinarse por esta experiencia, ya que es indispensable, ofrecerle hospedaje, transporte, seguridad, alimentación, y paquete todo incluido que permita que el recorrido sea atractivo, único, y satisfactorio, que destaque características, el valor agregado y el perfil católico de la población, es decir que marque la diferencia.

Es importante tener en cuenta, de que este tipo de turismo va dirigido a todo tipo de persona por lo que hay que manejar diferentes planes con el fin de cubrir las necesidades de todos, por ejemplo: para jóvenes algo más práctico, y para personas más adultas una experiencia inolvidable pero que irradie tranquilidad e espiritualidad.

Otra de las oportunidades que también se observan, entre los datos a tener en cuenta, se tienen, la accesibilidad a la ciudad, en realidad Cartagena no está preparada para personas con limitaciones físicas o discapacidades y es una muy buena estrategia para que el turismo religioso

ofrezca tranquilidad, movilidad y fidelice al turista teniendo en cuenta que la mayoría de las personas son adultas.

5.1.3.4. Marca Turística Cartagena de Indias. La Marca Ciudad es una estrategia para posicionar un territorio con sus potencialidades y aspiraciones, generada a través de la construcción colectiva y para fomentar a Cartagena de Indias en sus ámbitos empresarial, industrial, deportivo, cultural, social, y turístico, entre otros. Busca que, en un mundo globalizado y competido, un destino se pueda diferenciar de otros para atraer inversión, negocios y personas. Con la nueva Marca Ciudad de Cartagena de Indias, se busca reforzar la visión de ciudad experiencial y sensorial, reducir la idea de solo turismo (internacional), resaltar la experiencia personal por encima de lo arquitectónico, proyectar una identidad atractiva, atrapante, elegante y inspiracional, destacar el aspecto intangible y humano de la ciudad, mostrarse más sensorial, seductor y inspiracional, y demostrar la experiencia única de vivir una ciudad única. (Universidad Nacional de Trujillo, 2014)

La Marca Ciudad Cartagena de Indias, no es un sólo un logo; es todo un proyecto conceptual. Es el empoderamiento de nuestra ciudad, que la convirtamos en una ciudad de MARCA a través de sus mensajes y promesas. Este símbolo, (imago tipo y logotipo) uno de los componentes del proyecto Marca Cartagena de Indias, evoca sensación de infinitud gracias a sus trazos finos que se extienden hacia el cielo. La verticalidad potencia la solidez, unicidad exclusividad. Sus formas sinuosas e iluminadas, como un haz de luz o una estela, le proporcionan un toque onírico y inspiracional.

Imagen 30. Marca Ciudad de Cartagena



Fuente: Tomada de universidad de Trujillo

5.1.3.5. Atributos marca Cartagena de Indias.

Evocadora

Cartagena de Indias hace surgir historias, sensaciones y recuerdos en la imaginación de quien la visita. Por eso nuestro claim es “Once”.

Infinita

Cartagena de Indias es una joya eterna, y su lugar es la historia de la humanidad.

Relevante

Porque es la Joya del Caribe, la Puerta de las Américas y un importante destino para Europa. La ciudad más internacional de Colombia.

Auténtica

A lo largo de la historia es y ha sido fiel a sí misma. Una ciudad irrepetible.

Multi experiencial

Es un lugar vivo y para vivirlo, con multiplicidad de olores, sabores, sonidos, sensaciones.

Aspiracional

El carácter de la ciudad estaregnado de elegancia y “chic”. Es el lugar al que se está deseando ir (local) y al que se deseará volver (internacional).

Espontánea

El visitante nunca imagina lo que va a encontrar, porque Cartagena de Indias es un multideestino en un solo lugar, con multiplicidad de razas y caracteres.

Segura

En ella se puede caminar, comprar y disfrutar, porque su gente está acostumbrada a recibir al turismo. Históricamente ha estado protegida, y lo sigue estando.

Humana

El carácter de Cartagena de Indias es el de una ciudad costera y por ello se adapta mejor a la vida humana que una gran ciudad. Su ritmo es aquel de los que saben vivir el momento.

