

EL TURISMO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN CARTAGENA DE INDIAS

Anna Fernanda Niñez Ensuncho¹, Valentina Vergara Vergara²

RESUMEN

Toda ciudad que necesite o viva del turismo y por lo tenga como fuente de divisas debe estar a la altura de las mejores ciudades turísticas o ciudades destino, en el presente artículo se realizará un análisis de la competitividad en el ámbito turístico en la ciudad de Cartagena de Indias, referentes relacionados con la competitividad turística y sugerencias para ser más competitiva, se hizo mediante revisión de artículos y es de carácter cualitativo, enmarcada en la epistemología de las Ciencias Sociales y al mismo tiempo es un artículo de reflexión a manera de conclusión se infiere que las estrategias que se generen en materia de turismo deben estar encaminadas a fortalecer la competitividad y de esta manera la ciudad se encuentre altamente capacitada para atender las demandas del mercado, el cual se encuentra en constante cambio.

PALABRAS CLAVE

Cartagena, Competitividad, Demanda, Marca, Turismo

ABSTRACT

Any city that needs or lives from tourism and therefore has it as a source of foreign currency must be at the level of the best tourist cities or destination cities, in this article an analysis of the competitiveness in the tourism field in the city of Cartagena will be carried out. de Indias, references related to tourism competitiveness and suggestions to be more competitive, was made by reviewing articles and is of a qualitative nature, framed in the epistemology of Social Sciences and at the same time it is a reflection article as a conclusion. infers that the strategies that are generated in terms of tourism should be aimed at strengthening competitiveness and in this way the city is highly qualified to meet the demands of the market, which is constantly changing.

KEYWORDS

Cartagena, Competitiveness, Demand, Brand, Tourism

INTRODUCCIÓN

En el siguiente artículo se encontrará información sobre los aspectos claves de la competitividad turística, cómo se encuentra Cartagena de Indias y qué estrategias se están empleando para aumentar su competitividad en materia de turismo, servirá para alimentar la Línea de Investigación en Universidad, Empresa, Estado y Sociedad y a los grupos GISEMA y Ciencia Libre de la Universidad Libre. Fortalecerá a los lectores argumentos para la competitividad y acercará los estudiantes a la relevancia del turismo mediante la aplicación de conceptos en materia turística sobre una ciudad como caso que es Cartagena, se buscan referentes y se hacen propuestas al respecto.

¹ Estudiante de Administración de Empresas de Universidad Libre annaf-nuneze@unilivre.edu.co

² Estudiante de Administración de Empresas de Universidad Libre valentina-vergarav@unilivre.edu.co

A manera de antecedentes, Cartagena de Indias es una de las ciudades más turísticas de Colombia, además de reconocida por sus atractivos naturales y su legado histórico, la Ciudad fue declarada Patrimonio Nacional de Colombia en 1959 y por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad en 1984, además en el año 2007 dada su arquitectura militar fue galardonada como la cuarta maravilla de Colombia, posee un gran inventario en materia de atractivos turísticos para nacionales y extranjeros, visitada en gran parte del año.

En cuanto al sector hotelero de la ciudad de Cartagena, se vienen dando crecimiento positivo en comparación con destinos nacionales, aunque para ser más competitiva y lograr que sea uno de los principales destinos a nivel internacional, aún se necesita desarrollar adecuadas estrategias que faciliten direccionar hacia el logro de objetivos y así la ciudad fortalece los atractivos turísticos y la competitividad del mercado.

Vale señalar que La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en un sitio donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año.

El potencial turístico de la ciudad de Cartagena de Indias se conforma por los bienes culturales que posee y que le permiten atraer turistas de todas las partes del mundo, es por ello que la competitividad turística de Cartagena es un requisito para que sea capaz de crear valor a largo plazo para los turistas, los empresarios y la sociedad, y su capacidad para generar prosperidad en el territorio, al preservar su recurso.

La oferta turística en Cartagena se entiende como el conjunto de recursos turísticos, infraestructuras y empresas turísticas que están disponibles en el mercado para ser usados por los turistas. De esta manera, primero, los recursos turísticos de Cartagena que son las murallas, Castillo de San Felipe, museos, entre otros atractivos que se encuentran en la ciudad. Segundo, la infraes-

tructura es lo que cuenta la ciudad para desplazarse a sus alrededores, al interior de la ciudad mediante el muelle, el aeropuerto, las calles y las carreteras, entre otros. Tercero, las empresas Turísticas que son las agencias de viaje, hoteles y todas las empresas que se dediquen a la atención del turismo.

REFERENTES EN MATERIA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

En materia de estrategia turística en cuanto a las tradiciones y leyendas que hacen de Cartagena una ciudad apetecida para los que les gusta la cultura según Castillejo, M. C. B., & De la Espriella Mendoza, Y. (2014) y Morales Maestre, T., & González Tamara, J. A. (2018) y Tamara, J. A. G., & Maestre, T. M. (2020) sostienen que el turismo se puede usar como herramienta para que la ciudad sea más competitiva, Novoa Pérez, D. J., & Espriella Mendoza, Y. D. L. (2013) sugieren que se haga o desarrolle el clúster turístico que beneficiará a la ciudad, en donde las empresas que se destinan al turismo se unan y creen nuevas ofertas más completas.

