

ANALISIS COMPARATIVO DE LAS CONDICIONES DEL SECTOR TURISTICO DE  
CARTAGENA DE INDIAS CON RESPECTO AL SECTOR TURISTICO DE LA  
CIUDAD DE LA HABANA (CUBA).

DEISI ACOSTA CARRILLO

KATIA TORRES LEON

CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR

PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS

2003

ANALISIS COMPARATIVO DE LAS CONDICIONES DEL SECTOR TURISTICO DE  
CARTAGENA DE INDIAS CON RESPECTO AL SECTOR TURISTICO DE LA  
CIUDAD DE LA HABANA (CUBA)

DEISI ACOSTA CARRILLO

KATIA TORRES LEON

Proyecto presentado como requisito para optar el titulo de contador público y administrador  
de empresas.

DIRECTOR

JESUS MARIA CABALLERO

Administrador de Comercio Exterior

CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR

PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CARTAGENA DE INDIAS

2003

Nota de Aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado:

Firma del Jurado:

Firma del Jurado:

## **ARTICULO 107**

La CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR, se reserva el derecho de propiedad intelectual de todos los trabajos de grado aprobados, y no pueden ser explotados comercialmente sin su autorización.

Cartagena de Indias, D. T. y C., 2002

Señores:

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLIVAR  
Ciudad.

Estimados señores:

La presente tiene como objeto comunicarles que he dirigido a las estudiantes DEISI ACOSTA CARRILLO, KATIA TORRES LEON, en su monografía, titulada “ANALISIS COMPARATIVO DE LAS CONDICIONES DEL SECTOR TURISTICO DE CARTAGENA DE INDIAS CON RESPECTO AL SECTOR TURISTICO DE LA CIUDAD DE LA HABANA (CUBA)”. Presentado como requisito parcial para obtener el Titulo de Contador Público y Administrador de Empresas.

Atentamente,

JESUS MARIA CABALLERO  
Administrador de Comercio Exterior

Cartagena de Indias, D. T. Y C., 2.003

Señores:

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLIVAR  
Ciudad.

Estimados señores:

Un cordial saludo, a través de la presente remitimos a ustedes la Monografía, titulada “ANALISIS COMPARATIVO DE LAS CONDICIONES DEL SECTOR TURISTICO DE CARTAGENA DE INDIAS CON RESPECTO AL SECTOR TURISTICO DE LA CIUDAD DE LA HABANA (CUBA)”. Para optar el titulo de Contador Público y Administrador de Empresas.

Anticipándole nuestro agradecimiento

Atentamente,

DEISI ACOSTA CARRILLO  
CODIGO 0214350

KATIA TORRES LEON  
CODIGO 9711017

## DEDICATORIA

A Dios doy gracias por haberme dado las fuerzas y entrega para salir adelante.

A mi abuela Juanita, la cual deseo que se sienta orgullosa de su nieta, a mi mama por sus bendiciones.

A mi abuelo Vicente, por saber esperar, a mi tía Maritza por haber tenido paciencia y esperanza, mis hermanos, en especial Narlis, a mi tía evelsy por su amor y regaños "Motivadores".

A todos mis tíos, amigos y compañeros que de una u otra manera contribuyeron para hacer de este sueño realidad.

DEISI ACOSTA CARRILLO

## DEDICATORIA

Doy gracias a Dios por haber guiado mis pasos. A mis queridos padres que siempre me han apoyado y llenado de fuerzas en todos los problemas y dificultades.

A mis hermanos que siempre me han acompañado. A mis abuelos por sus bendiciones desde el cielo, a mis amigos por sus palabras de aliento, y a quienes a lo largo de mi vida han contribuido con su amor y dedicación a forjar mi futuro.

KATIA TORRES LEON

## **RESUMEN**

El turismo en Colombia, específicamente en Cartagena de Indias, evidencia que día a día el producto turístico colombiano es menos competitivo tanto por precio como por la calidad del producto, especialmente desde el punto de vista ambiental, deterioro de las playas, invasión del espacio público y demás, esta circunstancia aunada al problema de imagen que afronta el país desde hace varios años, que ha estigmatizado al país como un destino turístico peligroso, hacen necesario adoptar medidas inmediatas que contribuyan a la recuperación de los destinos turísticos preponderantes y a mejorar la imagen de Colombia en el exterior.

Sin embargo en miras de ofrecer un mejor producto turístico en Cartagena de Indias y otras ciudades del país, el Gobierno y los entes interesados en que esto se de, trabajan cooperativamente para que a través del proyecto de ley que se ha regulado se ejecuten obras para el desarrollo y mejoramiento del turismo.

A diferencia de Colombia, Cuba cuenta con un gran respaldo en cuanto a inversión se refiere, en el transcurso de 10 años de desarrollo sostenido, el turismo se ha convertido en el sector más dinámico de la economía cubana.

Cartagena de Indias y La Habana cuentan con un índice de seguridad satisfactorio.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. ANALISIS DE LAS CONDICIONES GUBERNAMENTALES DEL SECTOR TURISTICO DE COLOMBIA Y CUBA.	11
1.1. CONDICIONES GUBERNAMENTALES DEL TURISMO DE COLOMBIA.	11
1.2. CONDICIONES GUBERNAMENTALES DEL TURISMO DE CUBA.	15
2. INVENTARIO DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS Y LA CAPACIDAD HOTELERA DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA.	20
2.1. CARTAGENA DE INDIAS.	20
2.1.1. Inventario de los Productos Turísticos.	20
2.1.2. Capacidad Hotelera.	30
2.2. LA HABANA.	35
2.2.1. Inventario de los Productos Turísticos	35
2.2.2. Capacidad Hotelera.	45
2.3. NÚMERO DE OPERADORES TURISTICOS DE COLOMBIA Y CUBA.	47

2.3.1. Colombia.	47
2.3.2. Cuba.	49
3. CONDICIONES COMERCIALES Y DE INFRAESTRUCTURA DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA.	55
3.1. CARTAGENA DE INDIAS.	55
3.1.1. Condiciones Comerciales.	55
3.1.2. Condiciones de Infraestructura.	58
3.2. LA HABANA.	65
3.2.1. Condiciones Comerciales.	65
3.2.2. Condiciones de Infraestructura.	68
4. ANALISIS DE LOS FACTORES DE SEGURIDAD DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA.	73
4.1. CARTAGENA DE INDIAS.	73
4.2. LA HABANA.	76
5. ANALISIS COMPARATIVO DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA.	78
5.1. LA HABANA.	78
5.2. CARTAGENA DE INDIAS.	83
6. CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFIA	91
ANEXOS	93

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Cartagena, número de visitantes llegados por vía marítima 1999-2000.	3
Tabla 2. Capacidad hotelera de Cartagena de indias.	31
Tabla 3. Capacidad hotelera de la habana.	46
Tabla 4. Inversión nacional del turismo colombiano.	64
Tabla 5. Inversión nacional del turismo colombiano.	64
Tabla 6. Inversión nacional del turismo colombiano.	65

## LISTA DE GRAFICAS

	<b>Pág.</b>
Gráfica 1. Extranjeros llegados por vía aérea a la ciudad de Cartagena 1999-2000.	2
Gráfica 2. Visitantes nacionales y extranjeros por países de procedencia hacia Cartagena.	5
Gráfica 3. Cartagena, visitantes extranjeros por países de procedencia, oct. - dic. de 2000.	4
Gráfica 4. Indicadores del turismo en la ciudad de la habana 1999-2000.	10
Gráfica 5. Capacidad hotelera de Cartagena de indias.	32
Gráfica 6. Cartagena porcentaje comparativo de ocupación hotelera 1999-2000	33
Gráfica 7. Cartagena porcentaje de ocupación hotelera 1999-2001	34
Gráfica 8. Cartagena porcentaje de ocupación hotelera cuarto trimestre 1999-2001	34
Gráfica 9. Capacidad hotelera de la habana.	46
Gráfica 10. Inversión en Cartagena de indias.	62

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. Inventario de los productos turísticos de Cartagena de Indias y La Habana.	91

## INTRODUCCION

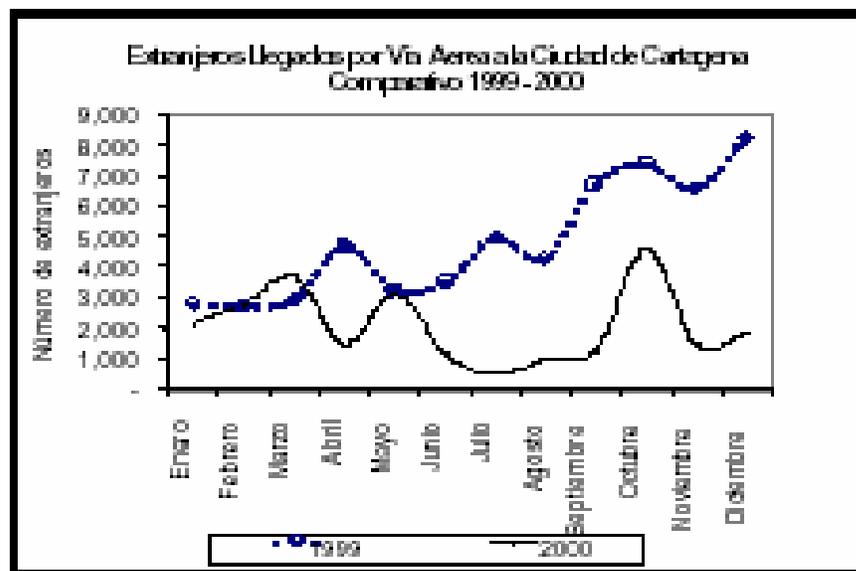
Este trabajo pretende analizar las condiciones del sector turístico de Cartagena de Indias con respecto al sector turístico de la Ciudad de La Habana. Cabe anotar que esta investigación no tiene como objetivo comparar a Cartagena como único destino turístico nacional del país, simplemente realizamos esta comparación debido a que Cartagena es quizá la ciudad de Colombia que mas parecido arquitectónico tiene con la ciudad de La Habana, además Cartagena de Indias cumple con la potencialidad y los recursos que se necesitan para mostrar al turismo así como lo hace La Habana.