Caribeña

Porque está en el Caribe y es y se siente más Caribe. Por las playas de sus alrededores, por sus sabores. Por sus tiempos. (Universidad Nacional de Trujillo, 2014)

En efecto, lo anterior, se convierte en una motivación para que los turistas nacionales e internacionales, vean que la oferta turística y cultural de la ciudad, es reconocida y valorada, por lo que ofrece diversas formas, y estrategias para dar a conocer la ciudad, y los atractivos que la componen.

Así mismo, a pesar de que se posee con la infraestructura adecuada, la arquitectura religiosa de la ciudad, no ha sido promocionada de manera fortalecida por ninguno de los sectores privados y públicos, que siempre están en pro del desarrollo del turismo en la ciudad, un sector, que siempre está en constante crecimiento, algunas iglesias ofrecen guías o actividades

particulares a fin de mostrar su riqueza, cultural e arquitectónica, o a través de majestuosas festividades como las bodas en las mismas, no hay oficialmente rutas religiosas establecidas, que muestren las iglesias del centro histórico, lo que las deja por fuera durante los demás meses del año, por lo que solo se establecen recorridos o rutas religiosa en época de semana santa.

En este contexto, surge la propuesta de turismo religioso como alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena, lo que se quiere con esto es, fortalecer las rutas religiosas, y brindarle la revalorización de estas arquitecturas, como una oportunidad para conocer a gran escala la riqueza del patrimonio turístico, y cultural desde el punto de vista religioso.

La investigación se enfoca en cubrir esta debilidad, que existe en la oferta turística de la ciudad, en cuanto a recorridos religiosos, para los diferentes turistas que llegan a la ciudad, y fortalecer estos atractivos que para nuestro punto de vista es una gran potencial relevante que puede generar mayor demanda del destino. También, con este estudio que pretende convertir estas debilidades en fortalezas que permitan hacer de la ciudad Cartagena una de las más importantes en cuanto a la oferta turística cultural.

Finalmente el estudio se sustenta teniendo en cuenta que por un lado, la realización de esta ruta religiosa, que se convierte en un nuevo producto, que motiva al turista a la visita del mismo, y por consiguiente se le añade el beneficio de que no solo es por estas importantes iglesias, sino de que se pueden recorrer otros atractivos importantes que se ubican en el centro histórico de la ciudad, tiene mucha relevancia que esta rutas, describa los aspectos religiosos que posee cada una de estas, el diseño, y el patrimonio, pues la razón de ser de la ruta es netamente turístico, pero no se puede dejar de lado, mencionar el culto religioso que cada una posee y por otro lado, aporta un componente a la oferta turística y cultural de la ciudad. Por lo anterior, se incluyen también, material específico para conocer la propuesta como lo es folletos y guías, para

la propagación, comercialización y promoción de este tipo de mercado, que tiene mucha acogida en la actualidad.

3.1.5.6. Estrategia de Precio. Teniendo en cuenta de que es un empresa pequeña el, precio con el que entra al mercado es fundamental teniendo en cuenta que determina las ganancias que tendrá el establecimiento, es por eso que se requiere de una planificación detallada y precisa con el fin de lograr los objetivos precisos, para complementar esta información, se utilizó los resultados de las encuestas planteadas a los visitantes del centro histórico de la ciudad, lo que arrojó que el precio de este nuevo producto oscilara entre los \$110.000 y \$200.000 (paquete todo en uno), según las respuestas de los encuestados convirtiéndose este dato en una fortaleza porque fueron los usuarios quienes opinaron en este dato.

A Continuación algunas estrategias a tener en cuenta para el impulso de la propuesta.

✓ Introducir un producto de alta calidad a un precio alto, con el fin de que el producto sea de calidad y justifique su precio.

Reducir el precio para los compradores que adquieran productos fueran de temporada.

✓ Promocionales los cuales se integran por reducciones del precio a quienes participen en programas de publicidad y apoyo de ventas, con el fin de fidelizar al cliente.

✓ Reducción de precio para las personas que paguen el producto dentro de una fecha estipulada.

✓ Sera un producto de Calidad, a un precio más bajo, con el objetivo de ganar más clientes y de esta manera fidelizarlos.

Todas las anteriores estrategias se plantean con el fin de que los posibles consumidores, adquieran los productos y de esta manera se genere más ganancias y permita el crecimiento de la empresa y mayor demanda del producto.

