

**ANÁLISIS DE LOS EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO DE CRUCEROS EN LA
CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS EN EL PERIODO 2012-2017**

DE AVILA ZAMBRANO CINDY

CORTES ORTEGA DEYVIS

MENDOZA ARRIETA YULIBETH

FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARTAGENA DE INDIAS D.T.Y C.

2018

**ANÁLISIS DE LOS EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO DE CRUCEROS EN LA
CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS EN EL PERIODO 2012-2017**

DE AVILA ZAMBRANO CINDY

CORTES ORTEGA DEYVIS

MENDOZA ARRIETA YULIBETH

Trabajo de grado para optar título de Administrador Turístico

Tutora

Naury milena franco Anaya

Administradora empresas turísticas

Magister en educación

FUNDACION UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARTAGENA DE INDIAS D.T.Y C.

2018

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartagena, agosto 2018

Contenido

Dedicatoria.....	8
Agradecimientos.....	9
1. Introducción.....	10
2. Planteamiento del problema.....	12
2.1 antecedentes del problema.....	12
2.2 descripción del problema.....	14
5.2 formulación del problema.....	17
5.3 sistematización del problema.....	17
3. Justificación.....	18
4. Objetivos.....	19
4.1 objetivo general.....	19
4.2 objetivos específicos.....	19
5. Marco referencial.....	20
5.1 marco histórico.....	20
5.2 Marco teórico.....	25
5.3 marco legal.....	28
5.4 marco conceptual.....	29

6.	Diseño metodológico	34
6.1	tipo de estudio.....	34
6.2	método de investigación	34
6.3	Fuentes y técnicas para la recolección de la información	35
6.3.1	fuentes primarias.....	35
7.	Descripción de la situación actual del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena ..	36
7.1	turismo en el mundo	36
8.	Efectos socioeconómicos del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena.....	60
9.	Plan de acción para mejorar los efectos económicos del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias DT y C	64
10.	Conclusiones.....	66
11.	Recomendaciones	67
12.	Bibliografía.....	68
	Anexos.....	70

Listado de tablas

	Pág.
Tabla 1.Ingreso por turismo internacional.....	37
Tabla 2.Llegada de viajeros a Colombia 2012-2016.....	39
Tabla 3.Recaladas de cruceros 205-2017	46
Tabla 4.Lugar de residencia de turistas de Cruceros	47
Tabla 5.Genero turistas de Crucero	48
Tabla 6.Edad turistas de Cruceros	49
Tabla 7.Nivel de educación turistas de Cruceros	50
Tabla 8.Estado civil turistas de Cruceros.	51
Tabla 9.Nivel de ingresos de turistas de Cruceros.	52
Tabla 10.Porque medio adquirió su pasaje.....	53
Tabla 11.Motivo principal del viaje de los turistas de Cruceros.	54
Tabla 12.Tiempo de estadía en Cartagena fuera del puerto.	55
Tabla 13.Lugares más visitados por los turistas de Cruceros.....	56
Tabla 14.Gasto en la ciudad de Cartagena de los turistas de Cruceros.	58
Tabla 15.Nivel de satisfacción de los siguientes aspectos.....	59
Tabla 16.Gasto por categoría de los turistas de Cruceros en Cartagena.....	63
Tabla 17.Plan de acción para incrementar los efectos económicos turismo de Cruceros en Cartagena.....	64

Listado de gráficas

	Pág.
Gráfica 1.Los tres primeros destinos del mundo.....	38
Gráfica 2.Pasajeros en Cruceros en Cartagena 2009-2017.....	46
Gráfica 3.Lugar de residencia de turistas de Cruceros	48
Gráfica 4.Genero turistas de Crucero	49
Gráfica 5.Edad turistas de Cruceros	50
Gráfica 6.Nivel de educación turistas de Cruceros.....	51
Gráfica 7.Estado civil turistas de Cruceros.	52
Gráfica 8.Nivel de ingresos de turistas de Cruceros.....	53
Gráfica 9.Porque medio adquirió su pasaje.	54
Gráfica 10.Motivo principal del viaje de los turistas de Cruceros.	55
Gráfica 11.Tiempo de estadía en Cartagena fuera del puerto.....	56
Gráfica 12.Lugares más visitados por los turistas de Cruceros.....	57
Gráfica 13.Gasto en la ciudad de Cartagena de los turistas de Cruceros.	58

Dedicatoria

Este trabajo de grado lo dedicamos a Dios, por ser nuestro principal maestro. Todos los esfuerzos y dedicación son dignos de exaltación por eso nuestros padres y maestros son los principales protagonistas de esta dedicación, gracias amados padres por estar día a día de nuestras vidas alentando cada mañana. Profesores son los mejores cada clase marco nuestro paso por universidad. Cada compañero nos brindó una enseñanza donde cada esfuerzo tienen su recompensa, a cada uno ellos los mejores éxitos para sus vidas.

Cada ángel que Dios utilizo en nuestro camino aportaron un granito para llegar a la meta, sinceramente estamos en deuda!!.

Hemos llegado al final de un caminar muy sabio donde cada uno de nosotros se lleva lo mejor de la universidad cerrando la mejor de las etapas profesionalmente, siempre llevaremos en alto de donde salimos.

Agradecimientos

En primer lugar a Dios, por brindarme la oportunidad y haberme abierto todos los caminos para lograr cada uno de los objetivos que hasta el día de hoy me he propuesto en la vida, por darme la fortaleza y siempre mostrarme el mejor camino para seguir adelante.

Le doy gracias a mis padres por toda la paciencia y amor que siempre tuvieron para brindarme durante estos años de carrera, sin ellos este proceso hubiera sido mucho más difícil de culminar, gracias por haber sido mi guía y apoyo toda la vida.

A mis compañeros de universidad que también han sido una parte importante a lo largo de este camino, y sobre todo a todos los profesores que dejaron muchas enseñanzas las cuales me prepararon para comenzar mi vida como una persona adulta con bases bien construidas.

DEIVYS CORTES ORTEGA

Los agradecimientos son la voz del corazón, es por esto quiero agradecer de primera mano a Dios por guiarme en todo momento, ser el conductor y polo a tierra de este caminar en mi vida.

Agradezco enormemente a la profesora Naury en especial, por ser ella esa persona o ficha fundamental en esta carrera, gracias por su humildad, dedicación y entrega todo lo que hizo su noble corazón la vida poco se lo recompensara a todos los profesores por cada una de sus clases hicieron hoy de mi un ser profesional.

Gracias mami porque siempre me dabas una palabra de aliento y depositaste en mi toda la confianza sin interés alguna. Hoy finaliza una gran etapa en mi vida personal y académica que solo puede decir el amor de Dios es grande.

YULIBETH MENDOZA ARRIETA

Agradezco a Dios, por estar conmigo en cada momento por darme toda la sabiduría correcta para llegar hoy hasta aquí.

Les doy infinitas gracias a todos los profesores ya que son el factor fundamental para cerrar este ciclo de mi vida, la entrega y dedicación noche a noche hoy nos sirvieron de base para llegar hasta aquí.

Mi familia siempre fue y será el motor principal por el cual me esfuerzo día a día, es por esto que inicia una nueva etapa en este equipo, me impulsan para llegar a la meta por eso este título es de todos.

CINDY DE AVILA ZAMBRANO

1. Introducción

El turismo de cruceros es uno de los sectores que ha venido tomando fuerzas en la actualidad, siendo la ciudad de Cartagena de Indias uno de los destinos más apetecidos para realizar este tipo de turismo, el cual ha venido implementando un tipo de turismo que va dirigido a un sector, si observamos bien va dirigido a una comunidad en especial ya que la mayoría de sus viajeros o pasajeros poseen características específicas que se pueden diferenciar a simple vista básicamente son norteamericanos, con una formación académica excelente, con ingresos altísimos y además por lo general son casados y de la tercera edad.

El turismo de cruceros ha venido evolucionando a lo largo de su historia ya que en tiempos pasados eran reconocidos solo por transportar pasajeros oceánicos como solían llamarlos en ese entonces; pero actualmente es considerada una gran industria rentable que además de lujos y confort brinda a sus pasajeros experiencia gratificantes como las que son ofrecidas por cada uno de sus colaboradores quienes son los encargados del gran éxito y reconocimientos que estos han obteniendo a nivel mundial.

Por lo anterior, se puede afirmar que es de gran beneficio para la ciudad, poder contar con la visita de cruceros en sus aguas, debido a que, además del prestigio que reciben las ciudades, los ingresos que dejan son cuantiosos; en este caso específico, para la ciudad de Cartagena representan un porcentaje significativo en sus ingresos durante la estadía de estos hasta su partida, al igual que se convierten en unos de los encargados de atraer más flujo de visitantes a la ciudad generando ingresos, no solo en el puerto sino en los negocios turísticos que visitan

durante su permanencia en tierra firme y la oportunidad de conocer nuevas culturas y costumbres entre otros beneficios.

En los últimos tiempos, los cruceros no van dirigidos, solamente, a personas con un alto poder adquisitivo, ahora están ofreciéndoles la oportunidad a personas con ingresos un poco más bajos por medio de créditos con entidades financieras con la finalidad de posicionarse en todos los mercados. Es por esto que se habla de su evolución para beneficios de la comunidad, ya que con su expansión ayuda en la generación de empleos dentro de las comunidades y sus regiones.

Por lo anterior el objetivo del trabajo es analizar los efectos económicos de la experiencia de la visita de estos grandes y lujosos barcos a la ciudad de Cartagena, el recorrido de los cruceristas por las calles, esos momentos de verdad, que tienen al conversar con las personas que buscan ofrecerles la misma experiencia que viven durante las largas horas de viaje dentro del barco, queriendo darles lo mejor para que regresen a disfrutar de las experiencias vividas en su visita a Cartagena y recomienden el destino.

2. Planteamiento del problema

2.1 Antecedentes del problema

El turismo de cruceros como actividad turística está considerado como una de las tendencias mundiales de producto turístico a gran escala, buscando sobrepasar las expectativas de los clientes. Varios autores han realizado estudios que demuestran los avances del turismo de cruceros ha sido el objeto de estudio central como Martínez (2012) quien realizó un análisis del crecimiento del turismo de crucero a nivel mundial y luego como fue sé su evolución en el mediterráneo (Luna, 2012). El análisis que se realizó permitió conocer la estructura del turismo de cruceros en las islas Baleares frente a otros tipos de turismo para así determinar cuál fue el crecimiento real que tuvo este producto y cuál fue su aporte en el crecimiento de la economía.

En el estudio de la facultad de ciencias de la empresa de la Universidad Politécnica de Cartagena-España, adelantado por Jaime Rocha (2012) se examinó el turismo de crucero en todas sus modalidades realizando un análisis de su evolución como producto turístico y todos los subproductos que este conlleva a desarrollar para lograr la satisfacción de sus clientes, llegando a la conclusión que “El turismo de cruceros es un fenómeno social y económico que mueve masas, y que todavía no ha llegado a su etapa de madurez” partiendo de esta premisa es como se observa que esta actividad cada día se ha venido expandiendo por el mundo entero hasta llagar a las zonas que se creían no sería posible llegar en estos magníficos barcos (Roche, 2012).

Por su parte Brida, Bukstein, Garrido, Tealde, Zapata (2010) realizaron una investigación sobre el comportamiento de los gastos que generan los cruceristas durante la duración del viaje incluyendo cada uno de los destinos donde desembarcan para conocer su cultura o atractivos turísticos y realizar compras, Cartagena de Indias es uno de estos destinos y por lo tanto los autores realizaron dicho análisis que les permitió al fin descubrir el perfil del turista que está relacionado con los diferentes gastos hechos por los visitantes al momento de llegar a Cartagena (Bukstein, Garrido, Tealde & Zapata, 2010).