En Cartagena, el sector turístico es considerado uno de los sectores más productivos de la economía local y nacional, debido al ingreso de divisas por parte de los turistas extranjeros, y de los ingresos de turistas nacionales. El turismo de cruceros tiene un gran impacto en este renglón, y aunque los visitantes no se hospedan en la ciudad, dedican su tiempo a conocer lugares de interés turístico y por supuesto a realizar compras. Un hecho que ilustra lo anterior es que el solo inicio de la temporada de cruceros del 2000 le reportó a Cartagena un ingreso aproximado de \$11 mil millones, según el Informe de Coyuntura Económico Regional (ICER). Además a nivel nacional en 1997 el sector de agencias de viajes, hoteles y restaurantes turísticos generó ingresos por 1.6 billones de pesos, (según el Ministerio de Desarrollo Económico, con el documento “Las Exportaciones como Motor de Crecimiento”).

Según las estadísticas de la División de Extranjería del Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), en el año 2000 ingresaron a la ciudad 27.223 personas extranjeras por vía aérea. Esta cifra es inferior en un 55% al registro de 1999 (Gráfica 1). Así mismo, los extranjeros llegados por vía marítima disminuyeron un 25% durante el mismo período (Tabla 1).

Estos indicadores revelan la magnitud de la recesión del turismo internacional hacia la ciudad, y en general hacia el país. Las noticias del conflicto armado que se da en el país, el deterioro de la imagen nacional y los problemas de orden público, parecen ser los elementos más contundentes en la disminución de los flujos turísticos desde el extranjero hacia la capital heroica.

Gráfica 1. Extranjeros llegados por vía aérea a la Ciudad de Cartagena, Comparativo 1999-2000.



Fuente: División de Extranjería, DAS, Cartagena

Tabla 1. Cartagena, numero de visitantes llegados por vía marítima, 1999-2000.

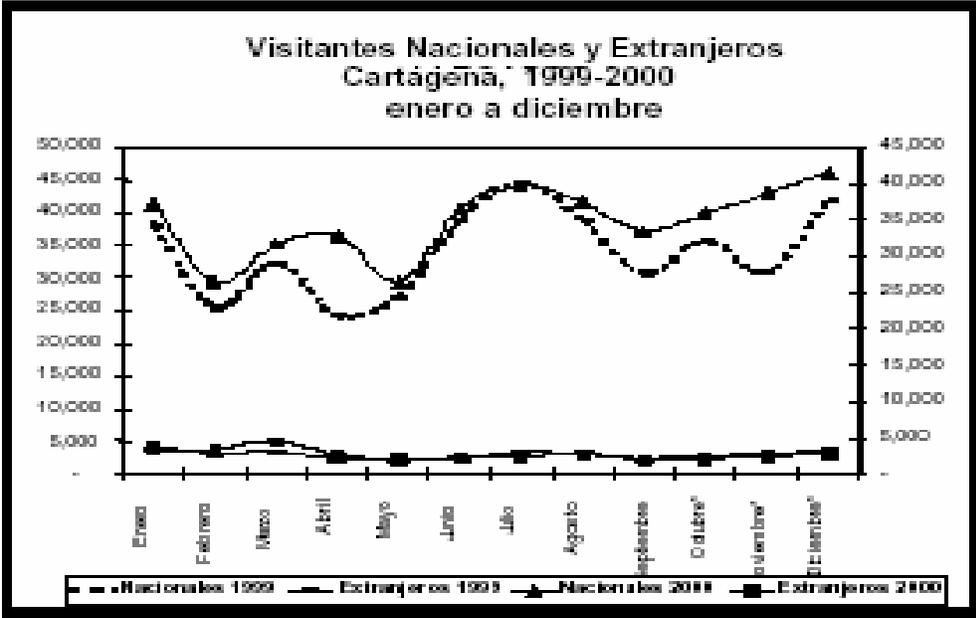
Meses/año	1999	2000
Enero	200	178
Febrero	201	38
Marzo	202	135
Abril	401	57
Mayo	433	33
Junio	286	33
Julio	84	246
Agosto	17	254
Septiembre	17	207
Octubre	236	28
Noviembre	331	86

Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS), División de Extranjería, Cartagena.

En el último trimestre de 2000, el mayor flujo de visitantes extranjeros en la ciudad tuvo como procedencia el norte del continente (Estados Unidos y Canadá, que en conjunto representaron un 32% del total). De los países Centroamericanos llegó el 29% (Costa Rica, Panamá y Guatemala). El resto de visitantes procedían de Europa y Suramérica. (Gráfica2). La ciudad de Cartagena siguió manteniéndose como el mejor destino turístico a nivel nacional.

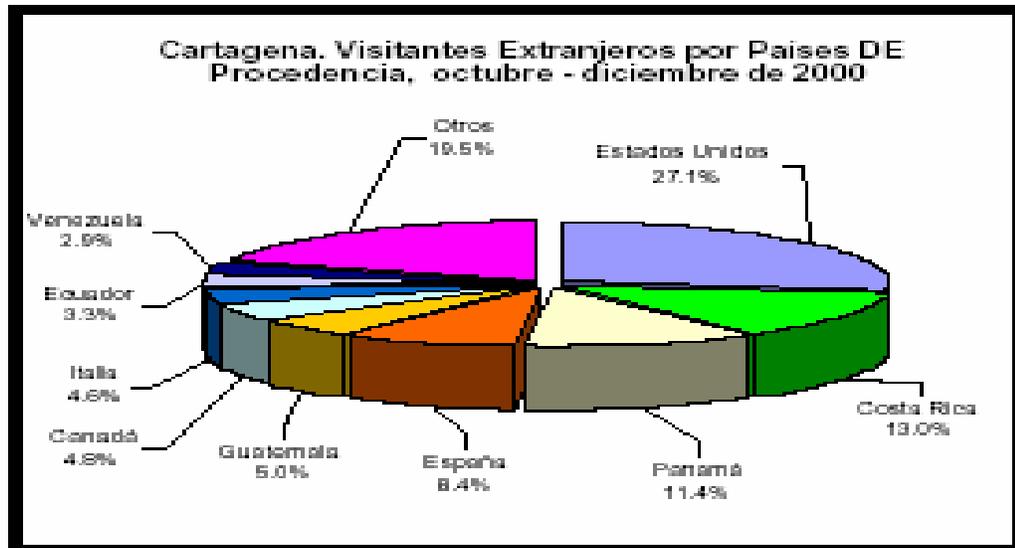
Efectivamente, al analizar las estadísticas de la Sociedad Aeroportuaria en el año 2000, se encontró lo siguiente: El número de visitantes nacionales que llegaron por vía aérea a la ciudad fue de 416.571 aproximadamente. Esta cifra es 2,0% superior a la de 1999. Sin embargo, al igual que los datos del DAS, el número de visitantes extranjeros se redujo en 6,7%, aproximadamente durante el mismo período (pasó de 35.426 en 1999 a 33.037 en 2000). (Gráfica 3).

Gráfica 3. Visitantes Nacionales y Extranjeros, Cartagena, 1999-2000, enero a diciembre.



\*Datos estimados  
Fuente: Sociedad Aeroportuaria de Cartagena

Gráfica 2. Cartagena. Visitantes Extranjeros por Países de Procedencia, octubre-diciembre de 2000.



Fuente: Departamento Administrativo de Seguridad (DAS) División de Extranjería, Cartagena

Esta notoria disminución en el número de extranjeros que visitan la ciudad, es el hecho más preocupante en el sector turístico, puesto que es la continuidad de la tendencia decreciente que se ha venido presentando desde mediados de los noventa. La demanda de servicios hoteleros, transportes, tours y demás servicios generada por estos visitantes, ha decrecido. En esas circunstancias, una contracción en la demanda (provocada por el menor número de extranjeros) repercute de manera directa en los ingresos de la economía local.

El turismo no solo genera divisas sino que también es un generador de empleo y un medio divulgador de las tradiciones, historia y costumbres de los pueblos. Ahí radica la importancia del sector turístico en la vida económica y cultural del país.

Cartagena, ha sido considerado desde años atrás, el destino turístico por excelencia de Colombia para nacionales y foráneos, gracias a que reúne cultura, historia, recreación, sol y playa. Sin embargo el sector turístico de Cartagena ha presentado altibajos en el transcurso de la última década.

Los problemas han aumentado debido a la recesión económica del país, que se plasma en el desempleo y disminución de la calidad de vida; a la mala imagen de el país en el exterior, al hecho de que la ciudad no se promocione de forma adecuada y agresiva, que pongan de relieve las fortalezas reales de la ciudad, ya que esta se vende como un destino de sol y playa.

