

**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO DE CRUCEROS EN  
CARTAGENA DE INDIAS.**

**KETTY PAOLA GÓMEZ VILLADIEGO**

**LAURA MARIN TOUS**

**Trabajo de Grado para optar el Título de:**

**Profesional en Finanzas y Negocios Internacionales**

**UNIVERSIDAD TECNÓLOGICA DE BOLIVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTAGENA D.T. y C.**

**2011**

**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO DE CRUCEROS EN  
CARTAGENA DE INDIAS.**

**KETTY PAOLA GÓMEZ VILLADIEGO**

**LAURA MARIN TOUS**

**Trabajo de Grado para optar el Título de:**

**Profesional en Finanzas y Negocios Internacionales**

**VICTOR ESPINOSA FLOREZ**

**ASESOR**

**UNIVERSIDAD TECNÓLOGICA DE BOLIVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**CARTAGENA D.T. y C.**

**2011**

**NOTA DE ACEPTACION:**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma Presidente del Jurado**

---

**Firma Jurado**

---

**Firma Jurado**

**Cartagena de Indias, D.T. y C. \_\_\_\_\_ del 2011**

Cartagena D.T. y C, 15 de Noviembre de 2011

Señores  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
Comité evaluador proyectos de grado  
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente nos permitimos poner a consideración del trabajo de grado titulado **“Análisis del impacto económico del turismo de cruceros en Cartagena de indias.”** Investigación que se realizó conjuntamente con Proexport en convenio con la Universidad de Bolzano (Italia) y el apoyo de la Universidad Tecnológica de Bolívar, para optar por el título de profesional en Finanzas y Negocios Internacionales

Atentamente,

  
**KETTY GÓMEZ VILLADIEGO**  
C.C.: 1.047.371.973  
Cód.: 0316004

  
**LAURA MARÍN TOUS**  
C.C.: 1.047.404.462  
Cód.: 0616905

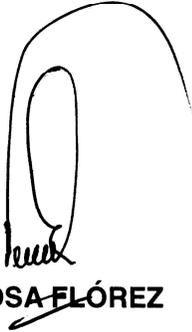
Cartagena D.T. y C, 28 de Octubre de 2011

Señores  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
Comité evaluador proyectos de grado  
Ciudad

Respetados Señores:

Me permito someter a su consideración el trabajo de grado titulado “**Análisis del impacto económico del turismo de cruceros en Cartagena de indias**” presentado por las estudiantes Ketty Paola Gómez Villadiego y Laura Marín Tous, para optar por el título de profesional en finanzas y negocios internacionales, trabajo de grado en el que me desempeñe como asesor.

Atentamente,



**VÍCTOR ESPINOSA FLÓREZ**  
Asesor

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de grado se lo dedicamos a Dios y a nuestros Padres, hermanas y hermanos que siempre han estado pendiente de la consecución de nuestras metas, que nos han brindado su apoyo incondicional durante nuestro desarrollo personal y profesional. Y que además creyeron en nosotras para sacar este proyecto adelante a pesar de todas las dificultades que se nos presentaron durante su realización.

Ketty y Lau

## **AGRADECIMIENTOS**

Nuestro agradecimiento para nuestro tutor Victor Espinosa, por su paciencia, dirección, apoyo, tiempo y entrega.

A nuestros docentes que aportaron con su conocimiento en nuestro crecimiento y desarrollo profesional.

## RESUMEN

Al analizar el comportamiento del turismo de cruceros durante los últimos cinco años en Cartagena de Indias, se observó que estos han sido periodos de auge debido a estrategias implementadas por el gobierno nacional con el fin de atraer las principales líneas navieras a la ciudad. Además este subsector del turismo generó ingresos significativos para la economía local por un valor de 124.318.408,06 USD durante el periodo 2005-2010, y también se logró estimar que los cruceristas gastan un promedio de 125,51 USD per cápita. En cuanto a generación de empleo solo aportó un 11% cifras que no son tan alentadoras para la economía. Al mismo tiempo se logró identificar las actividades comerciales que se ven directamente influenciadas como son: el comercio de Joyas, el comercio de ropa, el comercio de souvenirs y otros (conformado por guías turísticos, transporte turístico, artistas, gastronomía). Finalmente se concluye que el turismo de cruceros genera una serie de impactos en la economía local, y para mejorar la calidad de los servicios prestados a los cruceristas y mantener la tendencia de auge que se presenta en la actualidad, se plantean unas estrategias comerciales y de marketing.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
0. ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN	18
0.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
0.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	18
0.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
0.2. OBJETIVOS	22
0.2.1 Objetivo general	22
0.2.2 Objetivos específicos	22
0.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	23
0.4. MARCO DE REFERENCIA	24
0.4.1 MARCO TEÒRICO	24
0.4.2. MARCO CONCEPTUAL	29
0.5. DISEÑO METODOLÒGICO	31
0.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
0.5.2. Población y muestra	31

0.5.2.1. Calculo de la muestra	32
0.5.3. RECOLECCIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN	34
0.5.3.1. Fuentes primarias	34
0.5.3.2. Fuentes secundarias	34
0.5.4. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	35
1. EL TURISMO DE CRUCEROS EN EL MUNDO	36
1.1. El gran Caribe	38
1.2. El mediterráneo	38
1.3. Alaska	39
2. EL TURISMO DE CRUCEROS EN CARTAGENA DE INDIAS	44
2.1. Turismo de cruceros en Colombia	44
2.2. Turismo de cruceros en Cartagena de Indias	47
2.3. Tendencias y Perspectivas del turismo de cruceros en Cartagena de Indias	52
3. TURISMO DE CRUCEROS COMO ACTIVIDAD ECONOMICA EN CARTAGENA DE INDIAS	57
3.1. Gasto de los turistas de cruceros en Cartagena de Indias	59
3.2. Ingresos del turismo de cruceros en la economía local.	65
3.3. Aporte del turismo de cruceros a nivel de empleo.	67

4. ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING PARA MEJORAR LOS SERVICIOS PRESTADOS AL TURISMO DE CRUCEROS EN CARTAGENA DE INDIAS.	72
4.1. Condiciones de la Oferta	72
4.2. Condición de la demanda	73
4.3. Industrias relacionadas y proveedores	73
4.4. Estrategia para la estructura y rivalidad de las firmas	74
4.5. Gobierno	75
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
6. BIBLIOGRAFIA	79
ANEXOS	82

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Comparativo por recaladas en puertos 2007- 2010	46
Tabla 2. Ingresos generados por el turismo de cruceros en Cartagena de Indias	66
Tabla 2. Total de empleos generados por el turismo de cruceros.	69

## LISTA DE GRAFICAS Y FIGURAS

Grafica 1. Variación anual de Cruceros y Pasajeros en Colombia 2005 -2010	45
Grafica 2. Variación Anual de Cruceros y pasajeros en Cartagena de Indias 2005 -2010	48
Figura 1. Número de cruceros en Cartagena 2005- 2010	54
Figura 2. Número de pasajeros en Cartagena 2005-2010	54
Figura3. Diamante de Michael Porter	72

## LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Encuesta comercio local

83

## INTRODUCCIÓN

El turismo de cruceros representa uno de los segmentos del mercado turístico internacional que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años y Colombia es muestra del crecimiento en el flujo de turistas, su generación de empleo y los aportes a la economía local.

El turismo de cruceros ofrece una amplia oferta para satisfacer los diferentes gustos y necesidades de sus clientes. Por este motivo, al analizar los elementos que conforman el turismo de cruceros no únicamente se tiene en cuenta el barco y los destinos sino también el puerto de origen, puerto de destino, las infraestructuras y los impactos que genera.

Durante los últimos años este subsector ha presentado un crecimiento constante reportando cifras significativas anualmente a nivel mundial, auge que es producto del esfuerzo constante de las principales navieras de crear nuevas estrategias para ofrecer nuevas embarcaciones, la creación de destinos turísticos y calidad en el servicio prestado a sus clientes.

El Caribe es el destino más apetecido por los cruceristas, ya que presenta un clima cálido durante todo el año, situación que no se presenta con otros destinos turísticos. En el caso del Caribe colombiano participa con tres destinos

como lo son Cartagena, Santa Marta y San Andrés. Entre los cuales la ciudad de Cartagena de Indias es el destino más visitado en Colombia por las diferentes navieras, reportando impactos en la economía local.

El presente trabajo tiene como propósito mostrar el comportamiento del turismo de cruceros, su impacto en la economía de la ciudad y sus perspectivas de crecimiento, para ello la metodología que se implemento es de corte descriptivo-analítico para lo cual se utilizó una serie de fuentes primarias y secundarias, con el fin de proponer estrategias que podrán ser implementadas por quienes desarrollan esta actividad.

El estudio se ha estructurado en cinco capítulos, iniciando con una descripción del turismo de cruceros en el mundo y en el Caribe y en Colombia, posteriormente se analiza el comportamiento del turismo de cruceros en Colombia específicamente en la ciudad de Cartagena de Indias durante el periodo 2005 – 2010, mostrando además las tendencias y sus perspectivas. Seguidamente se presentan los aportes que esta actividad hace a la ciudad, en cuanto al gasto de los cruceristas, ingresos percibidos por estos y generación de empleo.

Finalmente, tomando como base la información y análisis realizados a esta actividad se plantean algunas de las recomendaciones, estrategias comerciales

y de marketing que se requieren para mejorar el servicio al turismo de cruceros en la ciudad.

## **ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

### **0.1 PLANTEAMIENTO FORMULACION DEL PROBLEMA**

#### **0.1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA**

En el año 2001, Colombia fue incluida en la lista negra de países peligrosos para los turistas, debido a la mala imagen reflejada en los índices de seguridad del país, viéndose afectado el sector turístico durante varios años, disminuyendo la visita de turistas extranjeros y nacionales.

En el caso del turismo de cruceros, estas embarcaciones no tocaban puerto porque consideraban que Colombia representaba un riesgo para sus clientes. Situación que ha cambiado en los últimos años gracias a las estrategias implementadas por el gobierno nacional, Proexport liderando la campaña “El riesgo es que te quieras quedar” y la marca “Colombia es pasión”, dirigidas a las principales navieras que operan en el Caribe, logrando con lo anterior incluir

a Cartagena de Indias, San Andrés y Santa Marta, en los itinerarios de las principales líneas de cruceros.

En el caso de Cartagena de Indias, según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Corporación Turismo de Cartagena de Indias, durante el año 2005 recalaron a la ciudad unos 35 cruceros con 41.542 cruceristas, mientras que en el año 2006 lo hicieron 38 con 42.042 turistas, lo que representó una variación en la temporada 2005-2006 del 8,6% en la cantidad de cruceros, la cual se debe a la aprobación de la ley de turismo y participación en certámenes internacionales como la Bit, Fitur, Fitcar, Achmart, Expovacaciones, Travel Mar, entre otros.

Durante el año 2007 arribaron a la ciudad 76 cruceros, con 108.892 cruceristas, generando un incremento en la temporada 2006-2007, del 100% en cruceros, para este periodo se destacan tres eventos importantes, el primero de ellos, la ciudad fue galardonada en marzo de 2006 como uno de los seis destinos que ofrecen la mejor experiencia en los tours independientes por la revista Dream World Cruise Destination, premio que resalta a nivel mundial durante 2005. El segundo evento Cartagena de Indias fue sede de la Reunión Anual de miembros Platino de la Asociación de Cruceros de Florida (FCCA), donde Stephen Nielsen, Vicepresidente de Princess Cruise, anuncio el regreso a Colombia de esta línea en 2007, con 27 cruceros y cerca de 54 mil nuevos pasajeros. Y por último, el crucero "Queen Elizabeth llega a Cartagena de Indias en Diciembre de 2006, el retorno de este buque fue una noticia

importante para el sector turístico del país, toda vez que no venía a costas nacionales desde enero de 2002”<sup>1</sup>.

En el año 2008 recalaron 137 cruceros con 206.691 turistas, durante la temporada 2007-2008 la variación en cruceros fue de 80,3%, esto se debe al resurgimiento de las visitas de cruceros hacia Colombia potencializado por el regreso de Royal Caribbean, el 18 de abril de 2007 y la designación de Cartagena de Indias como puerto de embarque intermedio de esta naviera para la temporada 2008, reafirmando el buen momento de la industria en el país y las oportunidades que ahora se presentan para nuevas inversiones en el sector.