Por su parte para posicionar la marca o la ciudad como destino turístico Río-Cortina, J. L. D., Cardona-Arbeláez, D., & Guacari-Villalba, A. (2017) señalan que la idea es que cuando se mencione el nombre de Cartagena de Indias quede en la mente de potenciales turistas o usuarios líderes en materia turística.

En el contexto de ciudad portuaria que también se convierte en atractivo turístico no solo por los cruceristas sino por las maniobras logísticas y su movimiento en la gestión portuaria, Fram, T. O. B. (2019) hace un comparativo de las ciudades de Santos y Cartagena de Indias en cuanto a sus puertos y la sostenibilidad que finalmente repercute en atractivo turístico. Simancas, E. P., & Aragonés, F. J. A. (2016) hacen énfasis en el Talento Humano al servicio del turismo en las empresas que también repercuten en atractivo turístico, ya que un recurso humano bien preparado y competitivo para resolver inquietudes de los usuarios permite que comenten y hagan aportes interesantes, como tripadvisor y airbnb

quienes dejan comentarios positivos o negativos de estadias en hostales, hoteles y hospedajes. Díaz, J. G. (2011) revisan la informalidad turística y específicamente la parahotelaría que podría ser facilitador de hospedaje, pero al mismo tiempo un riesgo por lo informal.

Investigaciones más detalladas como Ritchie, B. & Crouch, G. I. (2000) y Jiménez Baños, P., & Aquino Jiménez, F. K. (2012) revisan un modelo de Competitividad para los destinos turísticos en grandes distancias que interactúan el microentorno y el macroentorno y al momento de valorar el turista revisa esas condiciones, al igual que Boyano-Fram, T. O. (2021) que revisa las condiciones de las ciudades turísticas del Callao y Cartagena de Indias y su gestión portuaria y sostenibilidad y según el Foro Económico Mundial existe un Índice de Competitividad Turística que tiene en cuenta: condiciones de habitación, la habitación del entorno políticas e infraestructura y recursos naturales y culturales

CONCLUSIÓN

Por lo tanto, el éxito de Cartagena de Indias como ciudad turística parte de la fijación de los objetivos del sector turístico. Desde este punto de vista, las ofertas turísticas necesitan nuevos talentos o visiones, y no de incrementos de costos donde solo hacen alejar al consumidor, pero como fuente de diferenciación frente a los competidores nacionales e internacionales, debido al entorno de la ciudad de Cartagena, es una ciudad llamativa por sus antecedentes históricos y riquezas naturales, que la creciente competencia en el sector turístico es un factor que hace que las ofertas tanto formales como informales tengan éxito o no. Es por ello, que cada vez más las ofertas turísticas giran en torno a las necesidades del turista, dado que cada uno viaja por razones diferentes, ya sea de ocio, negocios, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

Boyano-Fram, T. O. (2021). Análisis comparativo en la logística y sostenibilidad de puertos el Callao y Cartagena de Indias. *Revista científica anfibios*, 4(1), 79-95.

Castillejo, M. C. B., & De la Espriella Mendoza, Y. (2014). "Historias y leyendas" ruta de museos como estrategia de marketing de destinos en cartagena de indias, ciudad patrimonio histórico de la humanidad. valoración inicial. *Saber, ciencia y libertad*, 9(1), 131-146.

Díaz, J. G. (2011). La hotelaría informal y la competitividad turística de la ciudad de Cartagena. *Aglala*, 2(1), 70-103.

Devoz, G., & Vega, M. M. (2010). La competitividad de los servicios turísticos informales en Cartagena.

Fram, T. O. B. (2019). Análisis comparativo en la logística y la sostenibilidad de los Puertos de Santos y Cartagena de Indias. *Revista ADGNOSIS*, 8(8).

Jiménez Baños, P., & Aquino Jiménez, F. K. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), 977-995.

Morales Maestre, T., & González Tamara, J. A. (2018). *Competitividad turística en la ciudad de Cartagena como herramienta para el crecimiento del sector turístico* (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

Novoa Pérez, D. J., & Espriella Mendoza, Y. D. L. (2013). Los clúster productivos como estrategia para mejorar la competitividad: el caso del sector turístico de Cartagena de Indias.

Río-Cortina, J. L. D., Cardona-Arbeláez, D., & Guacará-Villalba, A. (2017). Responsabilidad social empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 8(1), 49-60.

Ritchie, B. & Crouch, G. I. (2000) "The competitive destination: a sustainability perspective". *Tourism Management* 21(1): 1-7

- Simancas, E. P., & Aragonés, F. J. A. (2016). El capital humano como factor de competitividad en la industria hotelera y turística en Cartagena. *Panorama Económico*, 24(1), 269-282.
- Tamara, J. A. G., & Maestre, T. M. (2020). Competitividad turística en la ciudad de Cartagena como herramienta para el crecimiento del sector turístico. *Revista de Jóvenes Investigadores Ad Valorem*, 3(1), 65-67.
- Valle Bacca, M. C., & Sánchez Rodríguez, C. J. (2006). Diagnóstico de los factores que influyen en la competitividad de las mipymes del sector alimentos y bebidas del clúster turístico de Cartagena de Indias y diseño de alternativas de desarrollo.
- World Economic Forum (2019) Índice de Competitividad Turística. <https://es.weforum.org/agenda/2019/09>