"El turismo no es una actividad nueva en Cuba. Al igual que en el mundo, tuvo su auge a partir de los años 50, cuando estuvo muy ligado a la mafia. En esa época Estados Unidos era el mercado principal, y el juego y la prostitución eran las principales ofertas de la Isla. Este turismo de ciudad condicionó el poco desarrollo del producto natural en esa etapa.

Con el triunfo de la Revolución comenzó la política norteamericana de bloqueo y se eliminó el turismo proveniente de Estados Unidos.

A partir de 1959, el desarrollo de la economía estuvo dirigido a otros programas importantes del país, por lo cual el turismo era entonces fundamentalmente nacional, hecho que condicionó una estructura habitacional poco competitiva como producto internacional.

En los años 80 comienza la reapertura al turismo internacional, pero es en 1990 que se produce un nuevo enfoque del desarrollo de este sector, se crean las primeras empresas mixtas y hay un crecimiento acelerado en los arribos de visitantes y en los ingresos.

Desde 1996, cuando se logró por primera vez sobrepasar el millón de visitantes, Cuba se ha propuesto consolidarse como destino mundial y del Caribe. Para los primeros años de la entrante centuria, espera llegar a siete millones de turistas y tener 125 mil habitaciones hoteleras<sup>4</sup>.

Para comercializar su producto turístico, la mayor de las Antillas cuenta, principalmente, con la hospitalidad popular y calidad de su pueblo, excepcionales atractivos naturales, un patrimonio histórico autóctono, prolífica vida artística y cultural, un desarrollo sanitario único, la estabilidad política y la seguridad para los turistas.

Uno de los propósitos que tiene Cuba en ser el primer destino turístico, es dar al desarrollo del sector en el país, integralidad y ofrecer al visitante opciones diferenciales que incrementen la competitividad y la posibilidad de conocer todo el archipiélago, existen varias regiones, todas con su imagen propia, en función de los mercados y segmentos que se quieren captar.

---

<sup>4</sup> Ministerio de Turismo de Cuba.

Algunos de los sitios más visitados son:

- **"La Habana**: Centro de la vida política, económica, cultural y social del país. Aquí está el Centro Histórico de La Habana Vieja, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- **Varadero**: Principal balneario del país y considerado su capital turística. Cerca se encuentra el Gran Parque Natural Montemar, ubicado en la Península de Zapata.
- **Jardines del Rey**: El más prometedor de los destinos turísticos cubanos se extiende en el norte desde Caibarién (Villa Clara) hasta Camagüey. En él se incluyen los cayos Santa María, Coco y Guillermo.
- **Norte de Camagüey**: Aquí se encuentra la playa Santa Lucía.
- **Litoral norte holguinero**: Cuenta con bellas playas: Guardalavaca, Esmeralda y Pesquero.
- **Santiago de Cuba**: Histórica y hospitalaria ciudad, llena de tradiciones, donde está el Parque Baconao.
- **Costa sur central**: Se define por los destinos Cienfuegos y Trinidad, ciudad fundada en 1515, declarada Patrimonio de la Humanidad.
- **Los Canarreos**: Aquí figura Cayo Largo del Sur, la única isla de Todo Incluido del mundo”<sup>5</sup>.

La Ciudad de La Habana, como capital de Cuba, concentra las máximas funciones del aparato estatal y de gobierno. Las industrias que posee ejercen un peso considerable en la economía nacional. Su puerto es el más importante del país y por él entran y salen más de

---

<sup>5</sup> Ministerio de Turismo de Cuba.

la mitad de las importaciones y exportaciones cubanas. La más pequeña de las provincias del país, con apenas 727 kilómetros cuadrados de extensión, es también la más poblada, con más de dos millones de habitantes, además de ser uno de los principales sitios visitados por los miles de turistas que cada año viajan a la isla.

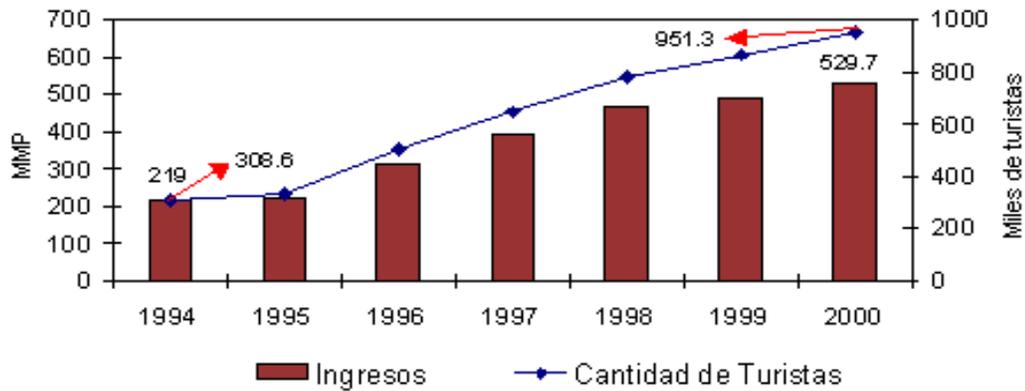
La capital cubana es, sin duda, el destino turístico por excelencia de la mayor de las Antillas. Y dentro de ésta se encuentra su centro histórico "declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en 1982" resulta un punto de obligada referencia para cuanto visitante llega a esta urbe, durante siglos considerada la llave del Golfo de México.

En Ciudad de La Habana están presentes todas las actividades económicas. Aporta más del 43% del PIB nacional. El ritmo de crecimiento anual promedio de este indicador en la provincia entre 1995 y el 2000 fue de 10,7%.

En la actividad turística, los resultados obtenidos están en la misma dirección de los que muestra el país. Así, en la Ciudad de La Habana se aprecian resultados positivos en importantes indicadores. En el año 2000 los ingresos en divisas del turismo más que se duplican en comparación con los correspondientes a 1994; se pasa de 219.0 MM USD en 1994 a 529.7 MM USD al cierre del 2000. Esta dinámica significa un promedio anual de crecimiento en ese período de 24.7%. "El arribo de visitantes se triplica en relación con 1994, cuando se alcanzó la cifra de 308 600 visitantes, que al terminar el 2000 se eleva a 947 216 visitantes. Éstos representan aproximadamente el 54.2% de los que visitaron el

país. Igualmente mejora el indicador turistas-días, que de 1.6 en 1994 pasa a 1.9 al cierre del 2000 (Gráfica 4)<sup>6</sup>.

Gráfica 4. Indicadores del turismo en la Ciudad de La Habana.



Finalmente, esta investigación tiene como objetivo hacer las comparaciones entre el sector turístico de Cartagena de Indias y el sector turístico de La Habana, analizando las debilidades en cuanto al turismo en Cartagena se refiere y las fortalezas que tiene La Habana en el turismo como fuente económica, tomando de las misma aquellos aspectos importantes del turismo, con el fin de contribuir con el mejoramiento en general del turismo en Cartagena de Indias.

<sup>6</sup> Pagina Web : [www.nodo50.com](http://www.nodo50.com) Ciudad de la Habana, Desempeño Económico y Situación Social, Por: Omar Pérez Villanueva.

# **1. ANALISIS DE LAS CONDICIONES GUBERNAMENTALES DEL SECTOR TURISTICO DE COLOMBIA Y CUBA.**

## **1.1 CONDICIONES GUBERNAMENTALES DEL TURISMO DE COLOMBIA**

Mediante la Ley 768, expedida por el congreso de la República de Colombia, se adopta el régimen político, administrativo y fiscal de los distritos portuario e industrial de Barranquilla, turístico y comercial de Cartagena de Indias, y turístico, cultural e histórico de Santa Marta.

La presente ley hace referencia a la organización política y administrativa de los distritos especiales antes mencionados, si los mismos cumplen con una población mayor a seiscientos mil (600.000) habitantes, será dividida máximo en 3 localidades y cada localidad tendrá un alcalde local que hará las veces de un alcalde mayor, además se otorgará a los alcaldes distritales un plazo, a partir de la vigencia de esta ley para presentar un proyecto de Acuerdo, a través del cual señalará las localidades, su denominación, límites y atribuciones administrativas.

"El concejo distrital tendrá las mismas atribuciones que la constitución y las leyes otorgan a lo concejos municipales, estas atribuciones le permitirán a los mismos:

- Expedir las normas con base en las cuales se reglamentará las actividades turísticas, recreacionales, culturales, deportivas, en las playas y demás espacios de uso público.
- Dictar las normas necesarias para garantizar la preservación y defensa del patrimonio ecológico, los recursos naturales, el espacio público y el medio ambiente.
- Gravar con impuestos prediales y complementarios las construcciones, edificaciones o cualquier tipo de mejora sobre bienes de uso público de la nación, cuando por cualquier razón estén en manos de particulares”<sup>11</sup>.

En cuanto a la elaboración de los planes sectoriales de turismo, a los distritos corresponde participar en la elaboración del plan sectorial de turismo a nivel nacional y elaborar su propio plan sectorial e igualmente diseñar, coordinar y ejecutar los programas de mercadeo y promoción turística que se adelanten a nivel nacional e internacional. Para tales fines y en coordinación con los ministerios de desarrollo, relaciones exteriores y comercio exterior, las autoridades distritales podrán celebrar convenios de fomento y desarrollo de turismo con entidades o empresas de carácter internacional.

Los planes sectoriales de desarrollo turístico que elaboren las autoridades distritales incluirán los aspectos relacionados con el turismo.

---

<sup>4</sup> Ley 768, del régimen político, administrativos y fiscales de los Distritos especiales.