Según la Sociedad Portuaria Regional Cartagena, la temporada 2008- 2009 fue determinada por varios eventos, como el aumento del 22,6% en cruceros y de 31% en el número de visitantes con respecto al período anterior, más líneas en los muelles cartageneros y la designación de la ciudad como puerto de embarque. <sup>2</sup>

La corporación Turismo Cartagena de Indias, ofrece este destino como el puerto comercial más importante del Caribe Colombiano, en donde turistas provenientes de todas partes del mundo disfrutan su estancia en la ciudad.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la política turística de Colombia tiene como objetivo mejorar la competitividad de los destinos y los productos e incrementar la participación de la comunidad en la

---

<sup>1</sup> Notiexport, Boletín emitido por PROEXPORT, en Diciembre de 2006, ver en el link:

[www.proexport.com.co/.../DocNewsNo4835DocumentNo6609.DOC](http://www.proexport.com.co/.../DocNewsNo4835DocumentNo6609.DOC)

<sup>2</sup> Información publicada en la página de la Sociedad Portuaria Regional Cartagena, en el link:

<http://albatros.puertocartagena.com/opadmco.nsf/vstRefLinkDoc/7777491FE8463A91052573C5004CD507>

prestación de los servicios turísticos. Se busca que la población perciba aumento de sus ingresos y contribuya a la generación de riqueza, a su vez que se logra una distribución más equitativa y un aumento de calidad de vida de los residentes.

El turismo de cruceros trae consigo una serie de impactos: sociales, económicos y medioambientales. Cuando un crucero esta en puerto los turistas provenientes de estos realizan una serie de actividades, las cuales generan impactos positivos como: la creación y generación de empleo, de ingresos, de negocios, vinculación con negocios locales. Sin embargo lo mencionado anteriormente es una actividad que sucede solo por temporadas, el empleo para este tipo turismo es limitado y el gasto promedio por visitante es variable. En Cartagena de Indias, la información sobre estos impactos es muy escasa debido a que las cifras que reporta la ciudad no son contabilizadas de manera oficial en las estadísticas del turismo, debido a que los turistas de cruceros no son considerados turistas porque solo están en la ciudad por unas horas y no pernotan en ella. Con base en lo anterior, se formula la siguiente pregunta problema.

### **0.1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Qué impacto económico tiene el turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias?

## **0.2.OBJETIVOS**

### **0.2.1. Objetivo general**

Analizar el impacto económico del turismo de cruceros en Cartagena de Indias desde la perspectiva de la generación de mayores ingresos, aumento del empleo, identificación de productos representativos de la ciudad, nivel de gastos de los cruceristas.

### **0.2.2. Objetivos específicos.**

- ✓ Analizar el comportamiento del turismo de cruceros en Colombia y en Cartagena, a partir de la identificación de estudios y del conocimiento de expertos en el tema que permita contextualizar el tema objeto de estudio.
- ✓ Caracterizar el turismo de cruceros como actividad económica, su generación de empleo y de ingresos en la ciudad de Cartagena de Indias.
- ✓ Conocer el tipo de consumo y el nivel de gasto de los turistas que visitan los establecimientos comerciales en la ciudad de Cartagena de Indias.
- ✓ Formular estrategias comerciales y de marketing que permitan mejorar las condiciones y servicios que la ciudad le presta a los cruceristas.

### 0.3. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Cartagena de Indias se define como una ciudad turística (Distrito Turístico e Histórico a nivel nacional, patrimonio mundial de la humanidad a nivel internacional), su presentación se orienta hacia la producción de la imagen de una ciudad caribeña, la cual se caracteriza por su deslumbrante centro histórico, el sector de playas, sus hoteles y por supuesto su gente. Este imaginario lugar dirigido hacia el exterior, nacional o internacional, influye a nivel local, en las políticas urbanas, las prácticas de los habitantes, las visiones de la ciudad, etc.<sup>3</sup> Frente a esa representación dominante de la ciudad, con esta investigación la intención es conocer, el impacto económico del turismo en Cartagena de Indias y sus relaciones ambiguas con la promoción del patrimonio y las políticas urbanas, ¿Cuánto dinero gastan los cruceristas en productos al llegar a la ciudad? ¿Qué productos consumen los cruceristas? ¿Cuál temporada ha sido mejor para ellos?, entre otros aspectos.

Este proyecto busca analizar una forma particular de turismo, los cruceros por el Caribe que hacen una parada corta en Cartagena de Indias. De hecho, esta forma de turismo reúne los extremos – visitantes internacionales y desarrollo local – y nos permite entrar en la reflexión sobre la puesta en escena global de

---

<sup>3</sup> “Escápate a un mundo...fuera de este mundo”: Turismo, Globalización y Alteridad. Los cruceros por el Caribe en Cartagena de Indias (Colombia). Boletín de Antropología, año/vol. 20, número 037. Universidad de Antioquia. Pág. 133

la ciudad y sus impactos, principalmente económico, culturales, sociales, a nivel de la población y del desarrollo de Cartagena.

Este trabajo se justifica desde la perspectiva que los ingresos de divisas generados por los turistas de cruceros afectan la balanza de pagos, aspectos que se analizan en el curso de Finanzas Internacionales, además este trabajo exploratorio sobre el comportamiento de los turistas de cruceros en Cartagena de Indias aporta a un estudio requerido por Proexport en convenio con la Universidad de Bolzano y con el apoyo de la Universidad Tecnológica de Bolívar denominado “Impactos del turismo de cruceros. El caso de Cartagena de Indias”.

## **0.4 MARCO DE REFERENCIA**

### **0.4.1 MARCO TEORICO**

El turismo es una paradoja. Si bien los primeros trabajos hicieron énfasis en la búsqueda de autenticidad consustancial a la actividad turística (Mc Cannel, 1976) o en la dimensión iniciática y casi ritual de una experiencia que permite escaparse de la vida cotidiana (Graburn, 1977), parecería que el turismo lleva en sí la negación de estos atributos que lo definen<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> “Escápate a un mundo...fuera de este mundo”: Turismo, Globalización y alteridad. Los cruceros por el Caribe en Cartagena de Indias (Colombia). Boletín de Antropología, ano/vol., 20, número 037. Universidad de Antioquia.

Los cruceros han sido estudiados como formidables lugares de expresión de las relaciones interétnicas, a causa de las lógicas étnicas de contratación del personal y la jerarquización de las relaciones sociales a bordo (Wood, 2000). Nos detendremos aquí no por el barco multicultural, sino por la ciudad multicultural vinculada a la actividad de crucero, en la medida en que es:

- Objeto de una puesta en escena como “lugar de interés turístico”, atribución que implica la producción de una imagen exótica destinada a una población exterior;
- Lugar de paso de “turistas” para los cuales la unicidad del término oculta una multiplicidad de protagonistas con expectativas específicas;
- Espacio de interacciones colaterales o programadas en el marco de la actividad turística.

Según las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo aparece hoy como la principal actividad productora de riquezas y empleos. Aunque su desarrollo fue especialmente afectado por los acontecimientos del 11 de septiembre, el turismo ocupa el primer lugar en la economía mundial en término de exportación y es además, muy solicitante de recursos humanos. Los pasajeros que efectúan un tour en crucero pasaron de 1,4 millón en 1980 a 8,5 millones en 1997 (Wood, 2000: 349). En Colombia, en un país donde el turismo sigue siendo en gran parte marginal a causa de la recurrencia de los conflictos armados, Cartagena se presenta como la ciudad turística: clasificada Patrimonio mundial de la humanidad por la UNESCO en 1995, fue también declarada distrito “turístico e histórico”, confirmando así una orientación tomada

desde el principio del siglo, que tiende a asimilar política urbana y política turística (véase trabajo sobre los archivos de la Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena). El turismo se volvió uno de los criterios esenciales de fijación de las normas de desarrollo de la ciudad<sup>5</sup>, a nivel de las infraestructuras y también de la organización económica, la promoción de actividades culturales, etc. El diario local, *El Universal*, da cuenta de este interés permanente por el turismo: el 10 de septiembre de 2004, anunció una “macro rueda internacional de turismo” haciendo “parte de un plan estratégico del Distrito para fortalecer la promoción y competitividad de la ciudad como destino turístico”; el 20 de septiembre, informó sobre la llegada de 120 empresarios de turismo del mundo entero encargados de hacer la promoción de la ciudad en su país de origen.

El turismo es una de las industrias internacionales más grandes del mundo. Como tal, tiene un efecto notable en la balanza de pagos de muchas naciones<sup>6</sup>. Como se menciona anteriormente al igual que otras industrias, el turismo afecta la economía de las regiones, países o continentes donde se desarrolla. Estos lugares conocidos como destinos turísticos, se convierten en dependientes del turismo para mantener su economía. Esto es muy notorio en los países del tercer mundo, algunos de los cuales son en gran medida o casi totalmente dependientes del turismo. El país de origen de los turistas se conoce como *área de generación*. Dado que los turistas llevan consigo su

---

<sup>5</sup> Ver por ejemplo el artículo 30, A, 2 del reglamento del Distrito Turístico: “El uso turístico primará sobre cualquier otra actividad que se pretenda adelantar sobre los mismos [los bienes declarados recursos turísticos de desarrollo prioritario]” (Zuccaradi, s.f.: 47).

<sup>6</sup> McINTOSH, GOELDNER, RITHC. TURISMO, Planeación, Administración y Perspectivas. Segunda Edición 2006, pág. 348.

dinero para gastarlo en otros lugares, esto representa una pérdida neta de ingresos para el área de generación y una ganancia para el área de destino<sup>7</sup>.

Según la OMT los efectos del crucero sobre el destino son relevantes, siendo el gasto o derrama económica en el destino el más inmediato y su competencia directa con otros tipos de alojamientos terrestres<sup>8</sup> afectando la economía local de las ciudades a las que arriban.

Sin embargo, paradójicamente, el turismo dista mucho de ser una actividad consolidada y rentable en Cartagena. Después de un pico en medio de los años noventa, la ocupación hotelera pasó del 80% a menos de 50%. Por lo que se refiere más específicamente al turismo de crucero que nos interesa aquí, el volumen de pasajeros aumentó de 9.545 en 1990 a cerca de 189.000 en 1999 (Báez, 2000: 37); pero, si recibió 160 barcos este mismo año, Cartagena solo acogió 80 en 2002 y se esperaba más que una trentena para las temporadas del 2004 y 2005.

En el 2009 con el arribo al puerto de Cartagena del Dawn Princess, de la línea Princess Cruises, comenzó la temporada de cruceros que se extenderá hasta junio de 2010 y en la que se espera la llegada de unos 470.000 viajeros en barcos de 25 navieras. Portavoces de la vicepresidencia de Turismo del Fondo de Promoción de Exportaciones (Proexport) destacaron como "la novedad de esta temporada" la llegada, y por primera vez, El Pullmantur, la naviera

---

<sup>7</sup> Holloway, J.C, "El negocio del turismo", Primera edición 1997, pág. 70

<sup>8</sup> Turismo de cruceros. Situación Actual y Tendencias. Publicado e impreso por la Organización Mundial del Turismo. Primera edición 2008.

española con más de 10 años de experiencia en el turismo de cruceros en el mediterráneo, norte de Europa y el Caribe.

Con la empresa europea serían 25 las navieras que arribarían a los puertos colombianos, entre ellas Royal Caribbean, Celebrity Cruises, See Tours, Holland America, Silver Cruises, Azamara Cruises, MTC Hamburg y Seabourn.

Nubia Stella Martínez, vicepresidenta de Turismo de Proexport, recordó la experiencia de cuatro temporadas continuas de éxito y crecimiento en cuanto a llegada de buques y de pasajeros a los puertos del país, principalmente a Cartagena, que prevé recibir en la temporada que se inicia (2010) un total de 470.168 visitantes de los cuales 332.594 son turistas y 137.574 son tripulantes, a bordo de 183 embarcaciones<sup>9</sup>.

Lo anterior nos indica que habrá muchas expectativas en cuanto al turismo de cruceros en Cartagena de Indias y por medio de este proyecto analizaremos el impacto económico del turismo de cruceros en la ciudad, específicamente en la generación de mayores ingresos y aumento del empleo.

---

<sup>9</sup> La ciudad puesta en escena: el turismo entre desarrollo local y patrimonio mundial en Cartagena de Indias (Colombia) Elisabeth Cunin – IRD

## 0.4.2 MARCO CONCEPTUAL

**ATRACAR:** Llegar un barco al puerto.

**ARRIBO:** La llegada de una nave a un puerto.

**BALANZA DE PAGO O COMERCIAL:** Es la variable de medición que refleja la diferencia entre las Exportaciones e Importaciones realizadas por un país en un período determinado. Se supone que cada país es un negocio gigantesco que hace negocios con otros grandes negocios. Cuando un negocio (país) vende (exporta) más de lo que compra (importa), hay una balanza de pagos positiva. Cuando un país compra (importa) más de lo que vende (exporta), hay una balanza comercial negativa. El turismo es una parte de la balanza comercial clasificado bajo el título de Servicios.