3.1.5.7. Estrategia de Comunicación. Es importante tener en cuenta cómo se va a mostrar ante las personas este negocio y que se den cuenta de lo más relevante que tiene el establecimiento para ofrecer, con el fin de que lo haga más atractivo a la vista de los turistas. Es importante resaltar, que la opinión que tengan los visitantes sobre la empresa dependerá de lo que vea, o escuche sobre la misma, y eso lo tienen que manejar en gran parte los encargados de este ámbito en la empresa.

Es necesario que esta comunicación sea planificada, coordinada y puntal con el fin de que la información que se quiere transmitir sea bien acogida por los usuarios y evite que el mensaje que se quiere transmitir no sea mal interpretado y por ende genere disminución en la demanda y menos competitivo.

Las plataformas digitales son algunas de las estrategias más importantes para dar a conocer el producto teniendo en cuenta de que este medio lo utilizan personas de cualquier edad, y desde cualquier parte del mundo, lo que lo convierte en una fortaleza para el establecimiento, generar una marca, un logo un también fortalece el negocio porque da la impresión de seguridad, compromiso, organización y planificación.

Dentro de las estrategias de comunicación juega un papel muy importante la utilización de las herramientas ofimáticas de la actualidad, además del internet como son las siguientes:

- ✓ Desarrollar Una imagen atractiva propia de la empresa, con todas sus características, que sea positiva a la vista de los visitantes.

- ✓ Crear un perfil, que genere confianza y seguridad a los clientes.
- ✓ Crear paquetes para hoteles, agencias de viajes, aeropuertos.
- ✓ Utilización de las herramientas digitales (Facebook (page face), Instagram, Snachap,

Página web.

- ✓ Mejorar la motivación interna del equipo de trabajo, con el fin de que contribuyan a cumplir con los objetivos de la empresa.

3.1.5.8. Estrategia De Distribución. El desafío que tiene el turismo religioso es motivar a los peregrinos para que disfruten también de los lugares de peregrinaje aledaños y lograr una conexión entre el turismo religioso con otras actividades de los segmentos de cultura como visita a pueblos patrimonio, compras, tures, ciudades capitales, gastronomía, ferias y arqueología.

Para lograr que el turista regrese es fundamental guiarle a través de alguien que haya vivido la experiencia y trabajar por articular la comunidad religiosa, iglesias y parroquias locales, autoridades locales; de igual forma, utilizar para divulgación, los medios tradicionales y las redes sociales.

Los canales de distribución de turismo religioso funcionan a través de la venta de paquetes de turismo religioso y la segunda se da cuando existe un intercambio entre congregaciones o parroquias. En este punto cabe resaltar que la distribución en este paquete es directa porque es una experiencia que se vive entre el vendedor y el consumidor lo que lo convierte en una fortaleza que permite que el paquete sea vendido ofreciendo de una más práctica el valor agregado que posee el paquete, sus ventajas y desventajas de adquirirlo, siendo de esta manera un reto mucho más alto, porque la tarea es de que se tiene que convencer al cliente de adquirir el producto.

Conclusiones

El objetivo de este trabajo consistió en realizar un análisis que nos permite visualizar con profundidad los adelantos y/o falencias que ha tenido la ciudad en materia de crecimiento turístico, a través de los diferentes tipos de turismo que ofrece , y de esta manera lograr incursionar de manera positiva en la diversificación del oferta turística de la misma, Con la finalidad, de fortalecer la productividad y competitividad a través de esta ruta religiosa en el sector turístico de la ciudad de Cartagena. Por lo anterior, cabe destacar que es una ciudad, privilegiada porque cada año, las visitas son más abundantes, por ende este tipo de turismo se puede implementar, considerando lashermosas edificaciones religiosas e históricas que hacen que las personas que las visiten se lleven una gran imagen de la misma.