Un importante estudio sobre el grado de satisfacción de los cruceristas en la ciudad de Cartagena determino que el puerto de Cartagena no es por sí solo un atractivo para que las agencias decidan traer o no a los turistas que viajan en cruceros, es solo una importante vía de acceso a una ciudad que cuenta con grandes riquezas culturales, históricas y arquitectónicas que es un atractivo muy solicitado por la comunidad internacional. Este estudio al igual realizó el análisis del grado de satisfacción de estos turistas para la cual utilizo entrevistas personalizadas a los cruceristas durante la entrada y la salida de la ciudad, con el objeto de conocer de primera mano, la imagen que se hizo el visitante sobre Cartagena y recolectar las sugerencias que le permitan buscar estrategias de mejoramiento.

La Corporación Turismo Cartagena de Indias (2015) en su análisis de indicadores turísticos que lo denomina “retos y realidades el sector turístico en Cartagena de Indias” realiza un recorrido por el turismo global para aterrizar en el turismo en Cartagena con el fin de poder comparar como se está moviendo frente a la evolución mundial del sector, apoyándose en el sistema de información turística de Cartagena (SITCAR) el cual dedica un aparte al turismo de

cruceros, para observar cuantos cruceros llegaron al puerto de Cartagena y cuantos cruceristas lo visitaron, mirando su comportamiento y sus desplazamiento dentro de la ciudad con el objeto de identificar de acuerdo a las políticas públicas las fallas en la prestación de los servicios que estos requieren y así poder realizar planes de acción y corrección para mejorar las condiciones del sector y el destino como tal (Nova, 2016).

El documento anterior, registra además, estadísticas del número de visitantes por este medio de transportes y sus lugares de origen; de esta manera se pudo saber cuáles son los países que más visitas presentan en ocasión a esta actividad. Estos cinco documentos utilizados como referentes en la realización de esta investigación contribuyen a la realización de la misma por que fundamentan la base propia para analizar los impactos del turismo de crucero a la ciudad de Cartagena.

2.2 Descripción del problema

En la actualidad se conoce la actividad turística como una de las principales fuentes de empleo a nivel mundial y Cartagena es una de las principales ciudades que genera más empleo a nivel nacional, al igual que los cruceros, que a ella arriban. Para los empresarios de cruceros es muy importante que sus pasajeros no encuentren diferencias en los servicios que reciben dentro y fuera de sus instalaciones, convirtiéndose esto en un “plus”, ya que origina el retorno de los visitantes a la ciudad.

La actividad de cruceros en el mundo es algo relativamente nuevo que ha venido integrando servicio y hospitalidad a embarcaciones que contiene todo el lujo y confort que exige el segmento de mercado que demanda esta experiencia, no obstante Colombia y Cartagena están dentro de la cadena de valor cultural, social e histórico que busca integrar todos los elementos necesarios para satisfacer a sus cruceristas en cada destino al cual arriba durante su viaje.

El turismo de cruceros genera \$18 billones de dólares al año por concepto del gasto de los cruceristas y ha sido el segmento de más rápido crecimiento de la industria turística en los últimos 20 años, con una tasa promedio anual de crecimiento en el número pasajeros del 7.4%. Este crecimiento equivale a casi dos veces el porcentaje de crecimiento del turismo internacional y se espera que siga así en el futuro. Durante 2007 los cruceros miembros de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA por sus siglas en Inglés) transportaron 12.56 millones de pasajeros de todo el mundo, 4.1% más con respecto al año anterior. Para ese periodo, 12.25 millones de norteamericanos tomaron vacaciones en cruceros, representando 82% del total (Bukstein, Garrido, Tealde & Zapata, 2010).

Los beneficios económicos del turismo de cruceros en un destino provienen básicamente de tres fuentes: el gasto que hacen los pasajeros en tierra, el cual está concentrado en las excursiones y rubros como artesanías, ropa y joyas; el gasto hecho por la tripulación que incluye, principalmente, alimentación, bebidas, ropa y entretenimiento y el gasto generado por el barco mismo, que obedece fundamentalmente a los servicios portuarios por concepto de manejo de pasajeros, muellaje, pilotaje, remolcador, lanchas pasacabos, faros y boyas (uso del canal), fumigación de la basura abordo, suministro de agua potable y recolección de basuras sólidas.

El impacto económico va a depender del tipo de puerto al que se haga referencia (Dwyer & Douglas, 2004), es decir, si es un puerto base (donde inicia y termina el viaje) o puerto de escala (donde se hace una parada que oscila entre seis y diez horas); de las facilidades e infraestructura del destino para atender las necesidades del barco en sí mismo y de los pasajeros; factores como el tamaño del destino y el tiempo de escala del barco influirán en la intensidad de esos efectos económicos (Douglas, 2004).

Según las cifras del ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Cartagena de Indias es el destino de mayor preferencia para el turismo interno, el más reconocido y posicionado a nivel internacional y el segundo receptor de turistas del país después de la capital, como sitio patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad título otorgado por la Unesco; por lo tanto, se puede considerar a Cartagena como un destino estratégico para la práctica de esta actividad reconociendo que posee uno de los puertos más modernos de América el cual no solo es utilizado con fines de ocio si no también con fines comerciales. (Corpoturismo, 2017).

Por ser Cartagena una de la ciudades con uno de los principales puertos marítimos donde se desarrolla esta actividad, se busca analizar los efectos del sector turístico de cruceros en Cartagena con el fin de comprender cuál ha sido el efecto que ha generado esta actividad turística en aspectos económicos, culturales y sociales con miras a conocer los beneficios que deja esta actividad a la ciudad o si por el contrario, solo se ven beneficiados los que manejan dicho segmento de mercado.

Por otra parte, se busca evidenciar si existe un déficit en cuanto a infraestructura, que impida el debido crecimiento de arribo de cruceros a la ciudad. Sin embargo, a pesar de los posibles

inconvenientes que existan en el puerto, Cartagena es uno de los destinos más apetecidos para visitar a nivel nacional e internacional y con la llegada del Royal Caribbean a la ciudad, se posiciona como un destino clave dentro de las rutas de estos cruceros en el Caribe.

Por ser Cartagena una de las ciudades con uno de los principales puertos marítimos donde se desarrolla esta actividad se busca analizar los efectos del sector turístico de cruceros en los aspectos económicos de ciudad y a partir de ahí proponer un plan de acción para incrementarlo.

5.2 Formulación del problema

¿Cómo han sido los efectos económicos generados por el turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias D.T y C, en el periodo 2012-2017?

5.3 Sistematización del problema

-¿Cuál es la situación actual del turismo de cruceros de la ciudad de Cartagena?

-¿Cuál ha sido el efecto socioeconómico que ha tenido el turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena?

-¿Qué aspectos debe contener un plan de acción para mejorar los efectos económicos del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias D.T y C?

3. Justificación

La presente investigación reviste de una importancia significativa al poder reflejar los efectos económicos que tiene el turismo de cruceros para la ciudad de Cartagena. El turismo se ha convertido en el principal clúster económico de la ciudad, por encima del petroquímico y el logístico, por aspectos como la generación y fuente de empleo directo e indirecto; en ese sentido surgió un nuevo producto turístico como lo es el turismo de cruceros, inicialmente muy tímido, pero en los últimos años con mucha fuerza a tal punto que se ha llegado a tener cuatro cruceros simultáneamente de 3500 turistas cada uno, donde se calcula que su nivel de gasto es de 500 dólares por cada uno (Roche, 2012).

El conocer las grandes oportunidades que significa para la ciudad, el poder contar con la presencia de estos grandes y lujosos visitantes, que sin duda alguna la beneficia en todos los aspectos, se puede crear un plan que permita ampliar y mejorar la cobertura de los cruceros, con acciones puntuales, como por ejemplo, crear alianzas estratégicas con agencias que promuevan más este tipo de turismo, o la ampliación del puerto, que permita una mayor cobertura de arribos de cruceros de lujos y con ellos incrementar el número de visitantes a la ciudad.

Este trabajo permite ver las ventajas y desventajas que tiene para la ciudad el turismo de cruceros que a pesar de sus características, como, variedad en sus precios, es un hotel móvil, todo incluido, con versatilidad, adaptabilidad, comodidad y seguridad que hace sentir al pasajero como el huésped especial.

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Analizar los efectos económicos generados por el turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias D.T y C, en el periodo 2012-2017.

4.2 Objetivos específicos

- Describir la situación actual del turismo de cruceros de la ciudad de Cartagena.
- Determinar el efecto socioeconómico que ha tenido el turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena.
- Proponer un plan de acción para mejorar los efectos económicos del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias D.T y C.

5. Marco referencial

5.1 Marco histórico

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por las guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros (Lavour, 2012).

No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros. Los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. Grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios, para llegar a ser a finales del siglo XX la mayor industria del mundo.

El turismo se clasifica en:

Turismo cultural: Se entiende como el viaje a conocer las costumbres y el patrimonio material e inmaterial de una población, ciudad o región.

Turismo de sol y playa: se da en las localidades costeras en las que existe playa y la mayoría del tiempo las condiciones climáticas son de tiempo soleado.

Turismo ecológico: está basado en el contacto con la naturaleza cuya motivación principal es la observación y apropiación del entorno natural.

Turismo de negocios: es el utilizado por los empresarios, ejecutivos comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios captar clientes o prestar servicios.

Turismo deportivo: todas las formas activas y pasivas de la actividad deportiva participan casualmente o de forma organizada que necesariamente implica un viaje de descanso o trabajo.

Turismo de aventura: es la actividad donde los participantes o viajeros realizan actividades de alto riesgo.

Turismo espacial: viajes al espacio en trasbordadores espaciales, generalmente dirigido a personas con alto nivel adquisitivo (Nova, 2016).

Turismo religioso: desplazamientos relacionados con las creencias y prácticas religiosas; está ligado a lugares y acontecimientos e carácter religioso de relevancia.

Turismo de salud: viajes por motivos exclusivos de realización de tratamientos médicos o lugares con propiedades curativas, su principal motivo es la salud aunque puede realizar otros tipos de turismo durante su estadía de recuperación en el destino (Bukstein, Garrido, Tealde & Zapata, 2010).

Etnoturismo: su principal motivación es conocer las costumbres culturales de una población, sus valores intrínsecos y su historia, gastronomía, etc.

Turismo gastronómico: este tipo de turistas solo buscan conocimiento en cuanto a la gastronomía típica del destino que visitas.

Turismo de cruceros: actividad que se realiza a bordo de un barco para realizar recorrido por mar diferentes destinos que tienes a bien conocer según su itinerario.

Características del producto turístico de cruceros

Este producto turístico tiene características que por su naturaleza son muy particulares ya que se está hablando de una actividad que integra transportes y alojamiento en un mismo espacio, algunas de estas características son: *Perecedero:* este tipo de productos como todos los productos turísticos no pueden ser almacenados en consecuencia la permanencia vacía de una habitación de un crucero es una pérdida incalculable a diferencia de los hoteles normales que pueden vender o no una habitación sin que afecte mucho sus ingresos por una noche en cambio en

un crucero el periodo es mucho más amplio es por esto que se busca que cada habitación sea ocupada.

Inseparable: es probable que los productos y servicios se presten y se fabriquen en el mismo lugar por las condiciones de este tipo de turismo todo se desarrolla en un mismo espacio.

Intangible: al igual que los demás servicios turísticos o no es imposible palpase ni poseer; sin embargo en estos cruceros es posible adquirir algunos suvenires como joyas, calzados, ropa, entre otras, que si se puede comprar de forma permanente y muchas veces se llega a confundir en este tipo de actividad.

Subjetivo: esta es una de las características que más cuidada debe tener el operador turístico a la hora de vender el producto ya que dependerá de las expectativas del cliente comprar o no el servicio; porque así como puede resultar atractivo para unos puede no ser para otros y es allí donde se necesita crear estrategia que logran captar la mayor cantidad de clientes y logre satisfacer en su mayoría sus expectativas.