**CRUCERISTAS:** Turista que viaja en crucero.

**CRUCERO:** el crucero es un tipo de viaje que se lleva a cabo a bordo de un gran buque, generalmente muy lujoso, que en su interior contiene gran cantidad de servicios y actividades para poder realizar durante el trayecto, donde el destino no es el objetivo principal a alcanzar en el viaje, sino que el trayecto en sí, a bordo del crucero, es el objetivo principal del viaje por este motivo la duración de un trayecto suele ser relativamente largo con la opción de poder desembarcar a algún puerto durante el camino.

**DESTINO:** En el ámbito turístico el destino es generalmente el lugar al que se desea llegar a través de la acción de viajar o desplazarse. Existen gran cantidad de destinos según nos refiramos a países, ciudades, localidades u

otro tipo de región donde poder llegar a cavo las finalidades y los objetivos planteados para el viaje.

**GASTO TURISTICO:** gasto total por razón de todo el consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante durante su viaje y estancia en el punto de destino.

**HOME PORT: o Puerto base,** es el puerto en el que se produce el embarque y/o desembarque del pasajero como principio y/o fin del crucero.

**OMT:** Organización mundial de Turismo.

**RECALAR:** Llegada de un barco a puerto.

**TURISMO:** Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

**TURISTA:** Un persona que viaja de un lugar a otro por razones ajenas a su trabajo. Según la ONU, un turista es alguien que se queda más de una noche y menos de un año. Se incluyen los viajes de negocios y convenciones. Esta definición está sujeta a los conceptos de la balanza de pagos. El personal militar, los diplomáticos, los inmigrantes y los estudiantes residentes no son turistas.

**VISITANTE DEL DÍA:** visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero que llegan a un país a bordo de un buque crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque crucero para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días. Están comprendidos en este

grupo, por extensión, los propietarios o los pasajeros de embarcaciones de placer y de los pasajeros que participan en un viaje de grupo y están alojados en un tren.

## **0.5 DISEÑO METODOLOGICO**

### **0.5.1 TIPO DE INVESTIGACION**

El estudio es de tipo descriptivo - analítico ya que pretende determinar el nivel de gasto de los cruceristas, el nivel de empleo en los lugares más visitados por ellos, como el centro comercial Caribe Plaza, Centro comercial Pierino Gallo y Centro de la ciudad y a su vez medir el impacto que ocasionan en los locales comerciales del mismo.

### **0.5.2 POBLACION Y MUESTRA**

El presente trabajo forma parte del estudio “Impactos del turismo de crucero: Caso de Cartagena de Indias”, a través del cual Proexport con el apoyo de las Universidades de Bolzano (Italia) y la Tecnológica de Bolívar, pretende identificar el nivel de gasto de los cruceristas, el nivel de empleo que se genera en los lugares comerciales de Cartagena más visitados por ellos.

Dentro de este contexto del mencionando estudio a través de la presente se le asignó como población objetivo los Centros comerciales Pierino Gallo, Caribe Plaza y Centro de la ciudad.

### **0.5.2.1 Calculo de la Muestra**

La muestra corresponde a una porción representativa de la población sobre la cual se realizará la investigación, y cuyos resultados pueden ser inferidos para la totalidad de la población. El tamaño de la muestra a utilizar variara de acuerdo con las necesidades planteadas en la investigación.

El tamaño de la muestra se determinó bajo un nivel de confianza del 95% el cual equivale a 1.96 de acuerdo con la tabla de área bajo la curva normal estándar, el valor de la proporción “p” es de 0.5 debido a que este produce el mayor tamaño posible y el error de estimación es del 4% para una población de 110 locales comerciales.

En este caso la población es finita, es decir se conoce el total de la población y se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Sean:

- $N$  = Total de la población
- $Z_{\alpha/2} = 1.962$  (si la seguridad es del 95%)
- $p$  = proporción esperada
- $q = 1 - p$  (en este caso  $1 - 0.05 = 0.95$ )
- $d$  = precisión o error de estimación

Por lo tanto:

$$n = \frac{110 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.04)^2 (110-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

**n= 93**

El resultado obtenido con la aplicación de la fórmula fue de 93 encuestas; sin embargo, muy a pesar de este, se consideraron 110 locales debido a que la diferencia entre el resultado obtenido mediante la fórmula y la población total no es representativa.

### **0.5.3 RECOLECCION DE FUENTES DE INFORMACION**

#### **0.5.3.1 FUENTES PRIMARIAS**

Las fuentes de información primarias para la realización del presente estudio se han determinado de acuerdo con los requerimientos planteados en el proyecto de investigación denominado “Impactos del turismo de cruceros. El Caso de Cartagena de Indias”, investigación que realiza Proexport en convenio con la Universidad de Bolzano (Italia) y el apoyo de la Universidad Tecnológica de Bolívar, en el cual se requería la aplicación de encuestas a los locales ubicados en los centros comerciales Pierino Gallo, Caribe Plaza y Centro de la ciudad, a su vez la información suministrada por la Sociedad Portuaria Regional Cartagena y la Corporación de Turismo de Cartagena de Indias.

#### **0.5.3.2 FUENTES SECUNDARIAS**

Como fuentes de información secundaria empleadas en el presente trabajo se pueden mencionar las siguientes: compendios de estudios sobre el impacto del turismo de cruceros, páginas web con noticias sobre los cruceros, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Organización Mundial del Comercio , la Organización Mundial del

Turismo (OMT), Proexport, Corporación de Turismo Cartagena de Indias, Sociedad Portuaria Regional Cartagena y Fenalco, entre otras.

#### **0.5.4 Técnicas de recolección de la información**

Para el análisis de este proyecto se realizaron:

**Encuestas**, las cuales se aplicaron a los locales comerciales ubicados en los centros comerciales Caribe Plaza, Pierino Gallo y centro de la ciudad.

**Entrevistas** a los dueños de los locales comerciales y a expertos en el tema de turismo de cruceros en la ciudad.

**Análisis de documentos:** se tendrán en cuenta los datos suministrados por estudios previos y por las diferentes autoridades competentes en el turismo anteriormente mencionadas.

## **EL TURISMO DE CRUCEROS EN EL MUNDO**

La actividad de los cruceros turísticos surgió gracias a la unión de la industria del ocio y el transporte marítimo de viajeros, uniéndose estos dos sectores independientes para crear un segmento diferenciado dentro del sector turístico. En la segunda mitad del siglo XX este tipo de transporte registro una crisis debido a la competencia ejercida por la industria aeronáutica, quienes ofrecían vuelos sin escala entre Estados Unidos y Europa, ocasionando la desaparición casi en su totalidad del transporte marítimo de pasajeros y de unas compañías navieras en la década de los 50, razón por la cual algunas optaron por vender sus buques y otras decidieron hacer modificaciones y/o reconvertirlos, convirtiéndose en cimiento de la actual industria de cruceros. De esta forma es como nacieron grandes compañías como Carnival, Royal Caribbean Cruise Line o Princess y Nowegian Cruise Line, las cuales hoy día tienen una gran variedad de actividades para los turistas que eligen realizar este tipo de viaje, brindando atracciones inimaginables en otros tiempos como: muros de escalar, cuadriláteros de boxeo, salas de teatro, simuladores de golf, pistas de patinaje sobre hielo, entre otras. A su vez han implementado la estrategia de ofrecer precios más asequibles permitiendo la entrada a un nuevo segmento de pasajeros de clase media, dejando a un lado la exclusividad para una sociedad con alto poder adquisitivo.

Durante los últimos 20 años la demanda de cruceros turísticos en el mercado mundial especialmente en el americano ha crecido a un ritmo muy fuerte, alcanzando un incremento cercano al 8% anual. Las proyecciones reportadas por la Organización Mundial de Turismo es transportar a 25 millones de pasajeros en el 2015 de los 13 millones que se presentaron en 2004.<sup>10</sup> Por tanto, las perspectivas para el futuro son alentadoras porque este producto turístico aún se encuentra en fase de crecimiento, inclusive algunos lugares del mundo apenas están siendo incluidos como destinos turísticos.

Por lo anterior, se puede observar que el turismo de cruceros está evolucionando y generando competitividad entre las empresas de cruceros y los puertos de arribo, que buscan perfeccionar sus servicios para mejorar la gestión, el mantenimiento y el diseño de puertos de navegación actuales y los de nueva construcción. En cuanto a las compañías de cruceros, estas invierten millones de dólares para construir buques más grandes y modernos, intentando cumplir con las exigencias y/o preferencias de sus clientes.

Con toda la oferta turística en un solo sitio, el turismo de cruceros ha entrado a competir como un destino en sí mismo, convirtiéndose en uno de los paradigmas de la economía de escala, puesto que involucra los principales subsectores de la industria turística: transporte, alojamiento y atractivos.

---

<sup>10</sup> Turismo de Cruceros: situación actual y tendencias. Publicado e impreso por la Organización Mundial del Turismo. Primera edición 2008.

La lista de destinos turísticos en las diferentes compañías de cruceros del mundo se ha ampliado en los últimos años, a continuación se puede observar una referencia de los principales destinos turísticos de éstas compañías:

### **1.1 El Gran Caribe**

Es el primer destino receptor de cruceristas debido a varios factores: uno de ellos es su clima cálido y soleado, su diversidad de playas, y la cercanía con el mercado emisor los E.E.U.U., además el precio de los paquetes de itinerarios a esta zona está experimentando una bajada continuada, situación que se presenta principalmente en las travesías cortas que se ofrecen en este destinos. (Se amplía información de este destino en el numeral 1.5).

### **1.2. El Mediterráneo**

Es una de las principales áreas turísticas se caracteriza por la gran concentración artística que posee y su ecosistema, razones por las que atrae al turismo cultural como al de sol y playa. La temporada de cruceros es de marzo hasta finales de noviembre principalmente. Las rutas se extienden en dos zonas principalmente el mediterráneo occidental (España, Italia, Francia, Marruecos o Túnez) y el mediterráneo oriental (Grecia, Mar Egeo, Turquía o Egipto, Mar Negro, entre otros).<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> El turismo de cruceros, Camara Valencia. Septiembre 2009, disponible en el link: [http://www.camaravalencia.com/servicios/docs/turismo/Turismo\\_de\\_cruceros\\_09.pdf](http://www.camaravalencia.com/servicios/docs/turismo/Turismo_de_cruceros_09.pdf)

### **1.3. Alaska**

Alaska es una de las pocas zonas vírgenes y accesibles en el mundo. Las tres principales razones del porque la gente desea ir en un crucero de lujo de Alaska, son: la vida silvestre, los glaciares y las montañas. En la temporada del 2009 las navieras habían reportado una disminución en la cantidad de cruceristas debido a las estrictas regulaciones estatales y altos costos fiscales que les implicaba operar por este destino, motivo por el cual en el año 2010 en este estado la cámara de representantes aprobó una ley que reduce el monto del impuesto cobrado a los pasajeros de cruceros que ingresan a la zona.<sup>12</sup>

### **1.4. Otras zonas:**

Portugal se abre a la industria de turismo de cruceros, participando con puertos como Lisboa y Oporto siendo estos los dos principales atractivos que intentarán captar un gran número de cruceristas. A su vez la construcción de una nueva terminal le permitirá la llegada de cruceros de mar y fluviales, con esta mejora se espera que para el año 2017 este destino alcance los cien mil pasajeros.<sup>13</sup>

México desarrolló la ruta de cruceros de Golfo de México, para promover destinos y servicios turísticos, uno de sus destinos es el puerto de Veracruz que tiene instalaciones adecuadas para el arribo de cruceros al igual que las

---

<sup>12</sup> Cruceros por Alaska: menos impuestos, noticia disponible en el link:

<http://www.sobrecruceros.com/category/destinos/crucero-por-alaska>

<sup>13</sup> Portugal un destino que se abre al turismo de Cruceros, noticia publicada en:

<http://www.viajarencruceros.com/portugal-un-destino-que-se-abre-al-turismo-de-cruceros>

condiciones de seguridad, destacando que actualmente este muelle es de los mejores muelles del mundo.

Por otro lado, cabe destacar que el turismo de cruceros trae consigo una serie de impactos: sociales, económicos y medioambientales. Cuando un crucero esta en puerto los turistas provenientes de estos realizan una serie de actividades, las cuales generan impactos positivos como: la creación y generación de empleo, de ingresos, de negocios, vinculación con negocios locales. Sin embargo, lo mencionado anteriormente es una actividad que sucede solo por temporadas, el empleo para este tipo turismo es limitado y el gasto promedio por visitante es variable. Entre los impactos sociales se encuentran: mayor generación de ingresos para la comunidad local, nuevas oportunidades para artesanos locales, comunidades empresariales, interacción turistas extranjeros con residentes, contaminación sonora, riesgo con la preservación de la cultura tradicional, incremento de la actividad delictiva y enfermedades contagiosas como la gripe AH1N1.