Una vez cumplido y terminado el proceso investigativo, que llevó a realizar un análisis del sector turístico y de mercado por los investigadores de este estudio, se pudo realizar la propuesta basada en los resultados de las encuestas, lo que dentro de la misma se evidencio, las debilidades y amenazas, fortalezas y oportunidades, que se encuentran en la oferta turística actual de la ciudad, así mismo se hallaron factores que pueden impulsar el desarrollo de este turismo para su posicionamiento nacional e internacional. Además, teniendo en cuenta , un análisis que se realizó en el sector turístico, Cartagena de Indias últimamente se ha posesionado como un destino turístico de crecimiento para Colombia, por lo que muchas entidades, como Corporturismo, Epa, los gremios de la ciudad como Cotelco, Asotelca, Anato, y Fenalco, y de entidades como la Cámara de Comercio de Cartagena, el Puerto de Cartagena y el Cartagena de Indias Convention Bureau, junto con el Ministerio de Comercio, Pro Colombia y el Fon tur,

velan por el crecimiento, cumplimiento y desarrollo del turismo local, lo que ha proporcionado más visitas de nacionales y extranjeros debido a la buena promoción de la calidad de los servicios y productos que se ofrecen en la misma.

Las encuestas aplicadas a los visitantes del centro histórico de la ciudad, dejaron al descubierto gran parte importante, que ayudaron a la formulación de estrategias para mejorar el impulso de nuevos productos que ya están existentes pero que necesitan de su innovación para competir en el mercado, dentro de los datos arrojados en el análisis de las encuesta se pudo observar que los turistas que más visitan a Cartagena son nacionales e internacionales, y que este tipo de propuesta si se puede implementar. Así pues, en Cartagena es viable hacer proyectos y productos diferenciadores que beneficien al consumidor y contribuyan al bienestar y las necesidades de los mismos, es decir la utilización este nuevo mercado que está teniendo gran acogida como lo es la ruta turística religiosa en Cartagena, Se espera entonces que los resultados del proyecto cumplan o superen las expectativas, para así poder tomarlo como guía para la creación de otras nuevas rutas.

En general, la posición de los turistas frente a la realización de este tipo de turismo se encuentra en una calificación media/alta, destacando a Cartagena con una muy buena planta turística para la ejecución del producto turístico, pero dejando ver que la ciudad puede diversificar en el medio, porque tiene mucho recurso para explotar y poder competir en el mercado internacional, pero actualmente, no se cuenta con un paquete turístico que se enfoque en el tema del turismo religioso, lo cual se convierte en una oferta diferente e interesante para las personas que visitan a la ciudad, por lo que esta debilidad, se transforma en una fortaleza para esta propuesta, teniendo en cuenta de que este estudio se hizo con la finalidad de reconfortar la productividad y competitividad a través de esta propuesta en el sector turístico de

la ciudad , impulsando los factores que obstaculizan y otros que pueden impulsar la oferta y la demanda del producto para su posicionamiento nacional e internacional, destacando las oportunidades para la conservación del desarrollo turístico que tiene la ciudad de Cartagena para ofrecer un turismo diferente, que le brinda mayor ingreso para la ciudad, refutándose con los resultados del proyecto que indican que se cumple o superan las expectativas, para así poder tomarlo como guía para la creación de otras nuevas rutas.

De acuerdo, con la investigación realizada se puede concluir de que en la ciudad de Cartagena se realizan diferentes tipos de turismo como cultural, Ecológico, negocios entre otros, pero no se presta una innovadora ruta religiosa, que es una propuesta importante para diversificar la oferta turística en la ciudad de Cartagena, transformándose en una oferta diferente e interesante para las personas que visitan la ciudad.

Recomendaciones

De acuerdo, a los análisis realizados se plantean las siguientes recomendaciones para mejorar la oferta turística de la ciudad:

- ✓ Se deben poner en práctica cada una de las estrategias planteadas anteriormente, con el fin de poder seguir diversificando los productos existentes, y lograr aumentar la demanda turística actual, de esta manera se fortalece la competitividad nacional e internacional, y se refleja en la economía de la ciudad.

- ✓ La creación de paquetes turísticos con productos nuevos e innovadores es indispensable para motivar al turista a visitar la ciudad, con planes únicos e inigualables, además de integrarlos con las demás infraestructuras que hacen parte de la riqueza de la ciudad.