Lo referente a los estímulos al desarrollo de las actividades turísticas, para efectos de esta ley, se entiende por actividades turísticas, culturales o recreativas aquellas habitualmente dedicadas a desarrollar actividades hoteleras, de manejo y administración de restaurantes, bares, agencias de viajes, de transporte turístico, explotación de casinos y demás juegos permitidos, la promoción y realización de congresos y convenciones, así como espectáculos públicos, deportivos, musicales, eventos culturales, actividades cinematográficas, de televisión o multimedia, organización de ferias artesanales o culturales, marítimas, pesqueras, portuarias, etc., la organización, asesoría, capacitación y prestación de servicios turísticos o recreacionales, y los complementarios de estos, incluyendo las entidades docentes especializadas en la formación y capacitación de personal en las actividades mencionadas.

"El Gobierno Nacional, mediante reglamentación especial, estipula que podrán ser extensivos los beneficios que sean compatibles de régimen de zonas francas industriales de servicios turísticos en los siguientes casos:

1. Para las áreas, terrenos, construcciones que conforman empresas o complejos turísticos, centros culturales o de convenciones, terminales marítimos, puertos, y aeropuertos para cargas o pasajeros, que demuestren su relación directa con la promoción o facilitación de las actividades turísticas, orientadas a la prestación de servicios turísticos para usuarios nacionales y extranjeros.

2. En las áreas o terrenos donde se desarrollen proyectos de nuevas inversiones turísticas en el territorio de los respectivos distritos que se han declarado como zonas o recursos turísticos de desarrollo prioritario<sup>12</sup>.

Para efectos de lograr las condiciones y la capacidad requerida por las autoridades distritales, para asumir directamente los bienes de patrimonio, artístico, histórico y cultural de la nación ubicados en jurisdicción de los mismos, a partir de la vigencia de la presente ley en cada distrito se establecerán, se organizarán, y desarrollarán programas especiales para la capacitación del recurso humano, encargado de las tareas relacionadas con el manejo y conservación de los monumentos, edificaciones y demás bienes, objetos y elementos que forman parte del mencionado patrimonio, así como lo relativo a la organización y funcionamiento de los establecimientos encargados de su cuidado y administración, como son los museos y demás centros de carácter cultural.

Pensamos que lo expuesto anteriormente le dará a Cartagena la oportunidad de progresar poco a poco en el sector turístico, debido a la elaboración de planes sectoriales, para así dar un mayor empuje al sector, pero todo lo anterior depende del empeño y de las estrategias que se formulen, para lograr entrar de lleno a mercados nacionales e internacionales.

Lo más importante es que se cumpla a cabalidad todo lo expuesto en esta Ley, logrando así mirar a Cartagena desde otra perspectiva de progreso y ascenso económico.

---

<sup>12</sup> Ley 768, del régimen político, administrativos y fiscales de los Distritos especiales.

También es importante recalcar la valoración que debe tener la capacitación de recurso humano en el sector turístico para que de esta manera los turistas conozcan a nuestra ciudad y les den ganas de regresar.

Se espera con la anterior Ley convertir a Cartagena en una ciudad competitiva que facilite la realización de actividades económicas y sociales que generen productividad ciudadana y la posición como centro turístico y portuario, industrial y comercial en el ámbito del Caribe.

Cartagena a diferencia de Cuba, (Ver Condiciones Gubernamentales de Cuba) cuenta con muy poco personal capacitado para la guía de los turistas, “hasta el momento tiene 201 guías turísticos profesionales, 12 asociaciones de guías profesionales de turismo que cuenta con 140 afiliados. Otra asociación como el Colegio Nacional de Guías disponen de 59 guías profesionales, la clasificación de guías por idioma dominado, se compone de la siguiente Manera: 163 guías dominan el idioma Inglés, 35 el Francés, 23 el Italiano, 17 el Alemán y 38 guías no dominan ningún idioma extranjero”<sup>13</sup>.

## **1.2 CONDICIONES GUBERNAMENTALES DEL TURISMO DE CUBA**

La política gubernamental de definir sectores claves y situar al turismo como una prioridad en cuanto a inversiones, ha jugado un papel decisivo en este sentido. En un contexto de

---

<sup>13</sup> Tesis: Análisis de las Condiciones Necesarias, para Desarrollar un Cluster de Turismo Nacional en Cartagena de Indias, por: Jesús M. Caballero, Clímaco Silva, Ana Zarabia, Ra imundo Silva

crisis económica, Cuba "apostó" al turismo. También se destinaron importantes recursos a obras de infraestructura de apoyo como aeropuertos, pedraplenes para el acceso a cayos de interés turístico y otras facilidades. De esta forma, se adoptan importantes decisiones en materia de estructura económica, lográndose una transformación de la misma de una esencialmente material-productiva a una de servicios, al consolidarse el turismo como "locomotora" de la economía cubana. Esto constituyó -y aún constituye- un verdadero reto: cómo contribuir al desarrollo y consolidación de sectores económicos internos poco competitivos sin perder su propia competitividad estructural. Sin embargo, la utilización del factor demanda turística se ha sustentado en un principio básico: no se fuerza a ninguna entidad turística a comprar productos nacionales a menos que no sean considerados competitivos.

No se garantiza protección gubernamental a los productores nacionales en sus vínculos con las organizaciones empresariales del turismo. Todo ello ha generado un ambiente competitivo alrededor del sector, el cual ha mostrado importantes avances. Si en 1990 sólo el 18 por ciento de las compras del sector eran de procedencia nacional, al cierre del 2000 esta proporción ascendía a un 61 por ciento. A partir de la incorporación de diversos sectores económicos a la dinámica del turismo se han logrado recuperar o crear unos 198 mil puestos de trabajo.

El desarrollo y expansión del sector ha tomado en consideración la amplia participación de factores externos. La insuficiencia de recursos financieros, la carencia de canales de acceso a los mercados, así como la falta de experiencia en el manejo de operaciones dentro del

sector, condujeron a la necesidad de desarrollar un grupo de alianzas de diferente índole con entidades extranjeras. A más de una década, se han creado 26 empresas mixtas en el sector. Además, al cierre del 2000 la mitad de la planta hotelera del país se encontraba administrada por 17 cadenas hoteleras internacionales bajo la modalidad de contratos de administración.

“El interés de empresas extranjeras por invertir en el sector turístico cubano ha ido en ascenso, sobre todo después de la creación del Ministerio del Turismo en 1994 y de la aprobación de la Ley No.77 de 1995 para la Inversión Extranjera”<sup>14</sup>.

La política de formación y desarrollo de los recursos humanos constituye otro pilar de la estrategia de desarrollo turístico. Especial atención se le ha brindado a lo que sin dudas constituye las más importantes y vitales ventajas estructurales: el factor humano. Como es conocido, Cuba cuenta con una alta disponibilidad de mano de obra con un notable nivel de preparación, en condiciones de capacitarse rápidamente para desarrollar una eficaz y eficiente labor en cualquier campo.

El sistema turístico cubano ya contaba con un grupo de centros educacionales para la formación de sus recursos humanos, fruto de la obra continuada de la Revolución en materia de formación y desarrollo de su capital humano. En 1994 se decidió integrar todos estos centros en un sistema único de formación de recursos humanos, FORMATUR, que

---

<sup>14</sup> Cuba: Una Década de Desarrollo Turístico, por: Orlando Gutiérrez Castillo y Nelida Gancedo Gaspar, Estudio de la Universidad de la Habana.

hoy día lo conforman 22 centros docentes a lo largo y ancho del país, donde matriculan anualmente 16 mil trabajadores del sector para formarse en diferentes especialidades.

Adicionalmente, como parte de la propia estrategia de desarrollo se ha consolidado un conjunto de principios de gestión que han contribuido a reforzar la competitividad estructural del sector. Entre ellos se pueden señalar los siguientes:

a) La existencia de un nuevo enfoque respecto a la estructura organizativa de dirección.

Desde su creación en 1994, el Ministerio del Turismo se concibió como un organismo central de nuevo tipo. Sus funciones se concentran en la dirección y control de la política turística del país, la cual se encamina a potenciar la competitividad global del sector, garantizando su rentabilidad y sustentabilidad en el tiempo. Para lograr esta misión fue concebido con una extrema racionalidad en sus estructuras. El sistema empresarial bajo su mando se organiza a partir de un sistema de cadenas hoteleras y de infraestructura extrahotelera un total de 18 entidades subordinadas.

b) La concepción de que no existen monopolios. Las seis cadenas hoteleras (Cubanacán, Gran Caribe, Islazul, Horizontes, Gaviota y Habaguanex) compiten entre sí por el mercado turístico, cada una con sus especificidades, grado de especialización en diferentes segmentos y cierta tendencia a la diferenciación del producto.

c) Se garantiza máxima autonomía de gestión dentro del sistema empresarial, basada en el hecho de que el turismo es un negocio. Ello demanda un servicio de óptima calidad y

un estricto control de costos para generar utilidades. La actividad que no genere utilidades deberá reconvertirse o, sencillamente, cerrarse.

- d) Amplia utilización del "outsourcing", partiendo del criterio de que las entidades turísticas no son especialistas en todo, por lo que es necesario subcontratar aquellos servicios que no son decisivos en la cadena de agregación de valor para concentrarse en aquellos que sí definen los niveles de eficacia en la actividad.

En Cuba, el hecho que no se garantice protección gubernamental a los productores nacionales en sus vínculos con las organizaciones empresariales del turismo, ratifica los esfuerzos que deben realizarse para lograr ser más competitivos en el sector, repercutiendo así en alianzas de diferente índole con entidades extranjeras.