En cuanto al impacto medioambiental los cruceros pueden traer consigo contaminación del lecho marino, las bahías, destrucción de los arrecifes coralinos, generación de desperdicios humanos y vertido de desperdicios ubicados en tierra.

El impacto económico depende desde el tipo de puerto (si es puerto de embarque principal o puerto de escala) que se visita hasta la oferta de servicios del destino turístico (operadores turísticos, transporte, restaurantes, hoteles, atracciones, etc.).

El beneficio económico que genera esta industria proviene básicamente del gasto de los cruceristas, del gasto de la tripulación y del barco mismo en pago de servicios portuarios, tales como: suministro de agua potable, recolección de basuras solidas, entre otros.

### **1.5. El turismo de Cruceros en el Caribe**

El Caribe es el destino turístico más atractivo del turismo de cruceros en el mundo seguido de Alaska y Bahamas. La preferencia se debe, en gran parte a los recursos naturales, al clima cálido que presenta durante casi todo el año, sus playas y una naturaleza privilegiada que permite desarrollar actividades recreativas y excursiones para los turistas. Además importantes compañías como Royal Caribbean, Carnival Cruises, Nowegian Cruise Line, Pullmantur, entre otras, operan en algún momento del año, navegando por estas aguas cálidas y de arenas blancas.

Entre los destinos turísticos participantes en el Caribe están: Antigua, Aruba, Bahamas, Belize, Bermuda, Bonaire, Islas Caimán, Cartagena-Colombia, Costa Maya-México, Cozumel-México, Curazao, Jamaica, Dominicana, Granada, Key West-FL, Martinique, San Juan-Puerto Rico, St. Kitts, St. Lucia, St. Maarten, Trinidad y Tobago y las Islas Vírgenes de los Estados Unidos.

La demanda en el Caribe se mantiene porque, como se menciona anteriormente, su condición climática es favorable durante todo el año, a diferencia de otros destinos como Alaska y el Mediterráneo, los cuales solo tienen aceptación en el verano.

Según la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA), el Caribe durante el año 2009 reportó el 37.02% de todos los itinerarios, frente a un 37,25 % en 2008, 41.02% en el año 2007 y un 46.69% en el 2006, a pesar de la disminución en cantidad de cruceros, la cantidad de turistas sigue en constante crecimiento.<sup>14</sup> Con estas cifras se puede observar el gran auge que está teniendo el turismo de cruceros en el mundo, específicamente en la Región Caribe, ofreciendo oportunidades de crecimiento, mejoramiento, reconocimiento y proyección a nivel mundial y a su vez beneficiando a los actores que intervienen en este sector, elevando su calidad de vida e incrementando los ingresos de las poblaciones e islas del Caribe.

Por lo anterior, se han creado algunas organizaciones que se preocupan por el desarrollo y sostenimiento de este tipo de actividad, como son:

- La Asociación de Estados del Caribe (AEC) que tiene como objetivo la cooperación entre países del Caribe para promover el crecimiento económico en diferentes sectores, como el turístico.
- La Asociación de Destinos de Cruceros del Caribe (ADCC) considerada como el mecanismo de cooperación en forma de diálogo regional entre entidades gubernamentales y no gubernamentales que operan en el subsector del turismo, con el fin de evaluar los factores que afectan de manera directa o indirecta los aspectos que pueden beneficiar o afectar este tipo de turismo en la región Caribe y por consiguiente, fortalecerlo para entrar de manera fuerte a competir a nivel mundial. También actúa como

---

<sup>14</sup> Cifras reportadas por la FCCA en publicación de Cruise Industry Overview 2010, en el link: <http://www.f-cca.com/research.html>

punto de encuentro entre el sector público y privado para que estos de manera conjunta contribuyan al mejoramiento y expansión del turismo de cruceros en la región.

## **EL TURISMO DE CRUCEROS EN CARTAGENA DE INDIAS**

El Caribe colombiano cada año continúa consolidándose como destino infaltable en los cruceros internacionales, teniendo las diferentes navieras como destinos preferidos a: Cartagena, Santa Marta y San Andrés, ciudades que cuentan con infraestructura portuaria desarrollada para recibir este tipo de embarcaciones y atender a los viajeros que en ellas se movilizan.

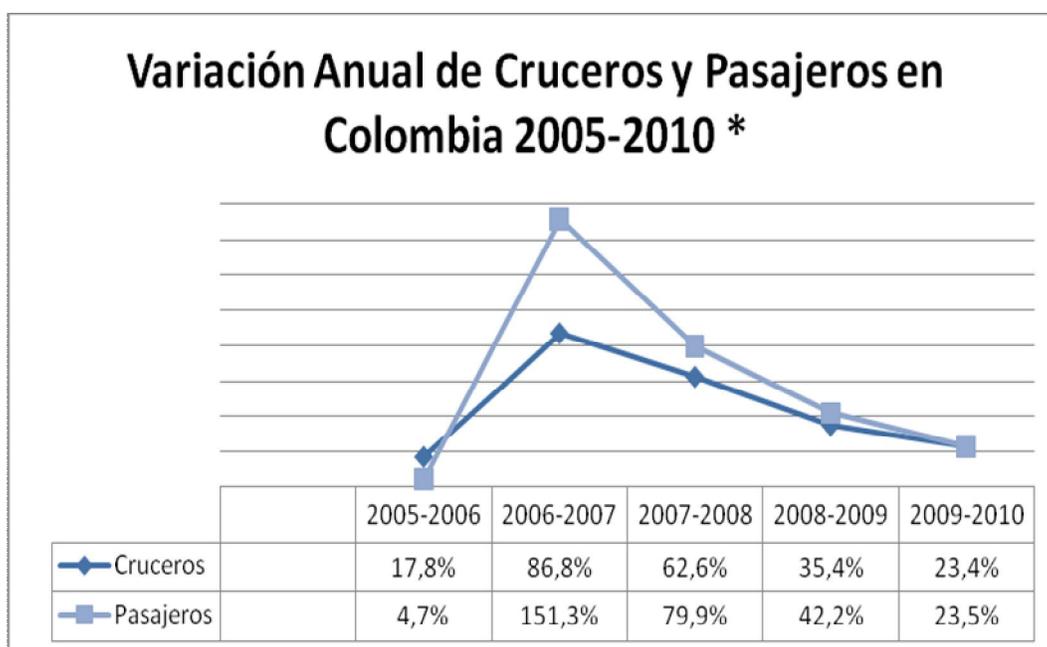
El arribo de los cruceristas a las diferentes ciudades permite la posibilidad que un gran número de personas de diferentes nacionalidades conozcan la gastronomía, la cultura y la infraestructura, ofreciéndole al Caribe colombiano la oportunidad para promocionarse y consolidarse como un atractivo turístico.

### **2.1 Turismo de cruceros en Colombia.**

Durante varios años el sector turístico colombiano se vio afectado, disminuyendo la visita de turistas extranjeros y nacionales, debido a que en el año 2001 el país fue incluido en la lista negra de países peligrosos para los turistas, de acuerdo con la mala imagen reflejada en los índices de seguridad del país. En el caso del turismo de cruceros, estas embarcaciones no tocaban puerto porque consideraban que Colombia representaba un riesgo para sus clientes; situación que ha cambiado en los últimos años gracias a las

estrategias implementadas por el gobierno central a través de Proexport quien viene liderando la campaña: “*El riesgo es que te quieras quedar*” y la marca “*Colombia es pasión*”, dirigidas a las principales navieras que operan en el Caribe, además “incentivando el ingreso de cruceros al país, mostrando el mejoramiento en la imagen del país, los índices de seguridad y facilitando la aplicación de medidas tributarias para que se originen cruceros en Cartagena” destacó el otrora Ministro de Industria, Comercio y Turismo, Luis Guillermo Plata al Informador digital<sup>15</sup>.

Grafica 1. Variación Anual de Cruceros y Pasajeros en Colombia 2005 – 2010.



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (SPRC, SPSM, Capitanía de puerto San Andrés Isla). Año 2010.

<sup>15</sup> Artículo publicado por Caribbean News en blog de cruceros, link: [http://blogdecruceiros.blogspot.com/2008\\_08\\_01\\_archive.html](http://blogdecruceiros.blogspot.com/2008_08_01_archive.html) , Agosto 6 de 2008

Con la implementación de las estrategias mencionadas se logró incluir a Cartagena de Indias, San Andrés y Santa Marta, en los itinerarios de las principales líneas de cruceros. Y como resultado de estas en los últimos cinco años el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reportó cifras como se puede observar en la gráfica 1 donde se pueden destacar dos periodos con variaciones significativas, el primero de ellos 2006-2007 en donde se refleja un incremento del 86,8% en lo referente a número de cruceros y un 151,3% en el número de pasajeros debido a que en esta temporada se reactivó el turismo de cruceros en el país. El segundo periodo es 2007-2008 donde se observa otra de las fluctuaciones más importantes con un 62,6% en la cantidad de cruceros y un 79,9% en número de pasajeros que arribaron al país.

Tabla 1. Comparativo por recaladas en puertos 2007-2010.

<b>Año</b>	<b>Cartagena</b>	<b>Santa Marta</b>	<b>San Andrés</b>	<b>Total Colombia</b>
2007	76	13	10	99
2008	137	17	7	161
2009	168	46	4	218
2010	197	69	3	269

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Año 2010

Según cifras reportadas desde el año 2007 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el puerto de Cartagena de Indias es el que percibe la mayoría de los cruceros que llegan al país con una participación de más del 70% por año en comparación con Santa Marta y San Andrés Islas, lo cual demuestra que es el destino más apetecido por turista de cruceros en Colombia. (Ver tabla 1)

## 2.2 Turismo de Cruceros en Cartagena de Indias.

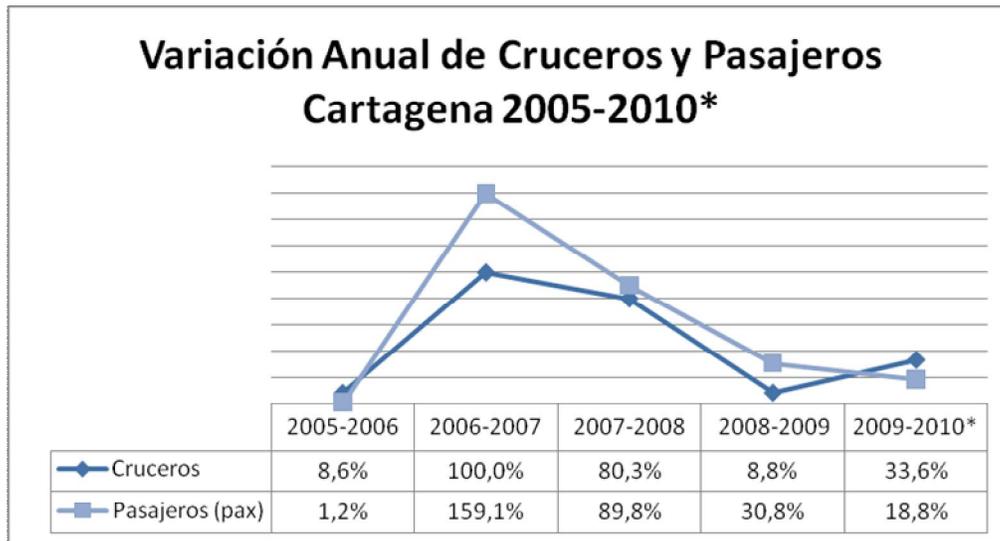
Cartagena de Indias es uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia, el primero en preferencia para el turismo interno y el más conocido a nivel internacional, el segundo receptor de turistas extranjeros después de Bogotá según cifras del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Además se define como distrito turístico y cultural a nivel nacional, patrimonio de la humanidad a nivel internacional, a su vez es considerado un puerto moderno, sirviendo esto para convertirlo en un destino estratégico para el turismo de cruceros.<sup>16</sup>

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Corporación Turismo de Cartagena de Indias, reportaron que durante el año 2005 recalaron a la ciudad unos 35 cruceros con 41.542 cruceristas, mientras que en el año 2006 lo hicieron 38 con 42.042 turistas, lo que representó una variación en la temporada 2005-2006 del 8,6% en la cantidad de cruceros, la cual se debe a la aprobación de la ley de turismo y participación en certámenes internacionales como la Bit, Fitur, Fitcar, Achmart, Expovacaciones, Travel Mar, entre otros. (Ver grafica 2)

---

<sup>16</sup>Impacto económico del turismo de crucero. Un análisis del gasto de los pasajeros que visitan el Caribe Colombiano. Documento de Investigación No. 58, Junio 2010. Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000500002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322010000500002&script=sci_arttext)

Grafica 2. Variación Anual de Cruceros y Pasajeros Cartagena 2005-2010\*



Fuente: Estadísticas de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.\*Cifras reportada por la Corporación Turismo Cartagena de Indias. Año 2010.