- ✓ Capacitar al personal de trabajo para llevar a cabo esta ruta turística religiosa, donde se le brinde al turista, una información detallada y clara de cada una de estas iglesias, y su influencia en las religiones, además de la integración con los demás atractivos del destino.

- ✓ Divulgar a gran escala esta ruta turística religiosa, en la ciudad, con el fin de que Cartagena sea conocida por su patrimonio arquitectónico religioso.

- ✓ Implementar estrategias de servicio, de comunicación y de promoción para posicionar esta ruta turística religiosa en la mente de las personas que visitan la ciudad de Cartagena.
- ✓ Se recomienda tener en cuenta el plan de negocio en todas sus fases al momento de ejecutarlo o llevarlo a cabo.

Referencias Bibliográficas

Bogotá Humana. (Septiembre de 2014). *Investigación determinantes de la demanda de turismo de Bogotá*. Bogotá: Bogotá Humana.

Mario a. Socatelli P. . (Noviembre de 2013). *El Mercado Turístico*. Costa Rica : Intermark Consultores de Turismo.

Adalbert Rebic. (1999). *documento sobre peregrinaje de la santa sede*. documento sobre peregrinaje de la santa sede.

Administracion del Mantenimiento. (2015). *Concepto del servicio y de su Calidad*. Cartagena: Google sites.

Administracion del mantenimiento. (2016). *El concepto de Servicio y su Calidad*. Bogotá: Administracion del mantenimiento.

América Economía . (20 de mayo de 2013). *Colombia se poseciona como destino de turismo religioso en américa latina* . cali : América Economía .

Ámerica economía. (2013). *Colombia se posesiona como destino turístico en américa latina*. Ámerica economía. com.

Banco mundial. (2017). *Apertura De Un Negocio*. Bogotá: Banco Mundial.

Carballo. (2006). *Diseño de estrategias de marketing para el desarrollo del producto turístico Canimao*. Matanzas: Universidad de Matanzas.

Caro, Ledis. (25 de Abril de 2017). Cartagena turismo religioso a la mano de todos. *El universal*.

Cartagenacaribe.com. (2015). *Cartagena-Colombia*. Cartagena: Cartagena-Caribe.

Cartagenainfo.com. (2012). *En turismo, la respuesta es Cartagena*. Cartagena:

Cartagenainfo.com.

Centro Virtual Cervantes. (1997-2017). *Historia de la iglesia de Santo Domingo*. Cartagena:

Cartagena.

Centro Virtual Cervantes. (1997-2017). *Historia de la santísima trinidad*. Cartagena: Cartagena.

Centro Virtual Cervantes. (1997-2017). *Iglesia de la tercera orden*. Cartagena: Cartagena.

Centro Virtual Cervantes. (1997-2017). *Catedral de Cartagena*. Cartagena: Cartagena.

Colombia. (2013). *Turismo religioso en Colombia, basílicas y catedrales católicas*.

Cundinamarca: Colombia.

Colombia CO. (2016). *Turismo religioso en Colombia*. Bogotá: Procolombia.

Colombia- Exterior. (Abril, 11 de 2017). *Semana Santa, una excelente oportunidad para*

practicar el turismo religioso. Bogotá: Colombia-Exterior.

Colombia.com. (2017). *Sitios Turísticos De Cartagena*. Cartagena: Colombia.com.

Corporación de Turismo Cartagena de Indias. (2017). *Informe SITCAR enero a febrero 2017*.

Cartagena de Indias: Coproturismo.

Corporación Turismo Cartagena. (2015). *Indicadores Turísticos Cartagena de Indias 2014 -*

2015. Cartagena: Sitcar.

Corporación Turismo Cartagena de Indias[Z.S.F]. (22 de marzo de 2016). *Cartagena de Indias*

como destino turístico. Cartagena: Portafolio.

Cotelco. (np). *Historia de la iglesia Santo Toribio*. Cartagena: Guía todo.

Cotelco. (np). *Historia de San Pedro Claver*. Cartagena: Guía Todo.

Cromos, El Espectador. (3 de marzo 2017). *Tras las Huellas de Dios*. Cartagena: El espectador,

Cromos.

Diaz Granados. (2012). *Nueva ley de turismo, herramienta indispensable para Colombia destino mundial*. Bogotá: Nueva ley de turismo, herramienta indispensable para Colombia destino mundial.