Complementario: por la duración de los viajes es necesario que los cruceros posean subproductos complementarios para poder mantener a sus cruceristas satisfechos, hay que tener en cuenta que esos constituyen una cadena y si uno falla afectara a los demás, es necesario entonces que todos funcionen engranados para lograr su objetivo (Douglas, 2004).

Historia de los cruceros: “Uno de los viajes de placer más frecuentados por miles de turistas alrededor del mundo es la travesía por el mar a bordo de un majestuoso crucero. La historia de estos fascinantes viajes se remonta al año 1839, cuando el Gobierno británico lanzó una licitación para el transporte de correos entre Inglaterra y Estados Unidos.

La licitación fue ganada por un inglés oriundo de Nueva Escocia, llamado Samuel Cunard, conocido en la sociedad de entonces como el “príncipe de los océanos”. Fue así como un año después, en 1840, el Britannia, el primer velero de correos, zarpó de Liverpool, Inglaterra, con destino hacia Boston, Estados Unidos. Pero Sir Cunard, quien también era conocido por sus virtudes como comerciante, pronto comenzó a vislumbrar la posibilidad de hacer negocios con estos transportes de correo. La idea consistía en hacer de su ocupación habitual, una actividad más atractiva y sustentable (Medina, 2012). Lo que se inició como un negocio de venta de pasajes para viajar a bordo del barco de correos, pronto fue adquiriendo auge entre el público inglés. Entre 1891 y 1911, más de 1.8 millones de personas viajaron en barco desde Inglaterra a Canadá.

Con el pasar de los años, los barcos fueron modernizándose. Evolucionaron de tecnología de carbón a turbinas de vapor; de iluminación de candelas a luz eléctrica (1881) y así sucesivamente. Con la creciente migración de europeos hacia el entonces llamado “país de las mil oportunidades”, los marinos se dieron cuenta de que era hora de cambiar de transporte de correos a transporte de pasajeros. Ciertamente los hundimientos de barcos no fueron ninguna novedad, sin embargo, no hubo accidente marítimo que llamase tanto la atención como la catástrofe del Titanic -anunciado como el barco más grande y más veloz de todos los tiempos

con 46 mil toneladas- en 1812. Curiosamente, fue el barco Carpathia, de la línea Cunard, el que salvó a los 705 sobrevivientes de esta tragedia (Medina, 2012).

Por otro lado, sir Samuel Cunard continuó haciendo historia con la construcción de los cruceros gigantes Queen Mary y el Queen Elizabeth. Ambos barcos fueron adaptados a las necesidades surgidas a raíz de la Segunda Guerra Mundial y transportaron a hasta 16 mil personas, viajando a velocidades que ningún barco de guerra convencional o submarino podía igualar. Durante la misma época, otra leyenda de la marina, el Normandie, de Francia, que se disputaba el famoso blue ribbon a la excelencia con el Queen Mary, de Cunard, fue víctima de un incendio en el puerto de Nueva York mientras estaba siendo adaptado para el transporte de tropas (Anton, 2010).

Poco después de la guerra, en 1947, la línea Cunard lanzó el primer barco construido como “crucero de placer” en lugar de servir como transportador entre un país y otro. El famoso barco Caronia –llamado La Diosa Verde por su tonalidad verdosa– dio inicio a una nueva era en la industria marítima y del turismo. Un nuevo negocio había nacido, y las líneas de barco comenzaban a competir entre ellas mismas por lujo, confort y diseño”.

5.2 Marco teórico

Los Cruceros se definen como un barco que tiene características particulares, es único y está equipado con lo necesario y un crucero turístico como un barco que tiene todas las comodidades para que las personas se necesitan como en casa mientras realizan su viaje por el mar; estos

están dotados con todo lo necesario para satisfacer las necesidades de los crucecitas, son también llamados los resort flotantes. También se conocen como hoteles flotantes, ya que le ofrecen al pasajero servicios de casinos, bares y restaurantes, y espectáculos. Los más modernos incluso ofrecen pistas de patinaje y paredes especiales para escalar (Roche, 2012).

Los cruceros se clasifican de tres maneras:

-Según la duración de los cruceros: Podemos encontrar cruceros de larga duración los cuales se extienden entre 7-21 días principalmente, y los cruceros de corta duración entre 4 y 5 días. En los últimos 15 años el porcentaje de cruceros de corta duración ha aumentado de forma considerable, en detrimento de los cruceros de larga duración. Esto es debido al cambio en las preferencias por parte de la demanda.

-Según su capacidad: Los cruceros de pequeña capacidad (menos de 500 pasajeros) están indicados para aquellas personas que buscan un trato más personal y exclusivo con un servicio alto standing. Suelen navegar por mares donde abunda la naturaleza salvaje y de aventura.

-Los cruceros de mediana capacidad: (entre 500 y 1000 pasajeros) tienen un tamaño ideal para puertos del mediterráneo. Pueden navegar con mal tiempo y poseen amplia oferta de actividades de ocio y entretenimiento.

Los cruceros de gran capacidad: (más de 1000 pasajeros) están enfocados hacia la diversión del pasajero. Estos ofrecen actividades las 24 horas del día. Debido a su amplitud son ventajosos para las vacaciones de familia (Medina, 2012).

Según el contenido del crucero:

Cruceros fluviales: sus características son diferentes al crucero marítimo. Posee menor capacidad debido a la poca profundidad de los ríos y a la existencia de numerosos puentes en su curso-

Cruceros temáticos: siguiendo la tendencia generalizada en el sector turístico hacia la tematización, el subsector cruceros ha ampliado su oferta creando nuevas líneas de cruceros enfocados a la realización de una determinada actividad, la cual es el nexo de la unión entre todos los pasajeros. La temática puede ir desde la música, hasta deportes como el gol, pasando por los bailes de salón y las reuniones de singles (Bukstein, Garrido, Tealde & Zapata, 2010).

Cruceros de empresas: este tipo de crucero es organizado por grandes empresas con la finalidad de incentivar a sus empleados.

Cruceros de congresos y convenciones: se trata de una de las más recientes novedades en lo cruceros. De esta manera cambia la localización tradicional de este tipo de eventos, a bordo de un buque o crucero. Para ellos son equipados con todo lo necesario para este tipo de eventos” (Douglas, 2004).

5.3 Marco legal

-Ley 1558, (2012), por la cual se modifica la ley 300, (1996) ley general de turismo, la ley 1101, (2006) y se dictan otras disposiciones. La norma impulsa una política pública eficiente y eficaz que potencialice al país como destino, y permita alcanzar la meta de convertirlo uno de los lugares favoritos para el descanso y negocios de millones de viajeros del mundo.

La presente ley en el Art. 1, tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la ' calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad (Congreso de la República, 2012).

Art. 2, modifica el artículo 1° de la Ley 300, (1996), el cual quedará así: "Artículo 1. Importancia de la industria turística: El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o la comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Con esta Ley, dijo el Ministro de Turismo Díaz-Granados, se declara el turismo como actividad de interés nacional, y se consigue la profesionalización de los servicios con la obligatoriedad de inscripción para la prestación de los mismos; esta será la única forma de que los proyectos puedan operar, obtener apoyo del Gobierno Nacional y ser incluidos en los programas regionales”, agregó.

Además, se crea el Consejo Superior del Turismo, bajo la dirección del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, como órgano de coordinación entre los entes estatales para el tema y se promueven esfuerzos por la actividad para que sea de calidad, sostenible y accesible a todos los colombianos. Este Consejo también coordinará lo relacionado al Fondo Nacional de Turismo, hasta ahora conocido como Fondo de Promoción Turística, agregó el Ministro.

La Ley de Turismo otorga también este Ministerio la facultad de poder exigir a los prestadores de servicios turísticos, la constitución de garantías expedidas por empresas de seguros o por entidades financieras, el amparo para el cumplimiento de los servicios contratados por los turistas y las devoluciones de dinero a favor de los usuarios cuando haya lugar a ello.

5.4 Marco conceptual

Agencia de viajes: Una agencia de viajes es una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos.

Atractivo: se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita.

Balanza Turística: Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

Conciencia Turística: conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para el turista, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial.

Corriente Turística: conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

Cruceros: se define como un barco que tiene características particulares, es único y está equipado con lo necesario.

Crucero turístico: se define como un barco que tiene todas las comodidades para que las personas se necesitan como en casa mientras realizan su viaje por el mar, estos están dotado con todo lo necesario para satisfacer las necesidades de los crucecitas, son también llamados los resort flotantes.

Estructura: es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Guía Turística: Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

Guía de Turismo: Personas con profundo conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un contrato celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.

Itinerario: es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.

Infraestructura: es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

Mercado Turístico: el término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

Naviera: aquella persona física o jurídica que, utilizando buques mercantes propios o arrendados, se dedica a la explotación de los mismos, aun cuando ello no constituya su actividad principal, bajo cualquier modalidad admitida por los usos internacionales.

Núcleo Receptor: es una zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente proveedores de servicios: infraestructura vial, planta turística general, espacio geográfico potencialmente explotable, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Producto turístico: conjunto de bienes y servicios organización, infraestructura de bienes materiales o materiales, tangible-intangible que se crea para satisfacer las necesidades del turista.

Puerto: Lugar resguardado del viento a la orilla del mar o de un río donde las embarcaciones pueden detenerse y permanecer seguras, que dispone de instalaciones para hacer reparaciones o realizar operaciones de embarque y desembarque.

Ruta: es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.

Tour: es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Turismo: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Turismo de cruceros: actividad que se realiza a bordo de un barco para realizar recorrido por mar diferentes destinos que tienes a bien conocer según su itinerario.

Turista: toda persona que viaja a un destino distinto al de su domicilio habitual que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el destino visitado.

Recursos Turísticos: es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Valores Turísticos: Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

6. Diseño metodológico

6.1 Tipo de estudio

Para desarrollar la presente investigación se realizó un estudio de tipo descriptiva, por la cual se tomó el factor turismo como factor fundamental (Méndez, 2014). En el siguiente trabajo se trabajó la línea de investigación Globalización y Desarrollo Sostenible, destacando la relación de la investigación con la línea en desarrollo debido a que los cruceros son una de las ideas innovadoras y globalizadas del mundo, lograr la integralidad de tantos elementos y servicios en la satisfacción del cliente supera las expectativas que cualquier persona llegase a imaginar; estas embarcaciones son mega hoteles flotantes que van dejando a su paso gran cantidad de beneficios a los lugares y destinos que integran la ruta donde se desarrolla, destacando un elemento integrado con lo es el desarrollo social y económico de cada destino.

6.2 Método de investigación

El método utilizado fue el deductivo, como plantea Méndez, (2014), este va de lo general a lo particular, en este caso de la teoría de efectos económicos al de turismo de cruceros.

6.3 Fuentes y técnicas para la recolección de la información

6.3.1 Fuentes primarias

Se agotó por medio de dos instrumentos de encuesta aplicado a turistas de cruceros y otra a gerentes de empresas turísticas relacionadas con el turismo de cruceros como joyerías, artesanías, restaurantes, entre otros.

6.3.2 Fuentes secundarias

Se agotó por intermedio de consultas a artículos científicos, paginas especializadas, Sitcar, entre otros.

6.4 Población y muestra

6.4.1 Población

La población estuvo conformada por cien (100) turistas de cruceros

6.4.2 Muestra

Por tratarse de una población finita y pequeña y concentrada en un mismo lugar, se trabajó con el total del censo poblacional.

7. Descripción de la situación actual del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena

7.1 Turismo en el mundo

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y profundas transformaciones, que lo han llevado a convertirse en una poderosa herramienta de transformación social. Por ello cada día son más los países, las regiones y ciudades que le apuestan a la actividad turística como motor de desarrollo y progreso. Por todo esto, se hace necesario que día tras día se busquen nuevos mecanismos que permitan el fortalecimiento de la competitividad de los diferentes destinos turísticos para aprovechar así los beneficios económicos, la generación de empleo que genera el sector.