Durante el año 2007 arribaron a la ciudad 76 cruceros, con 108.892 cruceristas, ocasionando un incremento en la temporada 2006-2007 del 100% en cruceros para este periodo se destacan tres eventos importantes: el primero de ellos, la ciudad fue galardonada en marzo de 2006 como uno de los seis destinos que ofrecen la mejor experiencia en los tours independientes por la revista Dream World Crusie Destination, premio que resalta a nivel mundial durante 2005. El segundo, fue sede de la Reunión Anual de miembros Platino de la Asociación de Cruceros de Florida (FCCA), donde Stephen Nielsen, Vicepresidente de Princess Cruise, anuncio el regreso a Colombia de esta línea en 2007, con 27 cruceros y cerca de 54 mil nuevos pasajeros. Y por último, el crucero "Queen Elizabeth llega a Cartagena de Indias en Diciembre de 2006, el retorno de este

buque fue una noticia importante para el sector turístico del país, toda vez que no venía a costas nacionales desde enero de 2002<sup>17</sup>. (Ver grafica 2)

En el año 2008 recalaron 137 cruceros con 206.691 turistas durante la temporada 2007-2008 (ver tabla 1); la variación en cruceros fue de 80,3%, esto se debe al resurgimiento de las visitas de cruceros hacia Colombia potencializado por el regreso de Royal Caribbean, el 18 de abril de 2007, y la designación de Cartagena de Indias como puerto de embarque intermedio de esta naviera para la temporada 2008, reafirmandose el buen momento de la industria en el país y las oportunidades que ahora se presentan para nueva inversiones en el sector.<sup>18</sup> (Ver grafica 2)

Al cierre de la temporada 2008- 2009 la variación del 8,8% en la cantidad de cruceros que arribaron al puerto, generó un incremento del 30.8% en el numero de cruceristas que visitaron la ciudad con respecto al periodo anterior (ver grafica 2). Los eventos que influyeron en esta temporada fueron: el mayor número de líneas navieras en los muelles cartageneros y la designación de la ciudad como puerto de embarque. Este comportamiento hizo pensar a muchos dirigentes del sector que la ciudad se convirtiera en el principal puerto de embarque de Colombia y en uno de los más importantes del gran Caribe.

---

<sup>17</sup> Notiexport, Boletín emitido por PROEXPORT, en Diciembre de 2006, ver en el link: [www.proexport.com.co/.../DocNewsNo4835DocumentNo6609.DOC](http://www.proexport.com.co/.../DocNewsNo4835DocumentNo6609.DOC)

<sup>18</sup> Sector Turismo. Una oportunidad de Inversión hotelera. Invierta en Colombia. Volumen I – No.2 Febrero 2010. Disponible en: [www.inviertaencolombia.com.co/.../086\\_Sector%20Turismo%202010-06-17.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/.../086_Sector%20Turismo%202010-06-17.pdf)

En el 2009 con el arribo al puerto de Cartagena del Dawn Princess, de la línea Princess Cruises, comenzó la temporada de cruceros que se extendió hasta junio de 2010 y en la que se esperaba la llegada de unos 470.000 viajeros en barcos de 25 navieras. Portavoces de la vicepresidencia de Turismo del Fondo de Promoción de Exportaciones (Proexport) destacaron como "la novedad de esta temporada" la llegada y por primera vez, El Pullmantur, la naviera española con más de 10 años de experiencia en el turismo de cruceros en el mediterráneo, norte de Europa y el Caribe. Con la empresa europea serían 25 las navieras que arribarían a los puertos colombianos, entre ellas Royal Caribbean, Celebrity Cruises, See Tours, Holland America, Silver Cruises, Azamara Cruises, MTC Hamburg y Seabourn. Nubia Stella Martínez, vicepresidenta de Turismo de Proexport, recordó la experiencia de cuatro temporadas continuas de éxito y crecimiento en cuanto a llegada de buques y de pasajeros a los puertos del país, principalmente a Cartagena<sup>19</sup>.

La temporada 2009-2010 registró un crecimiento del 33.6% en cantidad de cruceros con respecto a la temporada 2008-2009 (ver grafica 2). Y para la temporada 2010-2011 se esperan 179 buques con 325.000 turistas<sup>20</sup>.

El turismo de cruceros que se desarrolla en Cartagena de Indias se caracteriza por tener itinerarios que van de 7 a 20 días, la mayoría de ellos provienen de los Estados Unidos de América, son cruceros multidestinos, con una estadía

---

<sup>19</sup> La ciudad puesta en escena: el turismo entre desarrollo local y patrimonio mundial en Cartagena de Indias (Colombia) Elisabeth Cunin – IRD

<sup>20</sup> Cifra reportada por la SPRC.

promedio de 6 horas fuera del puerto, además ofrecen en el costo del crucero el todo incluido (alimentación y bebidas gratis durante el crucero).

Entre las líneas de cruceros que operan en este destino se encuentran: Celebrity Cruises, Royal Caribbean International, Regent Seven Seas Cruises, Princess Cruises, Carnival, Pullmantur, MSC Cruises, Holland America Line, Oceania Cruises, ofreciendo embarcaciones con capacidad de transportar de 850 a 3.000 pasajeros, que incluyen instalaciones y servicios estándar de centros vacacionales, como restaurantes, piscinas, discotecas, teatros, galerías, gimnasios, spas e instalaciones deportivas<sup>21</sup>, convirtiéndose en hoteles flotantes equipados y diseñados para satisfacer las necesidades de sus clientes.

El perfil del crucerista que visita este destino turístico se caracteriza por que el 51.3% son hombres y un 48,7% son mujeres, el 65% de ellos son de nacionalidad norteamericana mientras que un 16.7% son venezolanos y cerca al 9% son ciudadanos europeos. Además el 60% tienen 56 años o más; viajan en parejas, tienen un ingreso anual familiar de más de 75.000 dólares y adquieren el crucero en una agencia de viajes; la gran mayoría han tomado cruceros antes de venir a la ciudad.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Información tomada de uncrucero.com disponible en el link: <http://www.uncrucero.com/ciudades/165/Cartagena>

<sup>22</sup> Impacto económico del turismo de cruceros. Un análisis del gasto de los cruceristas que visitan el Caribe colombiano.

De todo lo anterior se puede inferir que la llegada de cruceros a Cartagena ha generado oportunidades de empleo, desarrollo, proyección mundial y comercio como también permite a las personas que quieren visitar la ciudad tener más confianza en ella. Así mismo, los turistas que llegan por primera vez, van a querer repetir esta experiencia, como también van a recomendar a familiares y amigos. Los cruceristas al mismo tiempo de disfrutar los paisajes e infraestructura, benefician a la ciudad generando ingresos a los negocios locales. Además, el turismo de cruceros crea medios de subsistencia sostenibles, ayudando a las personas de más bajos recursos que viven del turismo a elevar su calidad de vida y no obstante, impulsa el crecimiento económico de la ciudad, con esta actividad se aviva la correlación de divisas y comercio internacional.

### **2.3. Tendencias y perspectivas del turismo de cruceros en Cartagena.**

Como se puede observar el turismo de cruceros en Cartagena de Indias es una actividad que se ha venido convirtiendo en un elemento clave para la economía local (sectores artesanal, gastronómico y de entretenimiento, entre otros). Ubicada en la costa noroccidental de Colombia, Cartagena de Indias forma parte del grupo de ciudades patrimonio mundial de la UNESCO; reconocimiento atribuido gracias a su majestuosa ciudad amurallada y fortificaciones que complementan su conjunto arquitectónico. Este atractivo sumado a las modernas instalaciones con que cuenta el puerto de la ciudad la ha convertido en destino estratégico para las principales líneas de cruceros. Igualmente, la ciudad tiene la ventaja de formar parte de la región Caribe (el

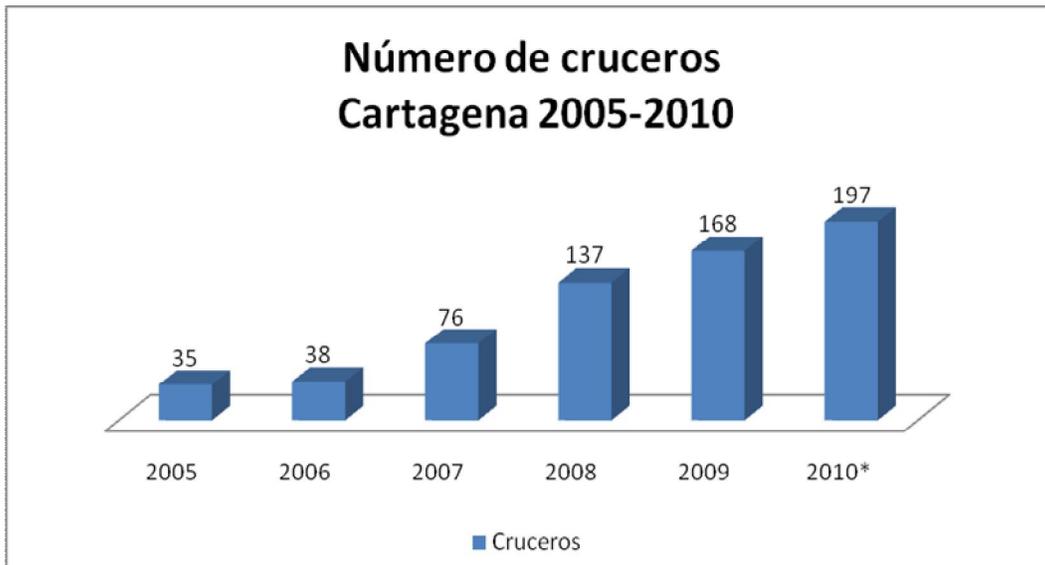
destino de mayor preferencia del mercado mundial de cruceros) y esto le ha permitido recientemente aumentar su participación en los itinerarios de los barcos que hacen tal ruta.

Durante los últimos 5 años Cartagena de Indias ha mostrado un incremento del 4.6% en la recepción de cruceros y del 5.8% en la cantidad de pasajeros tomando como base el año 2005, en las figuras 1 y 2 se refleja este crecimiento, específicamente en el año 2007 donde la cantidad de cruceros creció en un 100% con respecto al año anterior y el número de cruceristas paso de 42.042 en 2006 a 108.892 en 2007, tendencia positiva que se continúa reflejando en las cifras reportadas por la Sociedad Portuaria de Cartagena durante los años 2008, 2009 y 2010<sup>23</sup>.

---

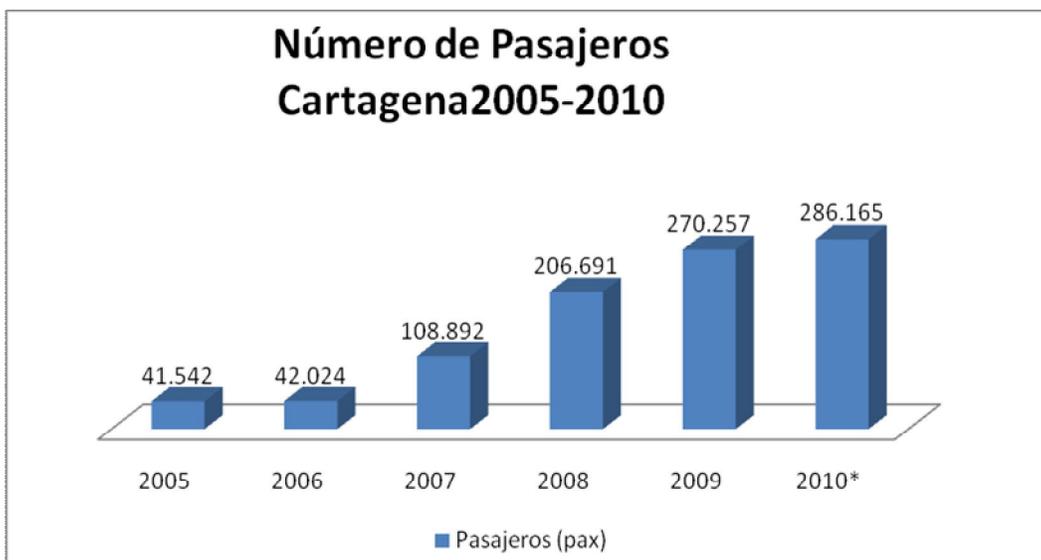
<sup>23</sup> Estadísticas de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Cifras reportada por la Corporación Turismo Cartagena de Indias. Año 2010.