El tiempo. (26 de Mayo de 26 de mayo del 1995). Cartagena, destino turistico por excelencia. *Cartagena, destino turistico por excelencia*.

Guia Todo. (2016). *Historia de iglesia Santo toribio*. Cartagena: Portafolio.

(s,f). *Guía turística Bolívar Colombia*. Bogotá: Vivecolombia.

La Prensa. (2016). *Turismo religioso*. NP: LA PRENSA.

Lucy Samper. (11 de julio de 2012). *Nueva Ley de Turismo* . Cartagena: Mincomercio Industria y Turismo .

Manuel luis Rodriguez. (9 julio 2008). *Características de la oferta y la Demanda Turística*. Magallanes, chile.: Aulas virtuales.

Maria Claudia Lacouture. (2017). Los 16 destinos que impulsarán el turismo religioso en Semana Santa. *Dinero*.

Mario A Socatelli P. (Noviembre 2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo, La comercialización de servicios , Productos y destinos turísticos sostenibles*. Costa Rica: Universidad estatal a distancia de Costa Rica.

Mincomercio Industria y Turismo . (10 Julio 2012). *Nueva Ley de Turismo*. Bogotá: Mincit.gov.co.

Mincomercio, Industrias y Turismo. (2 de Julio 2014). *Protección al Turista*. Cartagena: Mincomercio, Industrias y Turismo.

Ministerio De Comercio, Industria y Turismo. (2 Septiembre 2013). *Consejo Superior de Turismo*. Cartagena: Mincit.gov.co.

Monica Chacon. (2009). *El turismo religioso en España*. España: Características del turismo religioso Español.

Olga Lucia Acuña Taborda Y Exilis Ospino. (2000). *EVALUACIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS COMO DESTINO TURÍSTICO EN CARTAGENA*. COLOMBIA: TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR.

organizacion mundial de turismo. (2008). *Turismo religioso, un segmento con elevado potencial*. Bogotá: Adnmundo.com.

Pasos . (2010). *Revista de turismo y patrimonio cultural*. España: Recursos culturales.

Procolombia. (2015). *Perfil de turismo religioso*. Bogotá: Dirección de información comercial.

Procolombia. (2016). *Turismo Religioso moviliza a 330 millones de viajeros por el mundo*. Bogotá: Procolombia.

proexport. (2015). *turismo religioso*. colombia: proexport.

Revista Cromos . (7 de Marzo 2011). *Turismo Religioso*. Bogotá: El espectador.

Revista Forbes. (15 de Marzo de 2017). *Destinos Religiosos Mas Visitados Del Mundo*. Nueva York: Revista Forbes.

Revista Gestión Turística. (2010). *Turismo Religioso*. Valdivia: Revista Gestión Turística.

Rutacol. (2015). *turismo religioso en Cartagena*. Colombia: Rutacol.

secretaria general de la alcaldia mayor de Bogota D.C. (mayo 23). *ley 133 de 1994*. Bogotá: diario oficial.

Silvia Aulet Serrallonga. (2011). *Turismo religioso y espacios sagrados*. España: Revista Iberoamericana de Turismo.

Silvia Aulet Serrallonga. (2011). *TURISMO RELIGIOSO Y ESPACIOS SAGRADOS*. Girona: revista iberoamericana de turismo.

trip advisor. (2017). *Lugares religiosos y sagrados en Colombia*. Bogotá: Trip Advisor.

Universidad Nacional de Trujillo. (2014). *Producto Turístico Del Destino Turístico Internacional Cartagena de Indias*. Trujillo- Perú: Academia.edu.

Universidad Nacional de Trujillo. (2014). *Producto Turístico Del Destino Turístico Internacional Cartagena de Indias*. Trujillo- Perú: Academia.edu.

Universidad Tecnológica Nacional. (Noviembre 2016). *MErcado turístico*. Caba, Argentina.:
Universidad Tecnológica Nacional.

Vatican.va. (2015). *Laura Montoya*. Bogotá: Vatican.va.

Virtual Cervantes. (19917-2017). *Cataedral de Cartagena*. Cartagena: Centro Virtual Cervantes.