El comportamiento de este importante sector de la economía durante las últimas décadas, ha mostrado una gran dinámica de crecimiento. La Organización Mundial del Turismo (OMT) reveló el panorama del turismo internacional en 2017 que incluye el listado de países más visitados del mundo. El informe de la OMT, Panorama del Turismo Internacional 2017, reveló que durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento del mundo. Según la OMT, las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.235 millones en 2016. De igual modo, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han crecido US\$2.000 millones en 1950 a US\$104.000 millones en 1980, US\$495.000 millones en 2000 y US\$1.220.000 millones en 2016, conforme con cifras de esta entidad. Por otra parte, el

turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, tras subir un punto porcentual desde el 6% en 2015. Esto implica que el turismo ha crecido con mayor rapidez que el comercio mundial durante los últimos cinco años y como categoría mundial de exportación, ocupa el tercer puesto (OMT, 2017).

Por regiones, según la clasificación de la OMT, Asia y el Pacífico se ha situado a la cabeza del crecimiento, con un aumento del 9% en llegadas internacionales, seguida de África (+8%) y las Américas (+3%). En Europa (+2%), la región más visitada del mundo, los resultados han sido desiguales, mientras que los datos disponibles para Oriente Medio (-4%) apuntan a una disminución de llegadas. Ver tabla 1.

Tabla 1. Ingreso por turismo internacional

Rango	Ingresos por turismo internacional ¹	\$EEUU		Monedas locales			
		(miles de millones)		Variación (%)			
		2014	2015*	14/13	15*/14	14/13	15*/14
1	Estados Unidos	191,3	204,5	7,8	6,9	7,8	6,9
2	China	105,4	114,1	n/a	8,3	n/a	9,8
3	España	65,1	56,5	3,9	-13,2	3,9	4,0
4	Francia	58,1	45,9	2,8	-21,0	2,8	-5,4
5	Reino Unido	46,5	45,5	11,8	-2,3	6,2	5,2
6	Tailandia	38,4	44,6	-8,0	16,0	-2,7	22,0
7	Italia	45,5	39,4	3,6	-13,3	3,6	3,8
8	Alemania	43,3	36,9	4,9	-14,9	4,9	1,9
9	Hong Kong (China)	38,4	36,2	-1,4	-5,8	-1,5	-5,8
10	Macao (China)	42,6	31,3	-1,1	-26,4	-1,1	-26,5

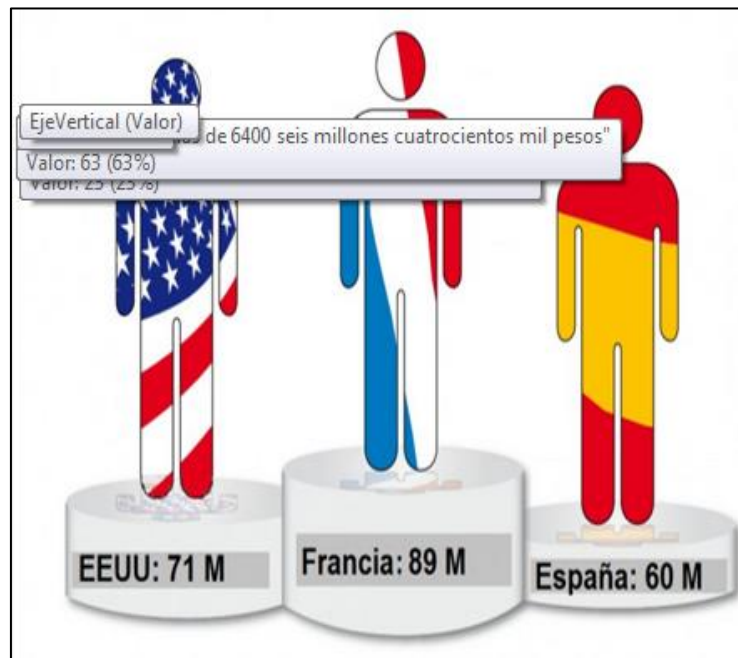
ina 9.

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, julio 2016)

Fuente. OMT (2016).

En 2016, Francia, los Estados Unidos de América, España y China siguieron copando los primeros puestos por llegadas internacionales. En cuanto a ingresos por turismo internacional, los Estados Unidos y España permanecen en cabeza, seguidos de Tailandia, que escaló hasta la tercera posición desde la sexta, y de China, que ocupa el cuarto puesto. Francia e Italia avanzaron hasta el quinto y sexto puesto respectivamente en la clasificación de ingresos, mientras que el Reino Unido, México y Tailandia pasaron a los puestos sexto, octavo y noveno en llegadas. China, los Estados Unidos y Alemania lideraron el turismo emisor en sus respectivas regiones en 2016, y se mantuvieron a la cabeza del ranking de gasto en ese orden (El Tiempo, 2018). Ver gráfica 1.

Gráfica 1. Los tres primeros destinos del mundo



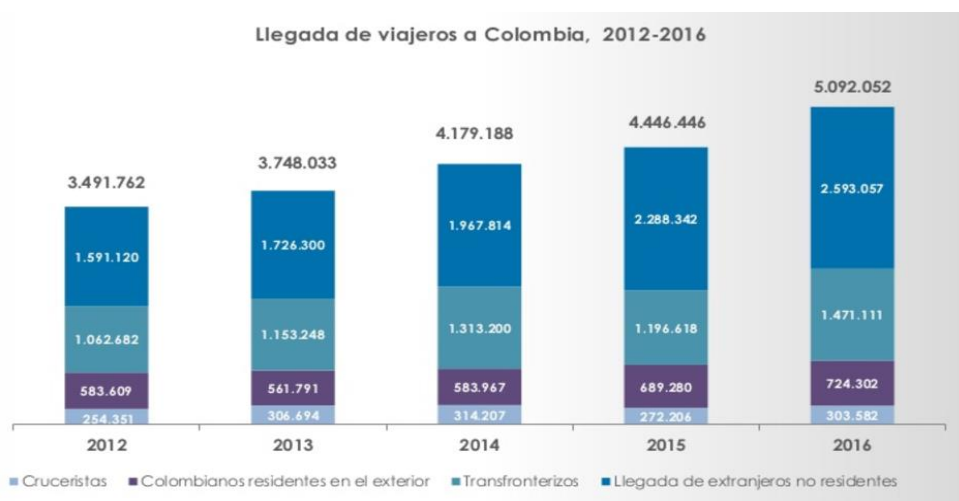
Fuente. OMT (2017).

7.2 Turismo en Colombia

Durante la década de los ochenta y noventa, el turismo internacional en Colombia se redujo de manera dramática como consecuencia de los problemas asociados al narcotráfico y a las acciones de los grupos subversivos. Durante ese período, se presentó una caída en la llegada de turistas al país. Así mismo, aerolíneas que venían a Colombia como la British Airways y Lufthansa dejaron de operar.

Ahora bien, durante el año 2017, 3'344.382 viajeros ingresaron al país, según Migración Colombia, lo que representa un crecimiento de casi 20 por ciento con respecto al 2016. La cifra supera la media mundial que está por el orden del 4 por ciento, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo. Este crecimiento acelerado tuvo también un importante impacto económico: el turismo se convirtió en el segundo generador de divisas del país. Ver tabla 2.

Tabla 2.Llegada de viajeros a Colombia 2012-2016



Fuente. Mincit (2017).

La aparición de destinos colombianos en publicaciones como *The New York Times* o el diario holandés *Telegraaf* son prueba de esta transformación. “Ya no estamos en la lista negra de destinos. Ahora somos un país que se puede visitar. Sabemos que hay retos en materia de seguridad, pero el Gobierno no ha bajado la guardia para resolverlos y seguimos consolidando el fin del conflicto para brindar cada vez más garantías a turistas nacionales y extranjeros”, lo aseveró la Ministra de Cultura y turismo (Mincit-Citur, 2017).

Colombia tiene hoy una infraestructura mejor que hace 10 años y empresarios formalizados que antes no lo estaban. En este sentido, la industria ha mostrado avances en capacitación y mejoramiento de servicios. “Colombia era como una joya que se sabía que existía, pero la gente tenía temor. Hoy, el país tiene una conectividad aérea con la que sueñan otros países de Latinoamérica. Tenemos una infraestructura mejor que hace 10 años y empresarios formalizados que antes no lo estaban. Tenemos todos los elementos para atender a un nacional o extranjero”.

Estas condiciones propiciaron el aumento de visitantes, al superar la meta de 6 millones de visitantes (entradas y salidas). A pesar del paro de pilotos de la Asociación Colombiana de Aviadores Civiles (Acdac) y el aumento del IVA, la temporada de fin de año arrojó un balance positivo para la hotelería y los agentes de viajes, según indicaron representantes de estos sectores. Las cifras de cierre del 2017 fueron en general muy positivas para el sector. Si se compara con el 2016, un año afectado por aspectos como la devaluación de la moneda, el 2017 trajo una estabilización de ella y, junto con el apoyo de las Agencias de Viajes, el turismo emisoro creció un 5,9 por ciento” (ANATO, 2017). El sector se vio influenciado por el paro de pilotos, hecho que impactó el movimiento de viajeros y desacomodó las pérdidas y ganancias proyectadas.

Cotelco, que es la Asociación Hotelera y Turística de Colombia indicó que la hotelería tuvo buenos resultados en medio de las dificultades. “En materia de turismo doméstico estuvimos un poco resentidos por el aumento del IVA. La economía nacional tuvo un crecimiento lento y, por supuesto, esto impactó las ocupaciones, el promedio nacional. Se cerró el año según lo previsto, con un promedio de 55 por ciento, teniendo en cuenta el comportamiento general de la economía” (COTELCO, 2017). Esto es, 0,26 puntos porcentuales por encima del porcentaje registrado en diciembre de 2016. Los números de ocupación alcanzaron varios picos durante las festividades de fin de año. Los destinos que reportaron una ocupación más alta en temporada alta fueron Santa Marta, con un 98 por ciento (durante el puente de reyes la ocupación fue del 98,5 por ciento); Cartagena, con 95 por ciento durante el puente de final de año (89,1 por ciento durante la fiesta de Reyes), el departamento de Meta con 91 por ciento y la Guajira con 86,5 en promedio (durante el puente de reyes tuvo un pico de 97 por ciento).

En cuanto visitantes, las cifras no fueron menores. Varias zonas reportaron crecimiento. En el caso de Quindío, la Secretaría de Turismo, Industria y Comercio reportó más de 140 mil visitantes durante la temporada (20 mil más de los proyectados). Por su parte, el Instituto de Turismo de Santa Marta compartió la impresionante cifra de 350.000 visitantes. Con este brillante panorama, los involucrados en el sector tienen el reto de mantener los buenos resultados y desarrollar los componentes necesarios para que la industria sea más próspera. En este sentido, los desafíos principales son desarrollar más infraestructura (sobre todo en los nuevos destinos), capacitar a los pequeños y medianos empresarios y ofrecer, así, un turismo de calidad, que atraiga más de 6 millones de visitantes anuales.

Durante el 2017, las agencias de viajes online (OTA's, por su sigla en inglés) recibieron más visitas y reservas. La agencia Almodo.com tuvo un incremento en las reservas del 125 por ciento. “Se ha logrado posicionar nuestra marca en el mercado, cerramos el año ingresando en el top 10 de las agencias con mayores reservas del país”.