Lo anterior demuestra lo poco organizada que esta Cartagena en cuanto al sector turístico, ya que no cuenta con una descentralización total que la haga más accesible a inversiones extranjeras, y al fomento de instituciones que formen a los guías turísticos, a diferencia de Cuba que si le da autonomía a los polos turísticos para su próspero desarrollo, y toma de decisiones.

## **2. INVENTARIO DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS Y LA CAPACIDAD HOTELERA DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA**

### **2.1 CARTAGENA DE INDIAS**

**2.1.1. Inventario de los Productos Turísticos.** El producto turístico esta conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en una forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

Cartagena de Indias es una de las ciudades más excepcionales de América, donde se mezclan las bondades de su entorno dominado por el Mar Caribe, un conjunto urbano histórico que aún se conserva en su gran mayoría y la identidad alegre y espontánea de sus gentes.

Cartagena por su connotación histórica, su clima y poseer el encanto del Caribe es muy atractiva para el turismo nacional e internacional. Actualmente el turismo internacional no se atreve a llegar a nuestra ciudad debido al conflicto armado que se vive en nuestro país.

Para el turismo nacional en cambio es un remanso de paz pues nuestra ciudad es concebida como una de las más seguras de nuestro país.

Entonces para el turismo internacional aun no estamos preparados, realmente debemos trabajar más para poder lograr posicionarnos en este, aunque por su importancia no lo podemos descuidar.

La población cartagenera actualmente pasa por una fuerte problemática social y la economía informal se ha acrecentado así como la delincuencia. Esta es la principal debilidad de nuestro producto y debemos trabajar en esto.

En Cartagena los productos turísticos más sobresalientes son:

- RECREACION: Sol y playa, diversión, casinos.
- NEGOCIOS: Congresos y convenciones, ferias y exposiciones, viajes de incentivos, negocios individuales.
- CULTURAL: Monumentos históricos, artesanías, etnias y arqueología, museos y galerías.
- NAUTICOS: Cruceros, datismos, velerismos, regatas.
- DEPORTIVO: Pesca deportiva, buceo, actividades acuáticas.

Cartagena de indias es una de las ciudades de mayor atractivo turístico de Colombia, debido a su historia cultural y por estar ubicada en un punto estratégico del país, le permite ser una de las puertas de entrada del turismo a Colombia, con sus hermosos paisajes, monumentos, murallas, calles coloniales, islas, y fuertes, hace que no solamente los turistas

se diviertan sino que también quedan enamorados de ella."Dentro de estos atractivos tenemos:

## GALERIAS

- ❖ Galería Cartagena Café
- ❖ Galería Cano S.A.
- ❖ Galería Casa Bella LTDA.
- ❖ Galería Libro Café

## MUSEOS

- ❖ Museo del Oro y Arqueología
- ❖ Museo del Arte Moderno de Cartagena
- ❖ Museo Naval del Caribe
- ❖ Museo Bolivariano
- ❖ Museo de la Casa de Bolívar
- ❖ Casa de Don Rafael Núñez
- ❖ Museo Casa del Café de Colombia
- ❖ Casa del Marqués de Valdehoyos

## TEATROS

- ❖ Teatro Heredia
- ❖ Multisalas la Castellana
- ❖ Cine los Ejecutivos
- ❖ Cinema Bocagrande
- ❖ Cines Capitol
- ❖ Cine la Matuna.

## MONUMENTOS

- ❖ Ciudad Amurallada
- ❖ Castillo de San Felipe de Barajas
- ❖ Fuerte del Pastelillo
- ❖ Palacio de la Inquisición
- ❖ Parque de Bolívar
- ❖ Monumento a los Zapatos Viejos
- ❖ Monumento a la India Catalina
- ❖ La Puerta del Reloj
- ❖ La plaza de los Coches
- ❖ Plaza de la Aduana y la Alcaldía
- ❖ Palacio de Gobierno
- ❖ Palacio de Justicia

- ❖ Convento de San Agustín
- ❖ Las Bóvedas
- ❖ Bahía de las Animas
- ❖ Muelle de los Pegasos
- ❖ Camellón de los Mártires
- ❖ Monasterio de San Francisco

## IGLESIAS

- ❖ Iglesia y Monasterio San Pedro Claver
- ❖ Catedral Basílica Menor
- ❖ Iglesia de Santo Domingo
- ❖ Ermita del Cabrero
- ❖ Iglesia de la Tercera Orden
- ❖ Iglesia de Santo Toribio
- ❖ La Popa, Convento de la Candelaria
- ❖ Convento de San Francisco
- ❖ Iglesia Ermita del pie de la Popa<sup>30</sup>.

---

<sup>8</sup> Tesis: Análisis de las Condiciones Necesarias, para Desarrollar un Cluster de Turismo Internacional en Cartagena de Indias, por: Jesús M. Caballero, Clímaco Silva, Ana Zarabia, Raimundo Silva.

## "ALREDEDORES

- ❖ Isla de Tierra Bomba Bocachica
- ❖ Fuerte de San Fernando
- ❖ Fuerte Batería San José
- ❖ Batería de Ángel San Rafael
- ❖ Balneario de Bocachica
- ❖ Islas del Rosario
- ❖ Acuario San Martín
- ❖ Isla de Barú
- ❖ Municipio de Turbaco
- ❖ Jardín Botánico
- ❖ Salinas de Galerazamba (Volcán del Totumo)
- ❖ Centro Artesanal de San Jacinto
- ❖ San Basilio de Palenque
- ❖ Mompos

## BARES

- ❖ Mister Babilla
- ❖ La Carbonera Cantina
- ❖ Babar
- ❖ El Bar

- ❖ Tu Candela
- ❖ Quiebra Canto
- ❖ La Escollera de Bocagrande

## CASINOS

- ❖ Atlantis
- ❖ Caribe
- ❖ Pierino Gallo
- ❖ El Dorado

## JOYERIAS

- ❖ Nancy
- ❖ Emerald Center
- ❖ Cesáreo
- ❖ Mora
- ❖ Big Bens

## ARTESANIAS

- ❖ Las Bòvedas

## CUERO

- ❖ Gabi Arenas
- ❖ Bossi
- ❖ Expocueros
- ❖ Cuero Centro
- ❖ Bag and Baggage Limited
- ❖ Adrianitas
- ❖ Egoiste”<sup>31</sup>

- Este inventario de atractivos turísticos de Cartagena de Indias, solo contempla los principales y más destacados.

El Distrito Cultural de Cartagena de Indias Patrimonio histórico de la Humanidad, cuenta con un ordenamiento territorial conformado por un archipiélago de Islas con exóticas y exuberantes riquezas naturales, contenidas en una bahía profunda y segura, rodeada por regiones con recursos híbridos y suelos aptos para la agricultura. Es un centro portuario competitivo a escala mundial, primer polo de reubicación industrial del país y primer centro turístico, náutico y de negocios del área del Caribe.

---

<sup>31</sup> Cámara de Comercio de Cartagena de Indias.

Cartagena, gracias a su infraestructura es el escenario perfecto para la organización y realización de importantes reuniones, congresos y reuniones nacionales e internacionales, así como también de distinguidos eventos sociales, culturales, y deportivos.

Hoteles de cinco estrellas, restaurantes de cocina típica, nacional e internacional, teatros, iglesias y conventos, plazas, monumentos, bares, discotecas y centros comerciales, entre otros, son el complemento de las bellezas y atractivos naturales.

A continuación señalaremos algunas de las bellezas arquitectónicas que hacen de Cartagena una ciudad excepcional:

**LA PUERTA DEL RELOJ:** A principios del s. XVIII se reconstruyó la puerta principal de la ciudad, destruida a fines del siglo anterior durante una incursión enemiga. Para ello se construyeron tres bóvedas a prueba de bombas que son la entrada a la Ciudad Antigua. La torre del reloj le fue agregada a fines del siglo pasado.

**SAN PEDRO CLAVER:** A principios del s. XVII se levantó frente a la antigua Plaza del Muelle (hoy de la Aduana) una amplia edificación de dos pisos y patio claustro, por encargo de la Compañía de Jesús, para su convento y colegio. Un siglo más tarde se agregó la iglesia, la mejor lograda de la ciudad, que contiene los restos de San Pedro Claver, quien dió el nombre actual a este conjunto histórico.

**LA IGLESIA CATEDRAL:** Esta obra religiosa fue levantada entre fines del s. XVI y principios del s. XVII. A través del tiempo y con el ánimo de embellecerla, ha sufrido cambios tanto en su fachada como en su interior, aunque en los últimos años se ha restablecido su apariencia original. Se destacan su altar mayor, en madera dorada y un púlpito de mármol de elaborados relieves.

**PALACIO DE LA INQUISICION:** Esta otra notable edificación del s. XVIII forma parte del conjunto colonial que rodea la Plaza de Bolívar. Conserva su diseño original, cuando fue construida para la Santa Inquisición Española como despacho, tribunal, sala de tormentos y prisión. Abandonada por casi un siglo, hoy es un centro cultural y sede del Museo Colonial.

**CASA DEL MARQUES DE VALDEHOYOS:** Cuando el visitante llega a esta mansión, imagina con facilidad lo que fue el esplendor de la nobleza local. Su hermosa fachada, la amplia escalinata, los sombreados corredores y el jardín interior, los grandes salones y el romántico mirador muestran el buen vivir durante la Colonia.