Figura 1. Número de cruceros Cartagena 2005-2010\*



Fuente: Estadísticas de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.\*Cifras reportada por la Corporación Turismo Cartagena de Indias. Año 2010.

Figura 2. Número de pasajeros en Cartagena 2005-2010\*



Fuente: Estadísticas de Turismo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.\*Cifras reportada por la Corporación Turismo Cartagena de Indias. Año 2010.

Por otro lado, según cifra reportada por la Corporación Turismo Cartagena de Indias en el año 2010 llegaron 197 buques con un total 286.165 pasajeros y hasta marzo del 2011 han arribado 73 cruceros con 172.251 cruceristas.

A su vez cabe destacar que Alfonso Salas, gerente de la Sociedad Portuaria Regional Cartagena (SPRC) durante acto inaugural del nuevo terminal de pasajeros del Muelle de cruceros de esas instalaciones, pronosticó que en la temporada 2010- 2011 el número de turistas de cruceros que llegarán a Cartagena alcanzaran los 500 mil. Las proyecciones para los próximos tres años son de un millón y medio de visitantes y hacia el 2015 espera recibir dos millones de turistas<sup>24</sup>.

Por tanto, las perspectivas para este subsector del turismo son muy promisorias, debido a varios factores, entre ellos: el incremento de la cantidad de cruceros y número de pasajeros presentado en los últimos cinco años, los esfuerzos realizados por el gobierno nacional para atraer turistas internacionales y operadores turísticos mediante la mejora de la oferta turística, el mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros, la formación del talento humano para garantizar estándares de calidad, generando un impacto en el arribo de cruceros, convirtiendo a Cartagena en un puerto destino apetecido por extranjeros.

Como corolario de lo anterior se observa el auge que atraviesa este subsector de la economía, situación que se presenta por las estrategias implementadas

---

<sup>24</sup> TURISMO DE CRUCEROS HACIA EL 2015. Cartagena le apunta a 2 millones de visitantes. (consultado 1 de Noviembre). Disponible en: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=561030&page=26>

por las diferentes entidades que intervienen en el desarrollo de esta actividad con el fin de aumentar la llegada de cruceristas cada temporada a los diferentes destinos turísticos nacionales.

## **TURISMO DE CRUCEROS COMO ACTIVIDAD ECONOMICA EN CARTAGENA DE INDIAS**

En los capítulos anteriores se observa el crecimiento que ha reportado durante los últimos cinco años el turismo de cruceros en el mundo, en Colombia y específicamente en Cartagena de Indias.

A continuación se analiza el impacto generado por el turismo de cruceros en la actividad económica de la ciudad, identificando las siguientes variables: el nivel de gasto de los cruceristas, el nivel de ingresos y empleo que generan en los lugares comerciales más visitados por ellos<sup>25</sup>, información que servirá como aporte al estudio “Impactos del turismo de cruceros: El caso de Cartagena de Indias” que realiza Proexport con el apoyo de la Universidad de Bolzano (Italia) y la Tecnológica de Bolívar.

Por lo anterior se hizo necesario identificar cual es la oferta de la ciudad como destino turístico, dentro de la cual se encontraron los atractivos y las facilidades turísticas, dentro de los atractivos turísticos están los bienes culturales como: el Castillo San Felipe, el Cerro de la Popa, el Museo del Oro, el Palacio de la Inquisición; lugares de arquitectura religiosa como: Iglesia San Pedro Claver, Santo Domingo y la Catedral; y lugares de arquitectura civil como las casas

---

<sup>25</sup> Lugares comerciales asignados: Centro comerciales Caribe Plaza, Pierino Gallo y Centro de la Ciudad (Bovedas).

coloniales ubicadas en el Centro histórico. Por otro lado, se encuentran las facilidades turísticas que son las actividades desarrolladas por restaurantes, joyerías, agencias de viajes, gastronomía, bares, casinos, transporte, artesanías, música, manifestaciones religiosas y creencias populares, los cuales son aspectos de nuestra idiosincrasia que influyen en la actividad turística de la ciudad, entre otras actividades de esparcimiento y recreación constituyendo un recurso más que ofrecer al turista. El ofrecimiento de los servicios por parte de cada una de estas actividades conforma el llamado producto turístico.

A su vez se identificó la demanda del tipo de turista de cruceros para la cual se tomó como referencia el estudio "*Impacto económico del turismo de cruceros. Un análisis del gasto de los cruceristas que visitan el Caribe colombiano*", publicado por la Universidad ORT de Uruguay donde definen el perfil del crucerista que arriba a la ciudad, reportando que el 51.3% de los cruceristas son hombres y un 48.7% son mujeres, además destacan que más del 65% son de nacionalidad norteamericana, mientras que un 16.7% corresponde a venezolanos y cerca al 9% a ciudadanos europeos. El 80% de los visitantes de Cartagena son casados y más del 60% tienen 56 años o más.<sup>26</sup>

Después de identificar cual es el producto turístico y el tipo de cruceristas que arriban a la ciudad se procedió al análisis de las siguientes variables:

---

<sup>26</sup> Impacto económico del turismo de cruceros. Un análisis del gasto de los cruceristas que visitan el Caribe colombiano.

### **3.1 Gasto de los turistas de cruceros en Cartagena de Indias**

Para la estimación del gasto promedio de los cruceristas en la ciudad de Cartagena de Indias los autores del presente estudio se remitieron al documento “Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008 (RIET 2008)”, donde definen el gasto turístico como la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Además mencionan que para la medición del gasto turístico es importante tener en cuenta las características claves de los visitantes y sus viajes, recopilar información sobre los lugares visitados y la duración de la estancia en cada uno de ellos. Algunos países para la estimación del gasto podrían considerar útil realizar una medición frecuente de los movimientos de los visitantes y sus características.

Además del documento anterior se tomaron como referencia dos estudios previos en el tema, el primero de ellos es *“Impacto Económico del turismo de cruceros, un análisis del gasto de los cruceristas que visitan el Caribe colombiano”*; documento No.58 de la Universidad ORT Uruguay, estudio en donde los investigadores destacan que los cruceristas que visitan a Cartagena se distinguen por tener las siguientes características:

- Los cruceristas gastan más en joyas y los grandes consumidores en estas son mujeres que en su gran mayoría son jóvenes, de ingresos altos y residen en los Estados Unidos.

- Las cruceristas más propensas a gastar lo hace en souvenirs, quienes generalmente lo hacen cuando permanecen muchas horas fuera del puerto.
- Los cruceristas que gastan normalmente son personas que visitan la ciudad por primera o segunda vez.
- Son personas que tienden a viajar en grupos.

Por último, el mencionado estudio resalta que el gasto de los pasajeros tiene relación con el número de horas que permanecen los cruceristas en la ciudad, es por esto que en el caso de Cartagena la permanencia de los cruceros es de 6 horas.

El segundo estudio tomado como apoyo en este trabajo para analizar el gasto de los cruceristas es "*Balance y perspectivas del impacto económico del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias en el periodo 1998 - 2008*". En éste se encuentra que el gasto promedio por crucerista es de 125,38 USD.

Es pertinente anotar que la información de los anteriores documentos fue recolectada por medio de encuestas aplicadas a los cruceristas después que regresaban de su visita a la ciudad.

Sin embargo, para validar la información anterior en el presente estudio se consultó a la población objetivo aplicando encuestas estructuradas. Como resultado se pudo determinar que el crucerista que visita a Cartagena gasta en

promedio 125,51 USD, cifra que no difiere del resultado de los estudios anteriores.

Por otro lado el cuestionario de dicho instrumento incluía otras variables cuyo propósito es el de analizar como el comportamiento del gasto de los cruceristas influyen en la actividad comercial de los negocios que visitan.

Los resultados de la investigación arrojaron que el 94% de los cruceristas suelen visitar los locales comerciales, 90% de ellos realizan algún tipo de compra, 35% duran menos de 15 minutos, el 41% de 15 a 30 minutos, el 16% entre 30 y 60 minutos y sólo el 7% demora más de 1 hora.

De lo anterior se pudo identificar también que el tiempo de permanencia de los cruceristas en sus establecimientos tiene una relación directa con el gasto que estos realizan; percepción que es muy similar a la observada en "An analysis of expenditures by cruise ship passengers in Jamaica"<sup>27</sup>, investigación que analiza el gasto del crucerista y sus influencias en la economía de Jamaica. Donde su autor Tony Henthorne señala que el tiempo que demora el crucerista en tierra influye sustancialmente en el gasto que hará, debido a que este tiempo es utilizado por los comercios para inducir a los cruceristas a la compra.

En cuanto a las temporadas de cruceros en la ciudad el 43% de los locales encuestados afirmó que la temporada 2009- 2010 fue mejor que la anterior atribuyendo esta situación al arribo de un mayor número de cruceristas y mas

---

<sup>27</sup>Henthorne T.L (2000) disponible en el link: <http://jtr.sagepub.com/content/38/3/246.abstract>

compras por persona, el otro 57% consideró que la temporada no fue mejor que la del 2008-2009 debido al menor número de cruceristas, justificación que es invalida porque según cifras reportadas por la Sociedad Portuaria Regional Cartagena, la cantidad de pasajeros aumento de 270.257 a 321.100 en la temporada 2009 – 2010, además los comerciantes agregaron que algunos de los cruceristas que visitan sus negocios no realizan compras en sus locales y relacionaron el gasto del turista con su nacionalidad. Para el 80% de la población analizada los turistas de cruceros que más gastan son los provenientes de Norte América y Venezuela los cuales demandan joyas y artículos deportivos respectivamente, por su calidad y precio.

Por lo tanto, se infiere que el número de cruceristas que arriben a Cartagena es de vital importancia, porque entre mas cruceristas lleguen y recorran la ciudad mayor probabilidad habrá que estos realicen compras en los diferentes locales comerciales.

Continuando con el análisis se comparó el gasto entre los turistas de estancia y los cruceristas, para el 34% de los establecimientos encuestados el turista de estancia tiene un comportamiento de gasto igual al turista de cruceros, el 25% consideró que los turistas de estancia hacen un gasto mayor y el 22% restante manifestó que los turistas de estancia hacen un gasto menor que los cruceristas.

Lo anterior indica que el turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena tiene un impacto económico similar al turismo de estancia en lo referente a las

ventas en los locales comerciales. Sin embargo, cabe resaltar que el primero solo se presenta por temporadas<sup>28</sup> y al ser comparado con el turismo de estancia se consideró que tiene una representación muy significativa en el gasto ya que el turismo de estancia se presenta durante todo el año.

Otra variable que se analizó fue si los locales comerciales realizan algún tipo de acción para incentivar el gasto por parte de los cruceristas, obteniendo como resultado que el 64% respondió de manera negativa y sólo un 36% tomó medidas, entre las cuales se encuentran: contactos a los guías turísticos, y descuentos con tiqueteras suministradas a los cruceristas al momento de desembarcar en puerto como es el caso del centro comercial Caribe Plaza.

Con los resultados anteriores se observa que solo una pequeña porción de la población en estudio toma medidas y estrategias para aumentar sus ventas durante la temporada de cruceros, debido a que para ellos es importante tener una ganancia adicional, mientras que para los demás locales es indiferente generar ingresos adicionales con este tipo de turismo.

Al mismo tiempo se consultó a los dueños de los locales comerciales si consideraban que las autoridades municipales deberían realizar algún tipo de acción para aumentar las ventas a cruceristas, a lo que el 92% respondió de manera afirmativa, dejando ver que los comerciantes esperan que las entidades gubernamentales tomen medidas para aumentar las ventas de sus

---

<sup>28</sup> Temporada que comprende los meses entre Octubre y Mayo.

locales a los cruceristas. En el cuestionario los autores sugerían algunas acciones posicionándolas a los comerciantes de la siguiente manera: el 63% eligió que se deben traer más cruceros que embarquen en la ciudad, como segunda se ubica con un 27% incentivar la venida de cruceros y por último se encuentra aumentar el tiempo de escala de los cruceros con un 10%.

De acuerdo con la opinión de los encuestados se deben tomar las anteriores acciones para garantizar que la mayoría de los cruceristas realicen algún tipo de compra.

Por último, los comerciantes tenían la opción de seleccionar y posicionar cual de las entidades propuestas por lo autores, deberían realizar alguna acción a lo que el 74% de los establecimientos encuestados consideró que la Alcaldía de Cartagena debería tomar medidas para aumentar las ventas a través de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, quedando con un 15% Proexport y el 11% optó la Cámara De Comercio de Cartagena, observándose que la primera de las entidades mencionadas debe tomar medidas con el fin de que el turismo de cruceros genere mayores beneficios a la economía local.