Zully Salazar. (marzo 22 del 2016). *premio a la calidad turistica*. cartagena: premio a la calida
turistica.

Anexos

**Encuestas Prueba Piloto
Proyecto
“Propuesta de Turismo Religioso como estrategia para el logro de la sostenibilidad
turística local”**

*Marque con una x la opción que más se asemeje a sus necesidades

1. Datos Socio Demográficos

Sexo Hombre: _____ Mujer: _____

2. Nacionalidad: _____

3. Motivo de su estancia o viaje :

Ocio _____ Negocio _____ vacaciones _____ conocer _____ otros motivos _____

4. Idioma que domina : ingles _____ francés: _____ alemán: _____ italiano: _____ español: _____,
portugués: _____ mandarín: _____ otro _____

5. Tiempo que desea permanecer en la ciudad:

1 día: _____ 1 semana: _____ 15 días: _____ 1 mes: _____ 6 meses: _____ 1 año: _____

Más tiempo: _____

6. Qué tipo de turismo le gustaría realizar en nuestra ciudad:

Ecológico: _____ Religioso: _____ Deportivo: _____ Medico: _____

Cultural: _____

7. Que lugares de la ciudad le gustaría conocer:

Iglesias _____ monumentos _____ plazas _____ calles _____ murallas _____ playas _____ bares y
discotecas _____ otros ¿cuál? _____

8. Con que frecuencia viene la ciudad de Cartagena :

Cada semana _____ cada mes _____ cada año _____ otro ¿Cuánto? _____

9. Por cual medio de comunicación accedió a este destino:

Agencia De Viaje _____ Aeropuerto _____ Internet _____ App _____ Otro ¿Cuál? _____

10. Según Su Opinión:

¿Considera usted, que el turismo religioso se puede convertir en una estrategia para el logro de la sostenibilidad turística local?

Sí _____ No _____

Porque: _____

Encuestas
Proyecto
“Propuesta de turismo religiosos como alternativa para diversificar la oferta turística de Cartagena”

*Marque con una x la opción que más se asemeje a sus necesidades

1. Nacionalidad: _____

2. Datos Socio Demográficos

Género: Hombre: _____ Mujer: _____

3. Edad:
18-21 ___ 22-30 ___ 31-40 ___ 41-52 ___ 53-60 ___ mayor 61 ___

4. ¿Cuál es el principal motivo de su estancia o viaje? :

Estudio _____ Negocio _____ vacaciones _____ Deporte _____ Religión _____ Visita amigos/familiares _____ Otro _____.

5. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la ciudad?

1 día: ___ 1-3 días ___ 1 -7 días: _____ 1 -3 semanas ___ un mes ___
Más de 1 mes ___

6. Qué tipo de turismo le gustaría realizar en nuestra ciudad:

Ecológico: _____ Religioso: _____ Deportivo: _____ Medico: _____
Cultural: _____

6. Estaría interesado en conocer el patrimonio arquitectónico y religioso de la ciudad:

Mucho ___ Poco ___ Le es indiferente ___ No _____.

8. ¿Estaría dispuesto de visitar Cartagena como una propuesta de turismo religioso?

Sí ___ No ___

9. ¿Conoce usted cuantas iglesias posee la ciudad de Cartagena?

Sí ___ No conoce _____ Le es indiferente ___ No ___

10. ¿Está interesado(a), en conocer la historia que encierra cada una de estas iglesias?

Si ___ Mucho ___ Poco ___ Le es indiferente _____ No _____.

11. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre esta ruta turística religiosa?

Agencia De Viaje _____ Aeropuerto ___ Internet _____ televisión ___ Radio _____
Redes sociales _____.

12. ¿Cuál es el monto máximo que estaría dispuesto a pagar por un paquete de 3 días que incluya transporte en la ciudad, alojamiento, comida y guía?

90-100___ 110 – 150 ___ 151- 180 ___ 181- 200___.

-Según Su Opinión:

13. ¿Considera usted, que el turismo religioso se puede convertir en una alternativa para diversificar la oferta turística de la ciudad?

Sí_____ No_____

Porque: _____:

14. ¿Durante su estancia en la ciudad le han ofrecido un paquete de turismo religioso?

Si__ no ___