**CONVENTO DE SANTA CLARA:** Es otra de las grandes construcciones religiosas de la ciudad, levantado como un claustro para monjas y construido durante el s. XVII. Es notable la belleza de su altar y un púlpito en madera dorada. Hoy es un hotel de gran categoría.

CONVENTO DE LA POPA: Desde la terraza de este hermoso convento blanco se disfruta de los atardeceres que hacen de Cartagena una experiencia visual inolvidable. Fue construido a principios del s. XVII sobre la colina más alta de la ciudad como hostel y monasterio. En el altar de su capilla se exhibe la imagen morena de la Virgen de la Candelaria, patrona de los cartageneros.

ISLAS DEL ROSARIO: A sólo cincuenta minutos de placentera navegación desde la ciudad, el visitante quedará deslumbrado por la paradisíaca belleza de este archipiélago de aguas transparentes y arenas blancas, rodeado de paz y tranquilidad, sin olvidar las delicias gastronómicas nativas, a base de frutos del mar. Como atractivo adicional a la excursión, el fabuloso Acuario con especímenes de la fauna marina tropical.

Estos atractivos y muchos más hacen de Cartagena de Indias el lugar perfecto para salir y disfrutar de todo lo bello y amable que existe en la ciudad, en todo esto hay mucha semejanza con La Habana, debido a que esta tiene también una infraestructura antigua, que cuenta con la admiración y el respeto de toda la gente que la conoce o que la ha visto a través de otros medios.

**2.1.2. Capacidad Hotelera.** Cartagena de Indias cuenta con una buena capacidad hotelera instalada, dentro de los otros servicios ofrecidos por los hoteles están los salones para convenciones, congresos, seminarios y eventos en general. A pesar que la clasificación por estrella fue eliminada por la ley 300 de 1.996, aún se conserva en el medio para diferenciarlo, así encontramos que muchos hoteles entre 5 y 3 estrellas prestan los

siguientes servicios: Restaurantes y cafeterías, bar y discoteca, casinos, salón de convenciones, centros de negocios, gimnasio. Sauna, baños turcos y spas, centro integral de salud, belleza y deporte, piscina, canchas de tenis, squash, sala de belleza, llamadas locales gratuitas, discado directo nacional e internacional.

Cartagena en su capacidad hotelera desde los años 1990 ha tenido un crecimiento del 46% pasando de 3043 habitaciones en 1990 a 6650 al cierre de 2000, la mayor cantidad de sus capacidades se conserva en hoteles de 3 y 5 estrellas. Para el año 2002 esta cifra no ha variado debido a que no se han construido nuevos hoteles.

Tabla 2. Capacidad de los hoteles y otros establecimientos seleccionados

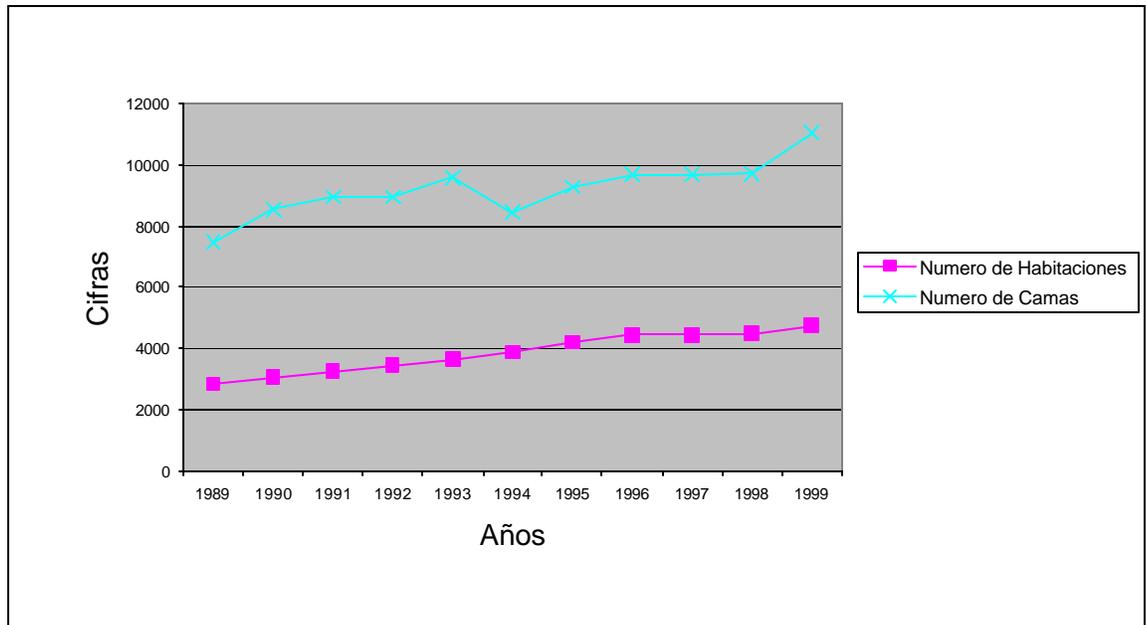
CLASIFICACION	CANTIDAD	NRO. HAB.	NRO. CAMAS
HOTELES DE 5 ESTRELLAS	6	1406	2988
HOTELES DE 4 ESTRELLAS	7	917	2138
HOTELES DE 3 ESTRELLAS	7	1828	4419
HOTELES DE 2 ESTRELLAS	4	219	530
HOTELES DE 1 ESTRELLA	2	249	466
TOTAL HOTELES	26	4619	10631

HOTELES SIN CLASIFICAR	31	752	1977
HOTELES Y RESIDENC. CLASIFICADOS	41	111	750
HOTELES Y RESIDENC. SIN CLASIFICAR	9	168	427
TOTAL	133	6650	12795

FUENTE: Empresa promotora de Turismo

- Esta información es suministrada por la Cámara de Comercio del año 2000, pero esta permanece vigente debido a la poca infraestructura construida en los últimos años.

Gráfica 5. Capacidad Hotelera de Cartagena de Indias.

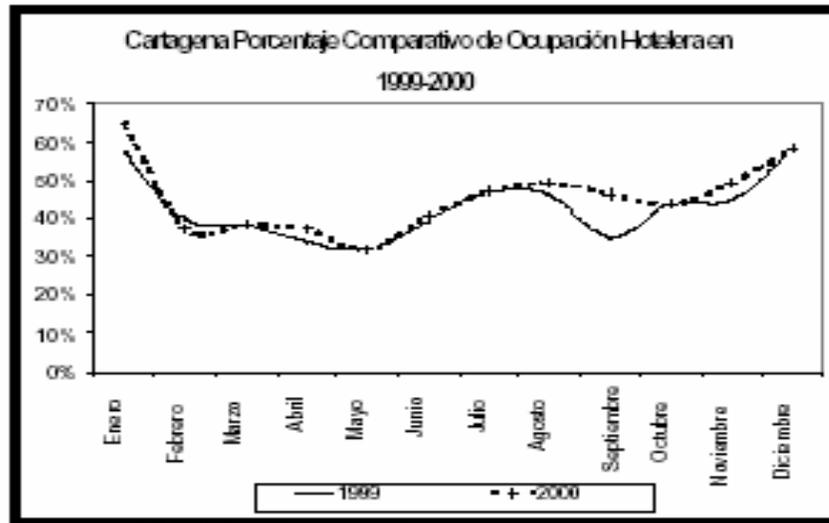


FUENTE: Empresa promotora de Turismo.

La gráfica anterior muestra el leve crecimiento que ha tenido Cartagena en los últimos 10 años, notándose así la poca inversión en infraestructura hotelera.

El año 2000 marcó una leve reactivación de la actividad turística en la ciudad de Cartagena. La mayoría de los indicadores del sector mostraron un comportamiento positivo durante el período analizado. “La ocupación hotelera y el número de visitantes nacionales llegados por vía aérea, presentaron variaciones favorables. No obstante, persiste la disminución en el flujo de turistas extranjeros llegados por vía aérea y marítima.

Gráfica 6. Cartagena Porcentaje Comparativo de Ocupación Hotelera en 1999-2000.

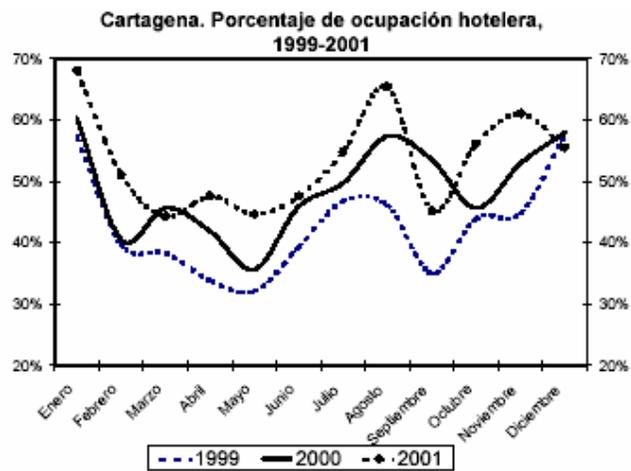


Fuente: ASOTELCA, Seccional Bolívar

La hotelería fue la actividad turística de mejor comportamiento en el año 2000. Efectivamente, el índice de ocupación hotelera alcanzó un promedio mensual de 45,3%, superior en más de dos puntos porcentuales al promedio de 1999.