Como conclusión de los resultados obtenidos se evidencia que el gasto promedio de 125,38 USD calculado en el estudio publicado por la Universidad de Cartagena y el estimado por el presente estudio de 125,51 USD son similares destacando que las fuentes de información fueron diferentes. Además se observó que la mayoría de los cruceristas que visitan los locales comerciales realizan compras. A su vez se encontró una relación entre el

tiempo que permanecen los turistas en los negocios y el gasto realizado. En cuanto a los artículos que más demandan se encuentran las joyas, ropa, souvenirs, calzado y artesanías.

Por otro lado, es importante destacar que los comerciantes están a la espera de que las entidades gubernamentales como la Alcaldía de Cartagena de Indias a través de la Corporación Turismo Cartagena de Indias realicen acciones para aumentar las ventas en los establecimientos comerciales.

### **3.2 Ingresos del turismo de cruceros en la economía local.**

Con base en los resultados obtenidos en lo referente al gasto se calcularon los ingresos ocasionados por el turismo de cruceros. Para calcular estos ingresos los autores tomaron como referencia el método utilizado en el trabajo “Balance y perspectivas del impacto económico del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias en el periodo 1998-2008”<sup>29</sup> el cual tuvo en cuenta el número de pasajeros que arribaron a la ciudad por año y lo multiplico por el gasto promedio estimado en el que incurren los cruceristas de acuerdo con la información suministrada por la población objeto de estudio, además de lo anterior en el presente trabajo se agregaron variables como la tasa representativa del mercado (TRM) a 31 de diciembre y la inflación de cada año. (Ver Tabla 2).

---

<sup>29</sup> Balance y perspectivas del impacto económico del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias en el periodo 1998-2008.

Tabla 2. Ingresos generados por el turismo de cruceros en Cartagena 2005-2010.

Año	Cruceros	Pasajeros (pax)	Ingreso USD	Ingreso en pesos**	TRM a 31 dic	Inflación	IPC (2000)	Ingreso real**
2005	35	41.542	5.213.936	11.909	2.284,22	4,85%	135,67	8.778
2006	38	42.024	5.274.432	11.808	2.238,79	4,48%	141,75	8.330
2007	76	108.892	13.667.034	27.535	2.014,76	5,69%	149,82	18.379
2008	137	206.691	25.941.787	58.202	2.243,59	7,67%	161,32	36.079
2009	168	270.257	33.919.956	69.340	2.044,23	2,00%	164,55	42.140
2010	197	286.165	35.916.569	71.469	1.989,88	3,17%	169,76	42.099
<b>Total ingresos 2005-2010</b>			<b>119.933.716</b>	<b>250.266**</b>				<b>155.808**</b>

Fuente: Datos bases Sociedad Portuaria y Corporación Turismo Cartagena de Indias. Cálculos y diseños de los autores. Tasa representativa a 31 de Diciembre reportada por [www.colombia.com](http://www.colombia.com) e inflación tomada del Departamento nacional de estadísticas (DANE) Año 2010. \*\*Cifras expresadas en miles de millones

Del análisis de la tabla 2, se pueden extraer varias conclusiones importantes la primera es que el turismo de cruceros durante el periodo 2005-2010 aportó a la economía local un acumulado de 155.808 billones de pesos colombianos, también se evidencia que el ingreso de divisas a la ciudad tiene relación directa con el incremento del número de pasajeros, situación que se presentó gracias a los importantes esfuerzos realizados en promoción internacional de Cartagena, labor realizada conjuntamente entre la Sociedad Portuaria Regional Cartagena, Proexport y la Presidencia de la República.

Sin embargo el ingreso real percibido por la economía local se ve afectado por las variaciones de la tasa representativa del mercado y la inflación generando una menor percepción de pesos colombianos a los comerciantes ubicados en los establecimientos comerciales objeto de estudio en la ciudad de Cartagena. Además cabe anotar que gracias a los esfuerzos realizados durante los últimos años por el gobierno nacional de mantener una economía estable y disminuir la

inflación, la economía local puede reportar mayor captación de dinero recibida de cruceristas que visitan los diferentes locales comerciales durante la temporada de cruceros.

### **3.3 Aporte del turismo de cruceros a nivel de empleo.**

Conforme con las recomendaciones planteadas por Naciones Unidas<sup>30</sup> para medir el empleo generado por la industria turística, la unidad estadística recomendada es la persona empleada que puede ser asalariada o independiente. Los datos son recolectados mediante encuestas a la población activa, encuestas a los establecimientos y registros administrativos (archivos de seguridad social, informes fiscales o informes sobre el empleo).

En la ciudad de Cartagena de Indias el cálculo del empleo por turismo de cruceros es complicado, debido a que los establecimientos comerciales atienden la demanda de todo tipo de turistas sin discriminación alguna por el medio de transporte que utilizaron para arribar a la ciudad, contrario a la situación que se presenta con las actividades como el servicio de guías turísticos autorizados, el servicio de transporte turístico como buses, taxis y los Tours operadores o agencias, que son actividades de fácil estimación del empleo por turismo de cruceros, porque trabajan de la mano con este tipo de turismo. Los empleos generados en estas agencias por turismo de cruceros, son todas aquellas personas vinculadas a los departamentos de cruceros, hay

---

<sup>30</sup> Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008.

que aclarar que estas agencias también se encargan del turismo extranjero llegado en otro tipo de transporte a la ciudad, al tiempo del turismo nacional.

Teniendo en cuenta las anteriores observaciones, el estudio “Balances y perspectivas del impacto económico del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias en el periodo 1998-2008” obtuvo los siguientes resultados sobre el empleo por turismo de cruceros. (Ver Tabla 3)

Tabla 3. Total de empleos generados por turismo de cruceros

<b>Actividad</b>	<b>Número de Empresas</b>	<b>Empleos Generados</b>
Comercio de Joyas	11	35
Comercio de Ropa	7	27
Comercio de Artesanías	22	48
Servicio de Guías	1	200
Transporte turístico buses	1	75
Transporte turístico taxis	1	1050
Tour Operadores	4	17
Total empleo turismo cruceros		1452

Fuente: Asociación de Joyeros de Cartagena Antigua (ASOJOCAN), Sindicato único de guías turísticos (SINGUIPROTUR), Cooperativa de taxistas y conductores turísticos de Cartagena (COOTAXCONTUCAR), AVIATUR, AVIACARIBEEAN, SEICO, BIENVENIDOS TURISMO LTDA.

Como se evidencia en la tabla anterior el mayor número de empleos generados en el año 2008 por el turismo de cruceros corresponde al transporte turístico de taxis aportando el 72.3% al total de los empleos, seguido por el servicio de guías con una participación del 13.8%, el transporte turístico buses con el 5,2% y ubicándose con menor participación el comercio de artesanías, joyas y ropa.

Para realizar un comparativo entre la investigación antes citada y el empleo extra calculado por el presente estudio únicamente se tuvo en cuenta el empleo generado por los locales comerciales como son: comercio de joyas, comercio de ropa y comercio de artesanías, los cuales aportaron a la generación de

empleo un 7,57% cifra que dista del resultado que obtuvo el presente estudio el cual fue del 11% en empleo extra generado<sup>31</sup>.

De lo mencionado anteriormente se puede inferir que el turismo de cruceros ha incrementado un 3.43% en la generación de empleo durante los últimos tres años, además en los locales comerciales que contratan personal para las temporadas de cruceros son los clasificados en las categorías: ropa y accesorios, artesanías y joyería.

Por último, es importante resaltar que el empleo generado por el turismo de cruceros es de tipo estacional, es decir, no se presenta durante todo el año sino que hace que el empleo en estos lugares aumente en temporadas, debido a que el número de turistas dinamiza esta actividad en periodos específicos del año, esta estacionalidad se considera una característica del turismo en general.

---

<sup>31</sup> Encuesta aplicada en el año 2010.

## **ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE MARKETING PARA MEJORAR LOS SERVICIOS PRESTADOS AL TURISMO DE CRUCEROS EN CARTAGENA DE INDIAS.**

Después de analizar el impacto que genera este subsector de la economía en la ciudad de Cartagena de indias, en el presente capitulo se formulan una serie de estrategias comerciales y de marketing que podrán ser implementadas por los diferentes actores que intervienen en el sector turístico, específicamente en la actividad de turismo de cruceros, con el fin de mejorar las condiciones y los servicios que ofrece este destino turístico a los cruceristas.

Las estrategias aquí planteadas están basadas en el modelo del diamante de Michael Porter con el cual se identifican los cuatro factores determinantes en la competitividad de las naciones que son: la condición de la oferta, la condición de la demanda, las industrias relacionadas y proveedores, la estructura y rivalidad de las firmas, a su vez se incluye el gobierno debido a que este juega un papel importante en el desarrollo de una región. Por tal razón, se plantean las siguientes estrategias:

Figura.3 Diamante de Michael Porter



#### 4.1 CONDICIÓN DE LOS FACTORES

La condición de los factores describe la situación de la nación de acuerdo a sus factores básicos de producción: tierra, capital y mano de obra, con los que puede producir bienes y servicios, así como competir en el mercado.

##### **Estrategia:**

Implementar una norma de calidad para las personas y establecimientos que interfieren con el turismo, cuyo objetivo es garantizar la capacitación de estos en una segunda lengua.

##### **Acción:**

- ✓ Estipular un plazo en el cual todas las personas que laboren en locales comerciales, hoteles y taxistas se capaciten y puedan obtener una

certificación de bilingüismo para poder trabajar en esta industria. Con lo anterior se mejoraría el nivel de satisfacción del turista y la competitividad de la ciudad.

#### **4.2 CONDICIÓN DE LA DEMANDA**

La condición de la demanda consiste en identificar el perfil de los consumidores, la publicidad y promoción, con el fin de identificar necesidades existentes y/o futuras.

##### **Estrategia:**

Crear ferias para promocionar los lugares que pueden visitar los cruceristas como: museos, iglesias, almacenes de ropa, joyas, accesorios y restaurantes.

##### **Acción:**

- ✓ Los restaurantes pueden ofrecer muestras gastronómicas con comidas típicas de la región y de esta manera evitar que los cruceristas regresen a almorzar al crucero.
- ✓ Ofrecer rutas que permitan a los cruceristas participar de las fiestas eclesiásticas que se celebran en la ciudad como la fiesta de la Candelaria.

### **4.3 INDUSTRIAS RELACIONADAS Y PROVEEDORES**

Son las industrias que comparten actividades al mismo tiempo y compiten o tiene productos complementarios, propiciando la creación de nuevas industrias competidoras, aportando flujo de información e intercambio en servicio técnico.

#### **Estrategia:**

Los actores que intervienen en la prestación de servicios turísticos deben trabajar de manera conjunta para conocer los gustos y/o preferencias de los cruceristas, con el fin ofrecer a sus clientes productos estandarizados, brindando a sus clientes calidad y satisfacción al momento de la inversión, lo cual puede generar un regreso al destino turístico.

#### **Acción:**

- ✓ Otorgar descuentos a los cruceristas por parte de los centros comerciales, a través de bonos, obsequios que sean entregados cuando estos lleguen al puerto.
- ✓ Ofrecer planes que vinculen al comercio local y a las empresas encargadas del turismo de cruceros

### **4.4 ESTRATEGIA PARA LA ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS FIRMAS**

Este factor está conformado por la manera como se rigen, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad entre ellas en el país.

#### **Estrategia:**

Mostrar a Cartagena de Indias como una ciudad que pueden disfrutar turistas de todas las edades

***Acción:***

- ✓ Proponer planes románticos (parejas), visitas al Centro histórico, a los centros comerciales (los niños se verán atraídos por los juegos), rutas ecológicas, entre otros.

#### **4.5 GOBIERNO**

El papel del gobierno en la ventaja competitiva tiene influencia en los cuatro factores anteriores de manera positiva o negativa, dependiendo de la política gubernamental adoptada.

**Estrategia:**

Continuar con la participación y promoción de Cartagena de Indias en eventos internacionales como destino turístico confiable y seguro para los turistas de cruceros. Además gestionar acuerdos con las navieras con el fin de incrementar el tiempo promedio de duración de los cruceros en el puerto.

***Acción:***

- ✓ Incrementar y mantener los índices de seguridad de la ciudad, debido a que la buena imagen de la ciudad influye de manera directa sobre la disposición al momento de comprar un pasaje de crucero por parte de clientes potenciales.

- ✓ Implementar políticas que restrinjan las actividades lucrativas y de entretenimiento a bordo, mientras el crucero arribe al puerto, para asegurar que un porcentaje del gasto promedio de un crucerista llegue al destino visitado.
  