Por otra parte, la página todoslosdestinos.com, que agrupa a agencias asociadas a Anato y que fue lanzada en junio del año pasado, recibió más de 241 mil visitas. A pesar de que las compras electrónicas no tienen números exorbitantes en el país, se trata de un mercado al que algunas agencias le apuestan. “El e-commerce presenta retos interesantes para crecer de cara a la evolución en bancarización electrónica, lo cual esperamos otorgue mayor confianza a los consumidores para comprar online y desde sus dispositivos móviles”, dijo Felipe Botero, country manager de Despegar.com (ANATO, 2017).

7.3 Situación actual del turismo en Cartagena

Cartagena de Indias se constituye en una de las ciudades más importantes de Colombia, no sólo desde el punto de vista turístico, sino industrial, comercial y portuario. Su calidad de sede alterna de la Presidencia de la República, la certificación de la UNESCO como patrimonio histórico en 1984, sus atractivos turísticos y su infraestructura para el desarrollo de reuniones y convenciones, constituyen un punto de encuentro de grandes eventos de carácter local, nacional e internacional.

Según la última Encuesta de Hogares del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) trimestre móvil febrero abril de 2018, el 30% del empleo de Cartagena se genera por el comercio y turismo siendo así el sector líder en generación de empleo:

- Comercio Hoteles y Restaurantes: 123.000 empleos
- Transporte, almacenamiento y comunicaciones: 57.000 empleos
- Industria manufacturera: 45.000 empleos
- Construcción: 35.000 empleos
- Actividades inmobiliarias: 35.000 empleos.

De otro lado, la relevancia del turismo en Cartagena quedó registrada en la encuesta que la Corporación Turismo Cartagena de Indias realizó en diciembre de 2016 a través de la firma Criterium dirigida a ciudadanos cartageneros mayores de 18 años de todos los estratos sociales de la ciudad, como parte del proceso de Certificación del Destino. Los resultados de estas encuestas de percepción ciudadana, evidencian que el 78.6% de los mil encuestados que constituyeron la muestra, identificaron el turismo como el sector económico más importante de Cartagena (Criterium, 2016).

Así mismo, 66% de los encuestados ven en el turismo, el motor de la economía de la ciudad y 94% está convencido de que Cartagena es una ciudad turística por excelencia. Con base en las cifras de empleo del DANE y la encuesta de Criterium, se evidencia claramente que el turismo está generando progreso, desarrollo, oportunidades y empleo en la ciudad, Es decir, que la actividad turística de Cartagena se constituye en uno de los sectores de gran dinamismo dentro de

la economía local. Además, es una actividad que ha venido ganando importancia, pues se le ha considerado como un sector generador de riqueza, fuertemente arraigado a la economía local.

La región Caribe continúa siendo el destino más preferido de cruceros de acuerdo con las estadísticas de la Asociación de Cruceros del Caribe y la Florida (FCCA, por sus siglas en inglés) abarca el 41.02% de todos los itinerarios. Pese al creciente interés de los investigadores por estudiar este fenómeno particular de la actividad turística en países de habla inglesa, sus impactos y dinámica no han sido considerados ampliamente en la literatura existente en castellano.

La industria de cruceros a nivel mundial movilizó 2012, 22,1 millones de pasajeros en 2014, constituyéndose así en uno de los segmentos turísticos de mayor crecimiento; por ello, se hace necesario aunar esfuerzos para consolidar y posicionar y a Cartagena de Indias como un importante destino de cruceros en el Caribe. En años recientes, el Gobierno Nacional ha realizado una invaluable y fructífera labor en traer de vuelta los cruceros a Colombia y no se ha detenido ahí, sino que ha buscado aumentar su presencia y posicionamiento mediante una efectiva promoción. Como resultado de ello, hoy se puede decir que las más importantes navieras del Caribe tocan en el puerto de Cartagena y que los pasajeros en cruceros que visitan la ciudad, se han multiplicado por siete en los últimos siete años.

Las características de Cartagena para recibir cruceros es contar con una terminal localizada en una bahía de aguas seguras con un clima tropical estable durante el año, con ocho posposiciones atraque que garantizan operaciones seguras para barcos y visitantes, ubicada en el área urbana de la ciudad a menos de dos millas del Centro Histórico y a cinco del aeropuerto internacional

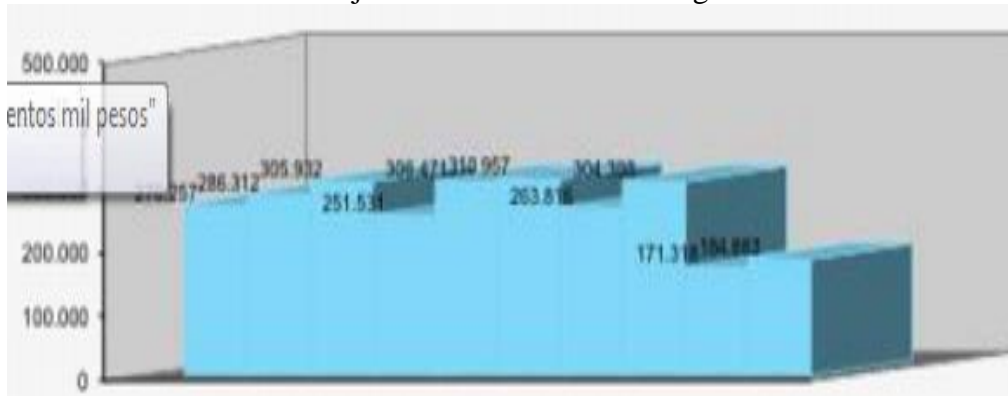
Rafael Núñez, dispone de facilidades diseñadas de forma natural con plantas y aves exóticas, almacenes de artesanías, joyerías, esmeraldas, artículos pre-colombinos, tabacos y otros.

Cuenta con un duty free con excelentes precios en perfumería, café 100% colombiano en la tienda Juan Valdez y licores; por último es puerto de embarque desde 2008 de la línea Royal Caribbean y desde 2014 de Pullmantur (SITCAR, 2017).

En ese sentido, la Corporación de Turismo Cartagena viene trabajando en hacer de Cartagena un destino de cruceros cada vez más atractivo y competitivo, mediante la coordinación institucional de todas las entidades pertinentes (La Capitanía de Puerto, La Policía Nacional, la Armada Nacional, la Secretaría del Interior, la Gerencia de Espacio Público, el DATT, Migración Colombia, Guardacostas, Pacaribe y por supuesto la Sociedad Portuaria y Procolombia) en un Comité de Cruceros que se reúne periódicamente procurando que la visita que realizan los cruceristas sea lo más satisfactoria posible y se lleven la mejor impresión y en un futuro próximo quieran regresar en un viaje de mayor estadía. En 2014 se registró la visita de 310.957 cruceristas a Cartagena de Indias.

En el año 2016, se evidenció un crecimiento del 15.4 en el total de pasajeros de cruceros en el puerto de Cartagena, mientras que en el periodo enero-diciembre de 2015 llegaron 263.816 pasajeros. Ver gráfica 2.

Gráfica 2. Pasajeros en Cruceros en Cartagena 2009-2017



Fuente. SPRC (2017).

En cuanto a las recaudadas de cruceros en los últimos tres años suman (117) ciento diez y siete, lo que en promedio es 39 por año o tres por mes. Ver tabla 3.

Tabla 3. Recaladas de cruceros 2015-2017

Recaladas de cruceros 2015-2017			
Mes	2015	2016	2017
Enero	31	36	37
Febrero	29	26	19
Marzo	23	28	23
Abril	29	22	30
Mayo	12	8	8
Junio	3	1	
Julio	1	1	
Agosto	1	0	
Septiembre	9	6	
Octubre	16	19	
Noviembre	15	24	
Diciembre	36	35	
Total	205	206	117

Fuente. SPRC (2017).

Una aproximación de la relevancia económica del segmento de cruceros en la economía de Cartagena, a partir de un análisis sencillo fundamentado en el gasto promedio por cruceristas (alrededor de USD\$96), permite inferir que por este concepto ingresaron cerca de 30 millones de dólares a la economía de la ciudad, en 2014. En la actualidad, Cartagena de Indias es prácticamente el único puerto que está recibiendo cruceros, representando en 2014, el 99,2% de los visitantes en cruceros que llegaron al país.

7.2 Resultados de la encuesta

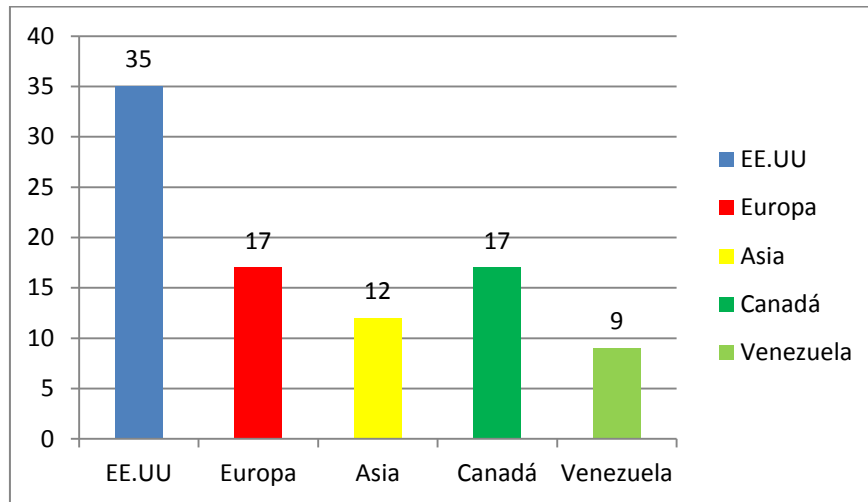
El primer lugar de residencia de los turistas cruceristas es de EEUU, seguido de países de Europa, Asia, Canadá y Venezuela, respectivamente. Ver tabla 4, gráfica 3.

Tabla 4.Lugar de residencia de turistas de Cruceros

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
EE.UU	35	35%
Europa	17	17%
Asia	12	12%
Canadá	17	17%
Venezuela	9	9%
Otro	10	10%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 3.Lugar de residencia de turistas de Cruceros



Fuente. Los autores.

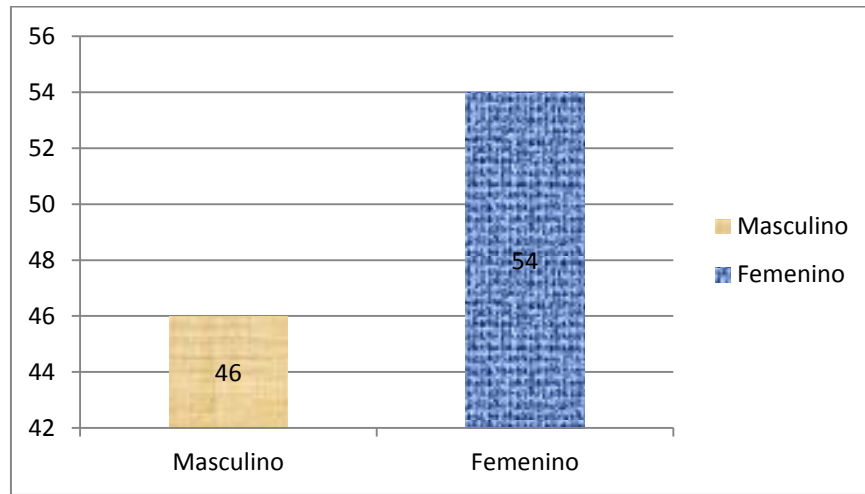
En cuanto al género un 54% son femeninos y un 46% masculino, lo que en general es muy similar y muestra que se deben ofertar servicios y productos por igual. Ver tabla 5, gráfica 4.

Tabla 5.Genero turistas de Crucero

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	46	46%
Femenino	54	54%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 4. Genero turistas de Crucero



Fuente. Los autores.