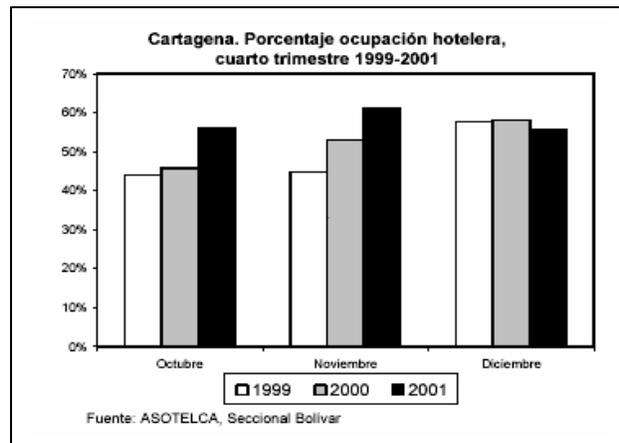
El incremento básicamente se presentó por el buen comienzo de temporada del año 2000. En el mes de enero, la ocupación hotelera fue de 64%, el mayor índice registrado durante el período 1999 – 2000.

Gráfica 7. Cartagena. Ocupación Hotelera.



Fuente: ASOTELCA, Seccional Bolívar

Gráfica 8. Porcentaje ocupación hotelera de Cartagena.



Fuente: ASOTELCA, Seccional Bolívar

En Cartagena, la ocupación hotelera registró un comportamiento positivo durante el 2001, comparado con el índice de ocupación en el 2000 creció 9.2%. El cuarto trimestre del 2001 registró los índices de ocupación hotelera más altos de los últimos 3 años, con un 57.6% en

promedio, este trimestre presentó un crecimiento en la demanda de 10.3% con respecto al cuarto trimestre del 2000 y 21.7% frente al tercer trimestre de 2001”<sup>32</sup>.

Lo anterior nos muestra que el turismo en la ciudad de Cartagena en los últimos años tiene una tendencia al crecimiento al igual que en La Ciudad de la Habana, así como lo muestran las gráficas anteriores, dándonos a entender que si colocáramos en práctica las estrategias de Cuba (Ver capítulo V), podríamos tener un mayor incremento en el sector turístico y por ende un crecimiento mayor.

## **2.1 LA HABANA**

**2.2.1. Inventario de los Productos Turísticos.** *La Habana* es una ciudad salpicada de historia, es la ciudad más grande del Caribe y su arquitectura se conserva casi igual que cuando fue construida originalmente.

Esta ciudad al igual que Cartagena, también ha sido declarada patrimonio histórico de la humanidad.

Algo que sin dudas distingue a Cuba es su historia. Desde la llegada de los colonizadores españoles, en 1492, hasta la actualidad la Isla ha sido escenario de importantes sucesos históricos y sociales conocidos internacionalmente. Por eso, y por la importancia que le confieren los cubanos a su historia y tradiciones, se pueden encontrar museos en cualquier lugar del país. Cada uno de los municipios tiene su propio Museo de Historia que muestra

---

<sup>32</sup> Informe de Coyuntura económica regional (ICER).

los principales acontecimientos del devenir histórico del territorio; además, tanto en La Habana como en el interior de la isla, hay numerosos museos especializados.

El Museo de la Ciudad, en la Habana también conocido como el Palacio de los Capitanes Generales, es un imponente edificio colonial, antigua sede del gobierno español y residencia del Capital General de turno.

Mención aparte merece el Museo de la Revolución, en La Habana; situado en el antiguo Palacio Presidencial, expone una extensa muestra de objetos de gran significado histórico de la guerra revolucionaria y las gestas de liberación nacional, en sus áreas exteriores se encuentra el Memorial "Granma", donde se exhibe protegida por una inmensa urna de cristal la embarcación utilizada por Fidel Castro y más de ochenta combatientes en el retorno a Cuba desde el exilio en México.

Cada uno de los museos cubanos son, a su vez, centros de investigación donde se estudian no sólo las piezas y muestras que contienen, sino también los sucesos y procesos históricos relacionados con ellas. Mencionamos los anteriores porque, en nuestra opinión, son algunos de los museos más significativos de la ciudad, pero hay muchos otros no menos importantes. "Entre los atractivos turísticos de la ciudad de La Habana se encuentran:

#### GALERIAS

- ❖ Casa de Carmen Montilla
- ❖ Casa Fundación Guayasamín
- ❖ Galería 23 y 12

- ❖ Galería Ciudades del Mundo
- ❖ Galería Forma
- ❖ Galería Habana
- ❖ Galería Horacio Ruiz
- ❖ Galería La Acacia
- ❖ Galería La Casona
- ❖ Galería Mariano Rodríguez
- ❖ Galería Roberto Diago
- ❖ Galería Víctor Manuel
- ❖ Taller de Serigrafía René Portocarrero
- ❖ Galería Eduardo Abela

## MUSEOS

- ❖ Museo de la Revolución
- ❖ Museo Ernest Hemingway
- ❖ Museo de la Danza
- ❖ Museo Nacional de Historia Natural
- ❖ Museo Nacional, Palacio de Bellas Artes

## TEATROS

- ❖ El Sótano

- ❖ Gran Teatro de La Habana
- ❖ Guiñol
- ❖ Teatro para niños
- ❖ Karl Marx
- ❖ Mella
- ❖ Sala Teatro Hubert de Blanck
- ❖ Teatro Nacional de Cuba (Salas Avellaneda y Covarruvias)

## MONUMENTOS

- ❖ Necrópolis Cristóbal Colon
- ❖ Busto del patriota, José Martí
- ❖ Estatua de Narciso López
- ❖ Mausoleo
- ❖ Boya del Ciclón de 1933
- ❖ Estatua de Don Tomas Estrada Palma
- ❖ Estatua de José Antonio Echeverría
- ❖ La bicicleta
- ❖ El coche

## IGLESIAS

- ❖ Iglesia de los Pasionistas

- ❖ Iglesia San Juan Bosco. Víbora.
- ❖ Iglesia de Paula .Habana Vieja
- ❖ Iglesia de san Francisco de Paula. Sevillano.
- ❖ Iglesia Calzada de 10 de Octubre
- ❖ Iglesia de Santa Clara. Lawton
- ❖ Nuestra Señora de La Guardia. Luyanó
- ❖ Iglesia del Santo Cristo del Buen Viaje. Habana Vieja.
- ❖ Iglesia de San Pedro Apostol . Cotorro

## BARES

- ❖ Habana Club
- ❖ Copa Room
- ❖ La Macumba
- ❖ Habana Café
- ❖ Delirio Habanero
- ❖ Tropicana
- ❖ Pico Blanco
- ❖ Jazz Café
- ❖ La Cecilia
- ❖ La Maison

## CASINOS

- ❖ Global Player
- ❖ Captain Cooks
- ❖ Club Monte Carlo
- ❖ Win Ward
- ❖ Island Casino
- ❖ Casino San Fran
- ❖ Gaming Club
- ❖ Riber Belle
- ❖ Orbital Casino
- ❖ Intertops
- ❖ Aces High Casino
- ❖ Ibet Casino
- ❖ Lucky Nugget

## JOYERIAS

- ❖ Coral Negro Albita
- ❖ Coral Negro Astral
- ❖ Coral Negro Capricornio
- ❖ Coral Negro Gastón Bared
- ❖ Coral Negro Géminis

- ❖ Coral Negro Gentry
- ❖ Coral Negro Primor
- ❖ Coral Negro Volga
- ❖ La Habanera
- ❖ Sancy

## ARTESANIAS

- ❖ Casa de Antigüedades
- ❖ Puerto Carenas
- ❖ Taller de Serigrafía "René Portocarrero"
- ❖ Tienda Tema<sup>33</sup>

- Este inventario de atractivos turísticos de La Habana, solo contempla los principales y más destacados.

La Habana, como destino turístico cuenta con una serie de atractivos heredados que representan un importante punto de partida para el desarrollo turístico. Sus bellezas naturales y **alrededores** (Playas, atractivos submarinos, paisajes campestres y de montañas, reservas ecológicas, todo aún muy por debajo de su capacidad sustentable reexportacion), así como su clima son una parte de ellas, que se complementan con su ubicación y fácil acceso por vía aérea y marítima, además de su importante patrimonio histórico y cultural. A continuación señalaremos algunas de las bellezas arquitectónicas que hacen de La Habana una ciudad especial:

---

<sup>33</sup> Pagina Web, [www.cubagrande.com](http://www.cubagrande.com)

“CAPITOLIO NACIONAL: En 1929 los terrenos que ocupaban la primera estación de ferrocarriles habaneros fueron ocupados por el Capitolio Nacional sede de la Cámara de Representantes y el Senado de la República de Cuba. En la fachada del Capitolio predomina lo clásico mientras que el interior se caracteriza por la opulencia ecléctica sin perder por esto su armonía. Cuenta con una estatua de bronce que representa a la República de Cuba, cubierta por láminas de oro, esta en el salón de los pasos perdidos y es obra de Angelo Sanelis, mide 14 metros de altura y pesa 30 toneladas, considerada la tercera más alta bajo techo del mundo.

Actualmente es sede del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente y del Instituto de Información Científica y Tecnológica

CASA DEL CONDE PEDROSO: En 1730 José de Pedroso y Florencia demolió la edificación ubicada allí anteriormente y construyó la actual de dos plantas y entresuelo, fachada, arcos de medio punto y columnas empotradas. En 1746 le agregó portales. Durante el siglo XIX fue almacén, fábrica de tabacos y oficinas. En este siglo fue Jefatura de Sanidad y sede de la Oficina del Historiador. Restaurada en 1987. Quedó convertida en Museo de la Educación. Actualmente es sede de la Oficina del Historiador de la Ciudad.