- ✓ Incentivar la investigación del turismo de cruceros tanto en entidades educativas como gubernamentales con el fin de que estos estudios arrojen datos que sirvan para la implementación de estrategias y políticas que conlleven a una mejora de la ciudad como destino turístico.

Para finalizar cabe destacar que mientras las autoridades portuarias, el gobierno nacional y los diferentes actores que intervienen en la prestación de servicios al turismo de cruceros en Cartagena de Indias no trabajen de manera conjunta, la sostenibilidad de este subsector estará en riesgo, debido a que no pueden ejercer mayor poder de negociación frente a las distintas navieras, frenando la competitividad de este destino turístico y atrasando el desarrollo de la economía local.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

El turismo de cruceros es una actividad económica que ha impactado de manera positiva la economía local de la ciudad de Cartagena de indias, aportando cifras significativas en cuanto al ingreso percibido por los locales comerciales durante los últimos cinco años y la generación de empleo. El estudio revela el comportamiento de este subsector económico durante los últimos 5 años, tendencias y perspectivas teniendo en cuenta las diferentes variables como: la disminución en la seguridad ofrecida a los cruceristas, baja calidad en la oferta turística, entre otras. El objetivo de este estudio era conocer el impacto del turismo de cruceros en Cartagena de Indias, para esto se aplicaron encuestas a los establecimientos comerciales visitados por los cruceristas y a su vez se tuvo en cuenta documentos que identificaban el perfil del crucerista y el gasto promedio calculado de acuerdo a información suministrada por los turistas.

La estimación de gasto promedio calculada con información suministrada por los establecimientos comerciales fue de 125,51 USD, el 94% de los cruceristas visitan estos negocios y el 90% de ellos realizan compras. En la generación de empleo se obtuvo que este subsector económico aportó un 11% de empleo extra generado. Los tipos de negocios que se ven más beneficiados son los almacenes de ropa y accesorios, artesanías y joyerías a diferencia de los restaurantes quienes dijeron no ser visitados por los cruceristas.

Se recomienda que el gobierno nacional trabaje de manera conjunta con los diferentes actores que intervienen en el desarrollo de la oferta turística con el fin de mejorar el producto turístico de la ciudad, lo cual contribuiría a que más líneas de cruceros se interesen en arribar al puerto de Cartagena generando un mayor crecimiento y aportando mejores ingresos para la economía local, debido a que el turismo se encuentra en etapa de desarrollo y sus tendencias son muy promisorias, especialmente en el Caribe.

Por último, se sugiere que la ciudad cuente con estadísticas más abundantes que permitan evaluar las decisiones administrativas, medir el impacto del turismo en la economía nacional, fortalecer relaciones interinstitucionales y que con la información anterior se puedan formular políticas, estrategias comerciales y de marketing que hagan de Cartagena de Indias un destino más competitivo a nivel mundial.

## BIBLIOGRAFIA

Asociación de Estados del Caribe (AEC), II Reunión de ministros de turismo del gran Caribe, Compilación de Conclusiones y recomendaciones de los estudios sobre el impacto del turismo de cruceros en el gran Caribe, Abril 2009, Barranquilla, Colombia.

Baez Ramirez, J.E. (2000), *Balance del turismo regional en la década de los noventa y perspectiva: los casos de Barranquilla, Cartagena y Santa Marta*. Serie de Estudios sobre la Costa Caribe, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Seccional del Caribe, Cartagena.

BALLESTAS Brigitte, HERNANDEZ Andres, JIMENEZ Amaury, Balance y perspectivas del impacto económico del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias en el período 1998-2008. Revista Jornadas de Investigación Facultad de Ciencias Económicas. Vol 2 Número 2:9-25, 2009.

BRIDA Juan Gabriel, GIRALDO Claudia, Zapata Sandra, Un análisis del pasajero de cruceros que visita Costa Rica. Publicado en anuario Turismo y sociedad. Vol XI, Noviembre 2010.

Caribbean News Digital. Colombia espera unos 470.000 viajeros en la nueva temporada de cruceros, Agosto 2008. Disponible en: [http://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticias/28393/colombia\\_espera\\_unos\\_470000\\_viajeros\\_en\\_la\\_nueva\\_temporada\\_de\\_cruceros](http://www.caribbeannewsdigital.com/es/noticias/28393/colombia_espera_unos_470000_viajeros_en_la_nueva_temporada_de_cruceros) (consulta: 20 de Noviembre de 2009).

CUELLAR-RIO, Manuel y KIDO-CRUZ, y María Teresa. Perfil y análisis de Gasto del Crucerista: El caso de Bahía de Ahuatalco (México), Cuadernos de Turismo No.22, 2008.

CUNIN, Elisabeth. "Escápate a un mundo...fuera de este mundo": Turismo, Globalización y alteridad. Los cruceros por el Caribe en Cartagena de Indias

(Colombia). Boletín de Antropología, ano/vol., 20, número 037. Universidad de Antioquia.

CUNIN, Elisabeth, IRD. La ciudad puesta en escena: el turismo entre desarrollo local y patrimonio mundial en Cartagena de Indias (Colombia).

Graburn , N.H.H (1977) "Tourism: The Sacred Jpurney". En : Smith, V (ed). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. University of Pennsylvania Press, Filadelfia.

HENTHORNE, T.L. (2000) "An analysis of expeditures by cruise ship passengers in Jamaica". Journal of Travel.

HOLLOWAY, J.C. "El negocio del turismo". Primera edición 2007. Mexico  
Invierta en Colombia, Volumen I-No.1, Julio de 2009, Bogotá D.C., Disponible en: [www.inviertaencolombia.com.co/.../086\\_Sector%20Turismo%202009-08-18.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/.../086_Sector%20Turismo%202009-08-18.pdf)

Mc Cannell (1976) The tourist: A New Theory of the Leisure Class. Schocken, Nueva York

Mc CANNEL, "Escápate a un mundo...fuera de este mundo": Turismo, Globalización y alteridad. Los cruceros por el Caribe en Cartagena de Indias ( Colombia). Boletín de Antropología, ano/vol, 20, número 037. Universidad de Antioquia.

McINTOSH Robert, GOELDNER Charles, RITCHIE Brent. Turismo. Planeación, Administración y Perspectivas. Segunda Edición 2006.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Turismo, Estadísticas de Turismo, Diciembre 2009. [www.mincomercio.gov.co](http://www.mincomercio.gov.co)

Naciones Unidas. Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Disponible en: [unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm\\_83rev1s.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf)

Organización Mundial del Turismo (OMT). Turismo de Cruceros. Situación Actual y Tendencias. Primera Edición 2008, Madrid, España.

PROEXPORT, Consolidado de prensa, Abril de 2007. Disponible en: [www.proexport.com.co/.../DocNewsNo8033DocumentNo6856.DOC](http://www.proexport.com.co/.../DocNewsNo8033DocumentNo6856.DOC)

PROEXPORT, Notiexport, Boletín emitido al exportador, Diciembre de 2006. Disponible en: [www.proexport.com.co/.../DocNewsNo4835DocumentNo6609.PDF](http://www.proexport.com.co/.../DocNewsNo4835DocumentNo6609.PDF)

PÉREZ González, María del Carmen y JIMENEZ García, Mercedes. El turismo de Cruceros: Influencias en el Territorio. Sesión 4: Gestión de destinos turísticos, 2008, Cadiz-España.

Revista Dinero, Arranca temporada de cruceros, publicación 20/08/2008 en: [http://www.dinero.com/negocios/turismo/arranca-temporada-cruceros-pais\\_51414.aspx](http://www.dinero.com/negocios/turismo/arranca-temporada-cruceros-pais_51414.aspx)

Sociedad Portuaria Regional Cartagena. Cruceros, La temporada, Programación 2009-2010. Disponible en: <http://albatros.puertocartagena.com/opadmco.nsf/vstRefLinkDoc/7777491FE8463A91052573C5004CD507> (Consulta: Enero 2010).

WOOD, “Escápate a un mundo...fuera de este mundo”: Turismo, Globalización y alteridad. Los cruceros por el Caribe en Cartagena de Indias (Colombia). Boletín de Antropología, ano/vol, 20, número 037. Universidad de Antioquia.

**ANEXOS**

## ANEXO A

### ENCUESTA COMERCIO LOCAL

Proexport en convenio con la Universidad de Bolzano (Italia) y con el apoyo de la Universidad Tecnológica de Bolívar está desarrollando el proyecto de investigación denominado "Impactos del turismo de cruceros. El Caso de Cartagena de Indias". Uno de los ejes del proyecto es el comercio local para lo cual vamos a realizar una encuesta que nos permita medir las consecuencias resultantes de esta actividad y conocer su opinión las posibles acciones que podrían implementarse para mejorar el potencial que tiene la ciudad como destino de cruceros. La encuesta es voluntaria y absolutamente anónima; sin embargo, de su respuesta responsable depende la calidad de nuestro trabajo. Es por esto que, amablemente, le pedimos a usted que le preste la dedicación necesaria, agradeciéndole de antemano su tiempo y su colaboración.

#### 1. Tipo de negocio

- |  |                                     |  |                                      |
|--|-------------------------------------|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Almacén Ropa y accesorios | <input type="checkbox"/> Artesanías | <input type="checkbox"/> Joyería                   | <input type="checkbox"/> Restaurante |
| <input type="checkbox"/> Bar-Café                  | <input type="checkbox"/> Calzado    | <input type="checkbox"/> Abarrotes y Licores       |                                      |
| <input type="checkbox"/> Cambio de moneda          | <input type="checkbox"/> Casino     | <input type="checkbox"/> Comunicaciones (internet) |                                      |
| <input type="checkbox"/> Spa y/o Estéticas         | <input type="checkbox"/> Otro _____ |  |                                      |

#### 2. Años de funcionamiento

- 0 – 1 año    2 - 4    4 - 6    6 – 8    8 - 10    Más de 10

#### 3. ¿Los pasajeros o tripulantes de cruceros suelen visitar su negocio?

- SI    NO (pase a la pregunta N° 12)

#### 4. ¿Cuál es el tiempo promedio que se detienen en su negocio?

- 0 – 15 minutos    15 – 30min.    30min. -1 hora    Más de 1 hora

#### 5. Si respondió "SI" a pregunta 3: ¿Compran?

- SI    NO (pase a la pregunta N° 12)

#### 6. ¿Qué tipo de artículos son los que más compran? Detallar.

---

---

---

#### 7. ¿Puede darnos una estimación promedio del gasto por persona? U.S. dólares \_\_\_\_\_

#### 8. ¿Considera que la presente temporada de cruceros es, para su negocio, mejor que la anterior?

- SI    NO (pase a la pregunta N° 11)

#### 9. Puede hacer una estimación de cuanto más? ..... %

#### 10. Si responde Sí a pregunta 8, ¿a qué lo atribuye?

- Mayor número de cruceristas    Compran más por persona    La edad del crucerista  
 Nacionalidad del crucerista  
Otro \_\_\_\_\_

**11. Si respondió NO a pregunta 8, ¿a qué lo atribuye?**

- Bajo número de cruceristas    Compran menos por persona    La edad del crucerista  
 Nacionalidad del crucerista    Poco tiempo  
Otro \_\_\_\_\_

**12. De acuerdo a su percepción, considera que los cruceristas en comparación con los turistas de estancia muestran un comportamiento de gasto:**

- Mayor    Menor    Igual    No sabe, no responde

**13. ¿Considera que la llegada de cruceros beneficia la actividad comercial de la ciudad?**

- SI    NO

**14. ¿Ha realizado alguna acción específica para tener mayor volumen de ventas a los cruceristas?**

- SI  
¿Cuál?

---

- NO

(pase a la pregunta N° 16)

**15. ¿Cómo considera que el resultado de dicha acción fue para su actividad?**

- Positivo    Negativo    Indiferente

**16. ¿Cree Usted que las autoridades municipales deberían realizar alguna acción para mejorar las ventas a cruceristas?**

- SI    NO

**17. Si respondió SI a pregunta 16:Cuál de las siguientes acciones podrían implementarse?**

- Incentivar la venida de más cruceros  
 Traer más cruceros que embarquen pasajeros en Cartagena  
 Aumentar el tiempo de escala de los barcos en la ciudad

Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

**18. Cuáles entidades piensa usted que deberían realizar alguna acción?**

- Alcaldía Distrital (Corporación Turismo Cartagena de Indias)
- Proexport                       Cámara de Comercio de Cartagena
- Otra.Cuál \_\_\_\_\_

**19. Contrata mas personal en la temporada de cruceros?**

- SI    NO Cuantos\_\_\_\_\_

**20. Comentarios**

---

---

---

**¡¡¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!**

FECHA: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_    ENCUESTADOR \_\_\_\_\_