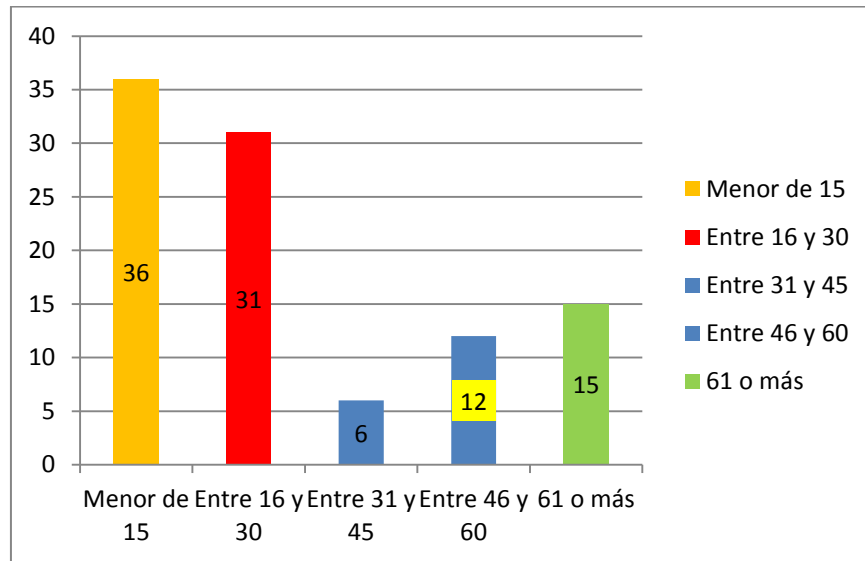
En lo que se refiere a la edad estos son heterogéneos y van desde los 15 años hasta mayores de 61 años. Ver tabla 6, gráfica 5.

Tabla 6. Edad turistas de Cruceros

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menor de 15	36	36%
Entre 16 y 30	31	31%
Entre 31 y 45	6	6%
Entre 46 y 60	12	12%
61 o más	15	15%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 5. Edad turistas de Cruceros



Fuente. Los autores.

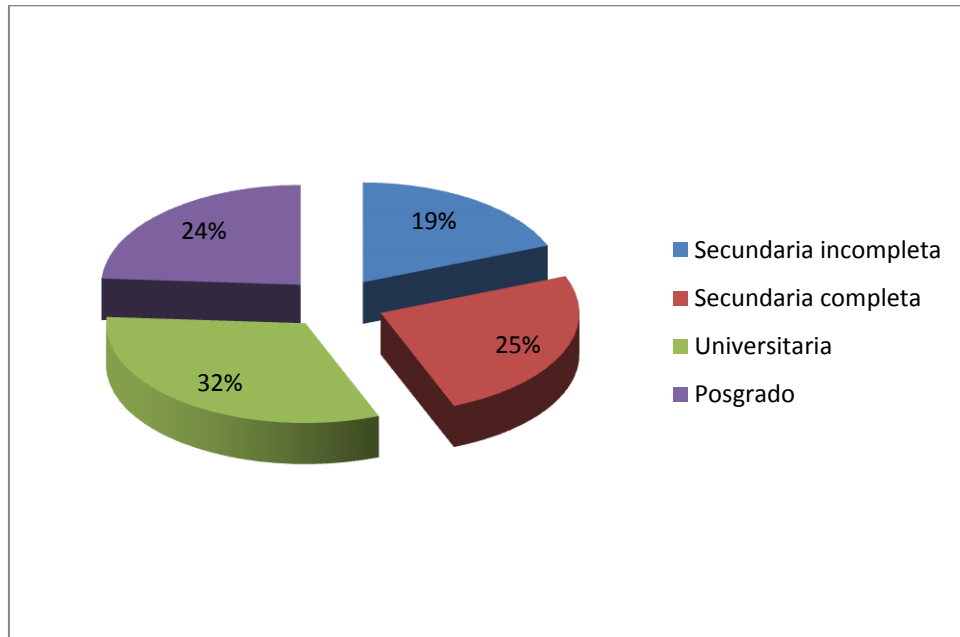
El nivel educativo máximo alcanzado de los turistas de cruceros en primer lugar es universitario, seguido de secundaria completa, posgrado y luego secundaria incompleta. Ver tabla 7, gráfica 6.

Tabla 7. Nivel de educación turistas de Cruceros

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Secundaria incompleta	19	19%
Secundaria completa	25	25%
Universitaria	32	32%
Posgrado	24	24%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 6. Nivel de educación turistas de Cruceros



Fuente. Los autores.

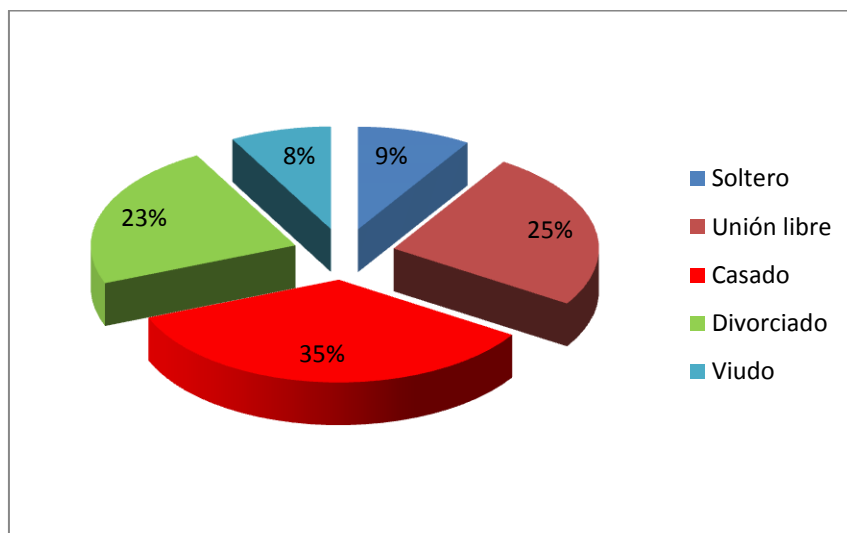
El estado civil de los turistas de Cruceros en primer lugar son casados, luego unión libre, divorciados, solteros y por último viudos. Ver tabla 8, gráfica 7.

Tabla 8. Estado civil turistas de Cruceros.

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Soltero	9	9%
Unión libre	25	25%
Casado	35	35%
Divorciado	23	23%
Viudo	8	8%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 7.Estado civil turistas de Cruceros.



Fuente. Los autores.

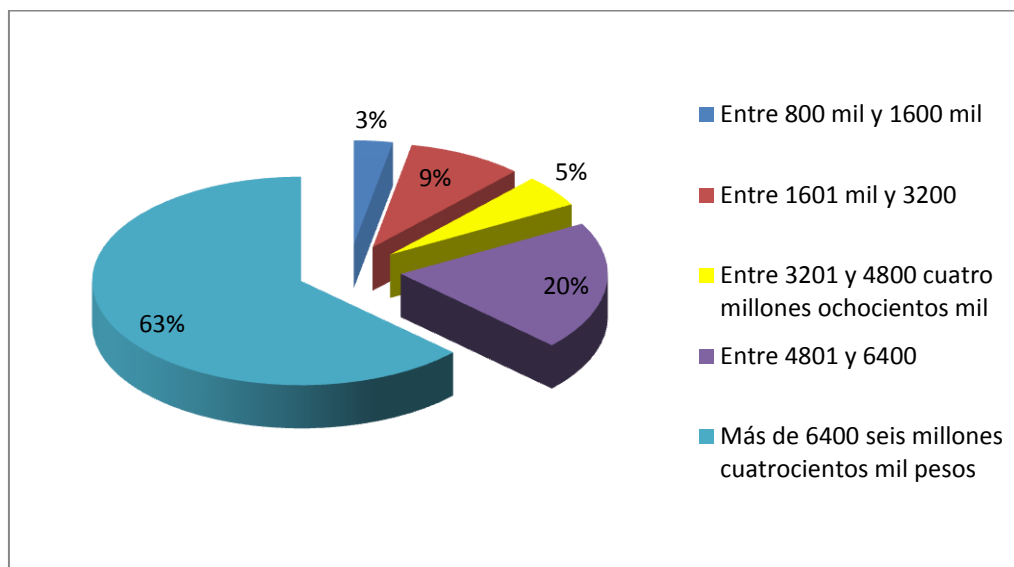
En cuanto al nivel de ingresos la gran mayoría está en 6.4 millones y más, seguido de entre 4.8 y 6.4, luego 3.2 millones y 3.2 millones. Ver tabla 9, gráfica 8.

Tabla 9.Nivel de ingresos de turistas de Cruceros.

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Entre 800 mil y 1600 mil	3	3%
Entre 1601 mil y 3200	9	9%
Entre 3201 y 4800 cuatro millones ochocientos mil	5	5%
Entre 4801 y 6400	20	20%
Más de 6400 seis millones cuatrocientos mil pesos	63	63%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 8. Nivel de ingresos de turistas de Cruceros.



Fuente. Los autores.

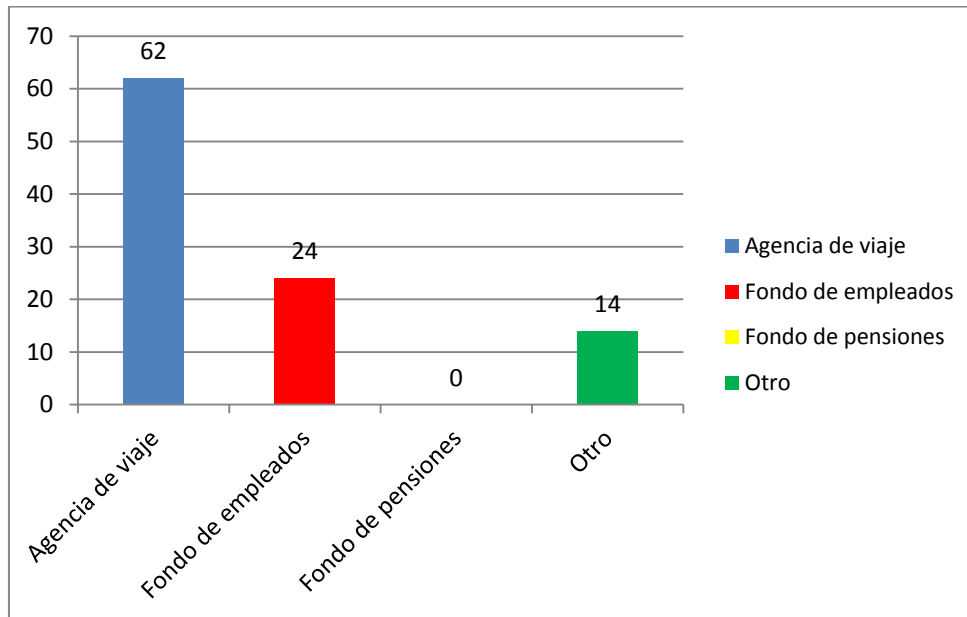
La forma de adquirir el pasaje los turistas de Cruceros en primer lugar por agencias de viaje, luego fondos de empleados y un 14% por otras formas. Ver tabla 10, gráfica 9.

Tabla 10. Porque medio adquirió su pasaje.

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viaje	62	62%
Fondo de empleados	24	24%
Fondo de pensiones	0	0%
Otro	14	14%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 9. Porque medio adquirió su pasaje.



Fuente. Los autores.

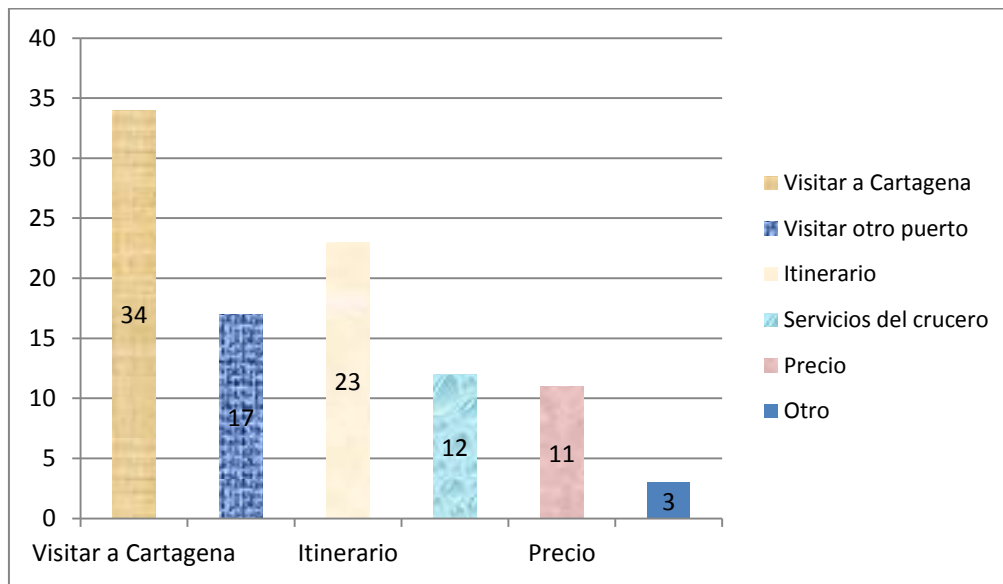
El motivo de viaje de los turistas de Cruceros fue en primer lugar visitar a Cartagena, seguido del itinerario de la línea marítima, visitar otro puerto, los servicios de la línea y por último el precio. Ver tabla 11, gráfica 10.

Tabla 11. Motivo principal del viaje de los turistas de Cruceros.

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Visitar a Cartagena	34	34%
Visitar otro puerto	17	17%
Itinerario	23	23%
Servicios del crucero	12	12%
Precio	11	11%
Otro	3	3%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 10.Motivo principal del viaje de los turistas de Cruceros.



Fuente. Los autores.

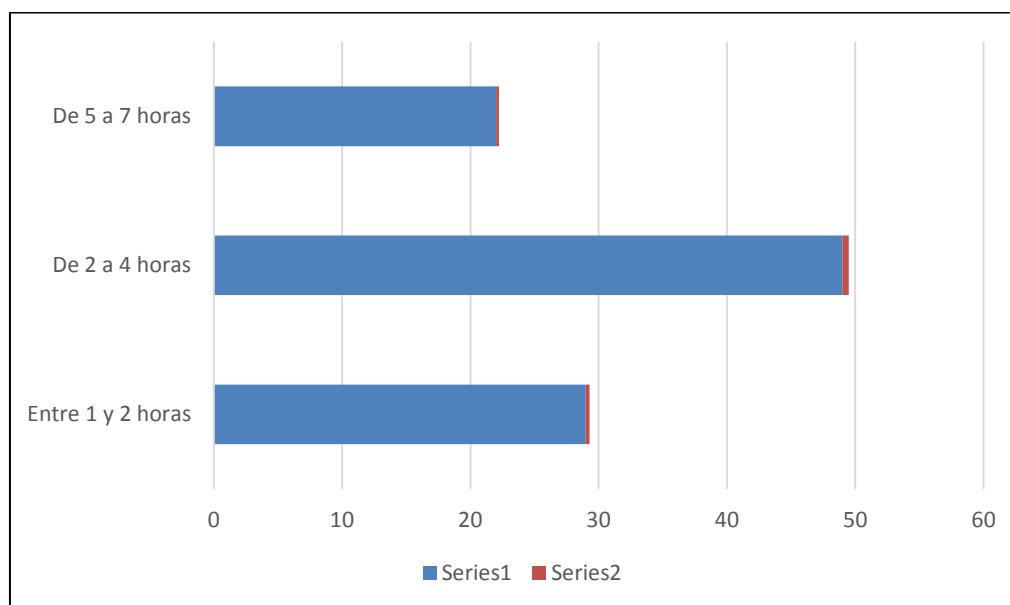
El tiempo de la estadía fuera del puerto de los turistas de Crucero en Cartagena en primer lugar fue entre 2 y 4 horas, luego entre 1 y 2 horas y luego entre 5 y 7 horas. Ver tabla 12, gráfica 11.

Tabla 12.Tiempo de estadía en Cartagena fuera del puerto.

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Entre 1 y 2 horas	29	29%
De 2 a 4 horas	49	49%
De 5 a 7 horas	22	22%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 11. Tiempo de estadía en Cartagena fuera del puerto.



Fuente. Los autores.

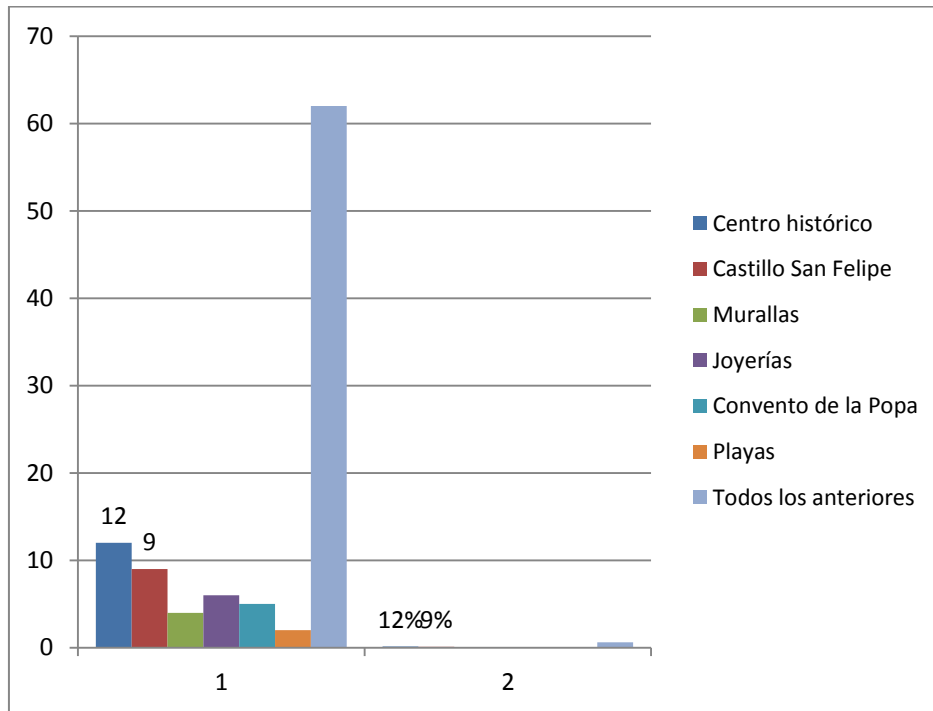
Los lugares y sitios más visitados en orden fueron todos los anteriores, luego Centro Histórico, San Felipe y demás. Ver tabla 13, gráfica 12.

Tabla 13. Lugares más visitados por los turistas de Cruceros.

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Centro histórico	12	12%
Castillo San Felipe	9	9%
Murallas	4	4%
Joyerías	6	6%
Convento de la Popa	5	5%
Playas	2	2%
Todos los anteriores	62	62%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 12.Lugares más visitados por los turistas de Cruceros.



Fuente. Los autores.

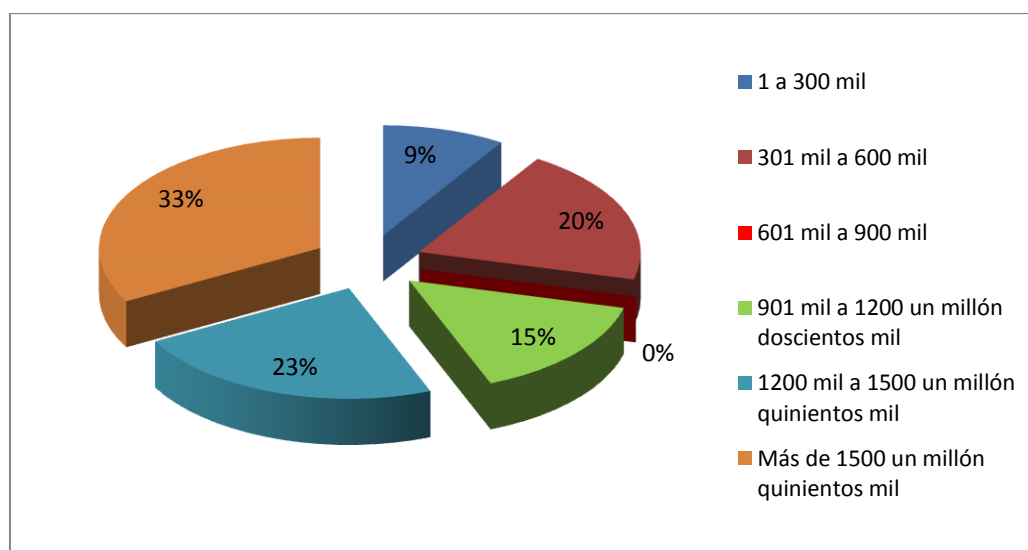
El gasto de los turistas de Cruceros en Cartagena fue más de un millón y medio, seguido de un millón y medio a un millón quinientos mil, el menor es de hasta trescientos mil pesos. Ver tabla 14, gráfica 13.

Tabla 14. Gasto en la ciudad de Cartagena de los turistas de Cruceros.

VARIABLES	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 a 300 mil	9	9%
301 mil a 600 mil	20	20%
601 mil a 900 mil		
901 mil a 1200 un millón doscientos mil	15	15%
1200 mil a 1500 un millón quinientos mil	23	23%
Más de 1500 un millón quinientos mil	33	33%
Total	100	100%

Fuente. Los autores.

Gráfica 13. Gasto en la ciudad de Cartagena de los turistas de Cruceros.



Fuente. Los autores.

En la siguiente tabla se presentan los niveles de satisfacción de los aspectos más importantes para un turista de Cruceros, en general las calificaciones están en satisfecho y muy satisfecho. Ver tabla 15.

Tabla 15. Nivel de satisfacción de los siguientes aspectos.

Variables	Muy insatisfecho	Insatisfecho	NS/NI	Satisfecho	Muy satisfecho	Total
Bienvenida	0	0	1	11	88	100
Instalaciones y servicios del puerto	0	0	0	26	74	100
Tiempo para visitar a Cartagena	12	4	0	38	36	90
Servicio de transporte	0	0	0	16	84	100
Servicio de Guianza	0	4	0	35	61	100
Variedad de atracciones	5	0	0	47	48	100
Centro Histórico	0	7	0	34	59	100
Castillo San Felipe	0	0	0	15	85	100
Información turística	7	8	0	36	49	100
Clima	0	0	0	12	88	100
Vendedores en la calle	10	16	0	39	35	100
Sensación de seguridad	2	4	0	38	56	100
Precios	3	11	0	33	53	100
Amabilidad de los residentes	0	0	0	44	56	100
Limpieza y aseo	0	12	0	46	42	100
Tráfico y ruido	9	11	0	39	41	100

Fuente. Los autores.

8. Efectos socioeconómicos del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena

Dado el dinamismo de esta actividad, los destinos han incorporado la recepción de cruceros como estrategia de diversificación de su oferta turística. Gobiernos y demás actores involucrados en esta tipología del turismo han visto la necesidad de conocer más a fondo su comportamiento y la forma como impactan en los diferentes destinos. En este marco de intereses, es oportuno analizar los diferentes impactos que esta modalidad turística genera en los destinos; entre estos impactos se encuentran los económicos, los más estudiado en la literatura de cruceros (Bukstein, Garrido, Tealde & Zapata, 2010).

Los beneficios económicos del turismo de cruceros en un destino provienen básicamente de tres fuentes: (I) el gasto que hacen los pasajeros en tierra, el cual está concentrado en las excursiones y rubros como artesanías, ropa y joyas; (II) el gasto hecho por la tripulación que incluye, principalmente, alimentación, bebidas, ropa y entretenimiento; (III) el gasto generado por el barco mismo, que obedece fundamentalmente a los servicios portuarios por concepto de manejo de pasajeros, muellaje, pilotaje, remolcador, lanchas pasacabos, faros y boyas (uso del canal), fumigación de la basura abordo, suministro de agua potable y recolección de basuras sólidas.

El impacto económico va a depender del tipo de puerto al que se haga referencia (Dwyer & Douglas, 2004), es decir, si es un puerto base (donde inicia y termina el viaje) o puerto de escala (donde se hace una parada que oscila entre seis y diez horas); de las facilidades e infraestructura del destino para atender las necesidades del barco en sí mismo y de los pasajeros; factores como

el tamaño del destino y el tiempo de escala del barco influirán en la intensidad de esos efectos económicos.

En Cartagena el mejoramiento de los índices de seguridad unido a las importantes acciones que en materia de promoción del destino han liderado Procolombia y la SPRC permitió el resurgimiento de este tipo de turismo. Entre las estrategias cabe mencionar la participación en las más importantes ferias del sector. Actualmente, Procolombia trabaja conjuntamente con los coordinadores de las actividades en tierra de la línea de crucero y, con las empresas de promoción, en los barcos con el fin de analizar el material publicitario en catálogos, correos electrónicos y todo tipo de comunicaciones de las navieras, así como proveer videos para que sean parte de la programación de los televisores en cada una de las cabinas.

Igualmente, esta entidad trabaja estrechamente con la FCCA (Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe), asistiendo a reuniones programadas y atendiendo a las dudas de las navieras. Todo lo anterior es valioso para la ciudad dado que el gasto por crucerista representa ingreso de divisas y dinamiza la economía local debido a su efecto multiplicador que vincula de manera transversal a guías de turismo, operadores turísticos, administradores de atractivos, restaurantes, artesanos, empresas de transporte, principalmente.

Conscientes de este dinamismo reflejado en la demanda de servicios y de capital humano, los diferentes actores que hacen parte de la actividad crucerística de Cartagena se han estado capacitando con el propósito de fortalecer la calidad del servicio que se brinda a los pasajeros de cruceros; es así como guías turísticos, vendedores informales y taxistas de la ciudad, entre otros,

se han visto beneficiados de dicha iniciativa, desarrollada por Procolombia y la FCCA. Es de señalar que la estación de cruceros en Cartagena va de octubre a abril.

En términos generales, el tipo de cruceros que se está desarrollando en Cartagena es aquel que tiene itinerarios que van de los 10 a 25 días, y provienen de los principales puertos estadounidenses con una media de 1900 pasajeros a bordo. El perfil del crucerista que visita Cartagena es mayoritariamente norteamericano, con formación universitaria, casado, con un ingreso anual familiar de más de 75.000 dólares y pertenece a la tercera edad. Hacen el viaje con su pareja y adquieren el crucero en una agencia de viajes; la gran mayoría ha tomado cruceros con anterioridad.

El gasto del turismo de cruceros tiene efectos directos, indirectos e inducidos en la economía de un destino. El efecto directo se presenta cuando un proveedor le vende una serie de bienes y servicios a los barcos de cruceros, a su tripulación y a los pasajeros. Entre los gastos relacionados con el buque están los costos portuarios, los gastos marítimos, alimentos y bebidas, combustible, agua y mantenimiento. Los gastos asociados a los pasajeros incluyen aquellos que no hacen parte del crucero en sí mismo, es decir, taxis, regalos, excursiones en tierra, alimentos y bebidas, principalmente. En el gasto de la tripulación se encuentran, entre otros conceptos, restaurantes, servicios médicos, actividades recreativas, transporte, etc. Los efectos indirectos resultan de las compras de los proveedores directos, como son los productos adquiridos a otras empresas. Los efectos inducidos se dan cuando los receptores de los gastos directos e indirectos incrementan sus ingresos.

Para ello, los gastos que deben ser tomados en cuenta fueron: (I) el gasto hecho por el pasajero; (II) el gasto hecho por el tripulante; (III) el gasto que hace el barco en el puerto; y (IV) el gasto de soporte. Los resultados presentados deben tomarse como aproximados por la falta de datos fiables y precisos. Ver tabla 16.

Tabla 16. Gasto por categoría de los turistas de Cruceros en Cartagena.

Categoría del gasto	Promedio del gasto
Guías	20
Comidas y bebidas	5
Souvenires	15
Joyas	25
Farmacia-salud	5
Transporte	3
Llamadas	15
Otros	5

Fuente. Los autores.

Nota. Cálculos en dólares estadounidenses. El gasto en transporte es bajo por que generalmente esta incluido, excepto si el turista se sale del tour ofrecido por la línea.

9. Plan de acción para mejorar los efectos económicos del turismo de cruceros en la ciudad de Cartagena de Indias DT y C

A continuación se presenta el plan de acción para incrementar los efectos económicos generado por el turismo de cruceros en Cartagena. Ver tabla 17.

Tabla 17. Plan de acción para incrementar los efectos económicos del turismo de Cruceros en Cartagena.

Objetivo	Estrategia	Actividades	Responsable
Incrementar la promoción del destino.	Feria de promoción en EEUU, países Europeos, Canadá y países desarrollados.	-Oferta de autoridades locales y empresarios del sector. -Muestras culturales y gastronómicas. -Propagandas por internet y páginas especializadas como las de las líneas Royal Caribbean y Pullmantur.	Alcaldía de Cartagena. Fontur. Mincit. Pro Colombia. SPRC
Diversificar los productos y servicios a los turistas de Cruceros en Cartagena.	Identificar otros productos y servicios como playas Bocagrande y la Boquilla, visita a Palenque o Volcán del Totumo, entre otros.	-Realizar alianzas con operadores turísticos de sol y playa. -Realizar convenios con los encargados de la oferta de palenque y Volcán del Totumo, entre otros.	Alcaldía de Cartagena. Fontur. Operadores turísticos SPRC Policía de turismo.
Capacitar a vendedores formales, guías y	-Comprometer a la academia en la cualificación de este	-Capacitar en inglés básico y técnico. -Capacitar en atención al cliente y buenas prácticas de servicio.	Alcaldía de Cartagena. Fontur.

vendedores informarles.	personal.	-Capacitar en las culturas de los turistas.	Universidades de la ciudad.
----------------------------	-----------	--	--------------------------------

Fuente. Los autores.

10. Conclusiones

Este trabajo permite entender mejor los efectos del turismo de Cruceros que visitan el puerto colombiano de Cartagena de Indias. Los resultados de este estudio concluyen que es necesario ampliar la oferta de productos y servicios turísticos a los pasajeros de Cruceros. Es necesario mantener y mejorar la seguridad, tráfico, ruido, limpieza, algunas estructuras e infraestructuras del destino.

Se concluye que es urgente capacitar a vendedores ambulantes, guías turísticos, pequeños artesanos y otros proveedores de servicios y productos.

Los efectos económicos se reflejan principalmente en que gastan más en joyas y, en general, gastan más en todas las categorías, tienen ingresos altos, están viajando por primera o segunda vez en un crucero.

11. Recomendaciones

Se recomienda a los actores involucrados atender los resultados de la investigación para ayudar a incrementar los efectos económicos del turismo de Cruceros en Cartagena. Para ello, se sugiere a la Fundación Universitaria Los Libertadores dejar conocer los resultados a los entes pertinentes.

12. Bibliografía

ANATO. (2017). *Informe 2017*. Bogotá: ANATO.

Anton. (2010). *Combates navales en la heráldica Marítima Española*. Madrid: Revista General de Marina.

Bukstein, Garrido, Tealde & Zapata. (2010). Impactos económicos del turismo de cruceros. . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 19, núm. 5, septiembre-octubre, 2010, pp. 607-634, 607-634.

Congreso de la República. (2012). *Ley general de turismo*. Bogotá: Diario Oficial.

Corpoturismo. (2017). *Indicadores turismo a octubre 2017*. Cartagena: Sitcar.

COTELCO. (2017). *Informe 2017*. Bogotá.

Criterion. (2016). *Estudio de Satisfacción de la Ciudadanía en Relación al Turismo-, y la Influencia de este en la Comunidad*. Cartagena.

Douglas. (2004). *Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports*. Honolulu: Redalyc.

El Tiempo. (2018). *Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT*. Bogotá: Casa el tiempo.

Lavour. (2012). *Hacia una historia del turismo*. Buenos Aires: Rev estudios turísticos.

Luna. (2012). *El turismo de Cruceros en el mediterraneo. Una aproximación a las Islas Baleares*. Madrid: Uib.es.

Medina. (2012). *Orígenes e historia de la navegación por placer*. Viajarotope.

Méndez. (2014). *Metodología. Guía para adelantar trabajos de investigación en ciencias sociales*. México: Macgraw Hill.

Mincit-Citur. (2017). *Indicadores turísticos del país*. Bogotá: Mincit.

Nova. (2016). *Competividad del turismo en Cartagena de Indias Colombia*. Lisboa: Universidad Lusófana.

OMT. (2017). *Panorama del turismo internacional 2017*. Ginebra: WTO.

Roche. (2012). *El turismo de Cruceros en Cartagena. Una aproximación descriptiva*. Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena.

SITCAR. (2017). *Indicadores Turísticos de cartagena 2017*. Cartagena: SITCAR.

ANEXOS

Anexo “A”. Encuesta.

Objetivo. Caracterizar y conocer las motivaciones y satisfacción de los pasajeros cruceristas que llegan a Cartagena.

Sección socio demográfica

1. Lugar de residencia

EE.UU ___

Europa ___

Asia ___

Canadá ___

Venezuela ___

Otro ___

2. Genero

Masculino ___

Femenino ___

3. Edad

Menor de 15 _____

Entre 16 y 30 _____

Entre 31 y 45 _____

Entre 46 y 60 _____

61 o más _____

4. Nivel de educación

Secundaria incompleta _____

Secundaria completa _____

Universitaria _____

Posgrado _____

5. Estado civil

Soltero _____

Unión libre _____

Casado _____

Divorciado _____

Viudo _____

6. Nivel de ingresos

Entre 800 mil y 1600 mil _____

Entre 1601 mil y 3200 _____

Entre 3201 y 4800 mil _____

Entre 4801 y 6400 _____

Más de 6400 seis millones cuatrocientos mil pesos _____

Sección del viaje

7. Porque medio adquirió su pasaje

Agencia de viaje

Fondo de empleados

Fondo de pensiones

8. El motivo principal del viaje fue

Visitar a Cartagena

Visitar otro puerto

Itinerario

Servicios del crucero

Precio

Otro

9. La estadía en Cartagena fuera del puerto fue

Entre 1 y 2 horas

De 2 a 4 horas

De 5 a 7 horas

10. Los lugares visitados fueron

Centro histórico

Castillo San Felipe

Murallas

Joyerías

Convento de la Popa

Playas

Sección gasto de los turistas

11. Usted gasto en la ciudad de Cartagena

1 a 300 mil

301 mil a 600 mil

601 mil a 900 mil

901 mil a 1200 un millón doscientos mil

1200 mil a 1500 un millón quinientos mil

Más de 1500 un millón quinientos mil

Sección satisfacción de los turistas

12. Satisfacción de los servicios, atractivos y características de Cartagena

Muy insatisfecho_ Algo insatisfecho_ NMI/NMS_ Algo satisfecho_ Muy satisfecho_

Bienvenida

Instalaciones y servicios del puerto

Tiempo para visitar a Cartagena

Servicio de transporte

Servicio de Guianza

Variedad de atracciones

Centro Histórico

Castillo San Felipe

Información turística

Clima

Vendedores en la calle

Seguridad

Precios

Amabilidad de los residentes

Limpieza y aseo

Tráfico y ruido

13. Probabilidad de regreso a Cartagena

Muy improbable_ Improbable_ NI/NP Probable_ Muy probable

Gracias