CASTILLO DE LA REAL FUERZA: Declarado Monumento Nacional, fue erigido para reemplazar a la anterior fortaleza que se construyó por encargo de la Reina de España al Gobernador de la Isla y que fuera destruida en 1555 por el corsario francés Jacques de Sores, es la más antigua fortaleza colonial de América, inaugurada en 1577, lo que

constituyó un preámbulo del amplio plan de fortificaciones que llevó a cabo la Corona española en el área del Caribe con el objetivo de proteger el recorrido de la flota española.

**CASTILLO DE LOS TRES REYES DEL MORRO:** Declarado Monumento Nacional. Su construcción, dirigida por el ingeniero militar italiano Juan Bautista Antonelli, comienza en 1589 y concluye en 1630, siendo la más significativa de las fortalezas coloniales, no sólo desde el punto de vista estratégico-militar, sino por su vigencia como faro marítimo y símbolo de la ciudad. Durante el ataque de los ingleses a La Habana en 1762 sufrió daños por lo que fue reconstruido y modernizado. El faro marítimo fue construido en 1844 para reemplazar con un sistema más moderno al existente desde 1764. (Ver anexos).

**RESTOS DE LA MURALLA DE LA HABANA:** La Muralla de La Habana fue concebida como parte del proyecto de defensa de la ciudad, conjuntamente con las fortificaciones que comprendían el sistema de protección costera, y se inició en 1674 su proceso constructivo culminando más de un siglo después, con el objetivo de convertir a la ciudad en una plaza inexpugnable ante el peligro de los ataques de corsarios y piratas.

**TORREÓN DE SAN LÁZARO:** Ubicado en la antigua ensenada de San Lázaro, en un sitio por donde se produjeron varios desembarcos de corsarios y piratas en la época colonial. Fue construido en 1665 para asumir la funciones de vigilancia dentro del sistema defensivo de la ciudad y actualmente resulta un elemento pintoresco junto a los edificios que lo rodean y el parque Antonio Maceo. Declarado Monumento Nacional”<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Pagina Web: [www.cubatravel.cu](http://www.cubatravel.cu)

La oferta del producto turístico de la Habana se a concebido buscando, como elemento clave, el logro de una demanda estable equilibrada a fin de garantizar un flujo continuo de turistas a lo largo de todo el año, la elevación sistemática de la media de la estancia, y un alto índice de repetición de las visitas. Uno de los mecanismos más certeros para asegurar estos resultados es lograr la diversificación del producto.

Diversificar el producto turístico significa desde el punto de vista de la oferta aprovechar al máximo las posibilidades geográficas, económicas, sociales y culturales para llegar a todos los segmentos del mercado y a la mayor cantidad de mercados emisores de turistas.

"Una de las debilidades que presenta el producto turístico cubano en la actualidad es su alto grado de concentración en dos polos, La Habana y Varadero, los que generan el 70 por ciento del ingreso global del sector. Es por ello que entre los objetivos principales de la estrategia de desarrollo del turismo en Cuba se encuentra el de lograr una distribución equilibrada de la demanda desde el punto de vista espacial. Con el logro de una mejor distribución del flujo de turistas por todo el territorio nacional, el sector puede actuar como corrector de los desequilibrios regionales. Ello, sin embargo, no debe conducir a la promoción indiscriminada de la actividad turística en los diferentes territorios, pues no sería recomendable en materia de efectividad de los recursos invertidos"<sup>35</sup>.

Tanto La Habana como Cartagena están constituidas por grandes riquezas que las hacen ser lugares muy apetecidos por los turistas, en los cuales, se puede descansar y pasarla muy

---

<sup>35</sup> Cuba: Una Década de Desarrollo Turístico Por: Orlando Gutiérrez Castillo y Nélica, Gancedo Gaspar. Estudio de la Universidad de la Habana.

bien, en sus playas, restaurantes, museos, bares, en fin todos los lugares mencionados anteriormente. Estas constan además de una belleza paisajística inigualable, que las hacen ser atractivas en sus productos turísticos, pero a pesar de todo esto a Cartagena le hace falta mucho en cuanto a turismo se refiere, debido a que muchas veces en los productos turísticos que esta ofrece se muestra mucha suciedad, y esto afecta mucho la imagen que el turista se lleva de nosotros, además cuando el turista llega solo se le da a conocer los lugares turísticos que a simple vista se pueden ver, como las murallas, playas, entre otras, pero no se da a conocer otros sitios que también tienen su encanto e historia en la ciudad. La Habana en cambio es más abierta, se muestra a sus turistas mas aseada y procura dar todo lo que tiene para que el turista regrese cuantas veces este lo desee.

En este capítulo nos podemos dar cuenta que en la ciudad de La Habana a diferencia de Cartagena se encuentran museos con diferentes especialidades, esto atrae mas a los visitantes, debido a que los mismos buscan conocer la historia concreta de lo que paso exactamente en la ciudad que visitaron, por ello, en La Habana, al igual que en el resto de las ciudades de Cuba le dan vital importancia a estos sitios (Museos), lo que pone en desventaja a Cartagena, porque apenas se están haciendo gestiones para sacar adelante sitios donde se le de al turista información de la historia cartagenera.

**2.2.2. Capacidad Hotelera.** La mayor parte de la construcción de capacidades hoteleras la acomete el país con medios propios. Sin embargo, las inversiones extranjeras tienen un importante papel en el desarrollo turístico de (La Habana). “Actualmente hay en Cuba 26

empresas mixtas constituidas, con un capital superior a los 900 millones de dólares y que incluyen 24 empresas hoteleras; 50 hoteles bajo administración extranjera, lo cual representa 15 mil 390 habitaciones; y 17 negocios conjuntos, mayormente en náutica”<sup>36</sup>.

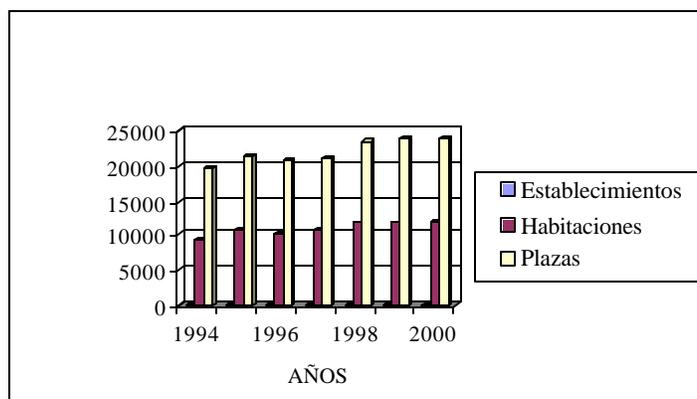
Tabla 3. Capacidad de los hoteles y otros establecimientos seleccionados, Ciudad de la Habana.

Concepto	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Establecimientos	50	54	58	64	69	69	70
Habitaciones	9374	10666	10208	10661	11770	11947	11947
Plazas	19538	21277	20724	21038	23770	23770	23839

Fuente: Anuario Estadístico de Cuba 2000.

La Ciudad de La Habana cuenta hoy con más de 70 instalaciones hoteleras y 11947 capacidades de alojamiento, de ellas para el turismo internacional unas 8529 habitaciones, con un índice de ocupación al cierre del 2000 del 59.31%.

Gráfica 9. Capacidad Hotelera de la Habana.



<sup>36</sup> Cuba: Una Década de Desarrollo Turístico, Por: Orlando Gutiérrez Castillo y Nelida Gancedo Gaspar. Estudio de la Universidad de la Habana.

Vemos en esta gráfica que se ha incrementado positivamente el número de establecimientos, habitaciones y plazas, haciendo a la Habana un lugar bastante competitivo internacionalmente.

### **2.3. NÚMERO DE OPERADORES TURÍSTICOS DE COLOMBIA Y CUBA.**

**2.3.1. Colombia.** "La promoción turística del país fue direccionada por la corporación nacional del turismo (1968-1996); cuyos resultados se reflejaron en la llegada de un millón de turistas al país en los años ochentas".<sup>37</sup> Sin embargo Colombia nunca se ha aproximado a la cifra de 2.2 millones de turistas internacionales por año, que es el mismo que establece la Organización Mundial del Turismo (OMT) para que un país sea considerado como turístico.

La promoción ha estado orientada hacia aquellos productos y mercados en los cuales Colombia tiene posibilidad de competir con éxito o en aquellos productos que se deben mejorar porque tienen una buena demanda en los mercados nacionales e internacionales.

"Los siguientes son los Operadores Turísticos que existen en Colombia:

- ❖ Tour operadores
  
- ❖ Hoteles
  
- ❖ Líneas Aéreas

---

<sup>37</sup> Política de Promoción y Mercadeo Turística para Colombia.

- ❖ Gobierno
- ❖ Medios de Comunicación
- ❖ Agencias de Viajes”<sup>38</sup>.

En Colombia, la consolidación de la agencia como empresa esta orientada hacia la gestión en personal, mientras las líneas aéreas y los hoteles lo hacen hacia la operación y dirección pluriprofesional dando como resultado una mayor complejidad en estas ultimas pero, en contraposición logrando un mayor aspecto en cuanto a cobertura y eficiencia, las agencias deben estar capacitadas para: promoción , programación, y venta de planes turísticos propios, asistencia especializada al viajero, prestación directa de servicios y responsabilidades ante los prestatarios de servicios turísticos y ante los usuarios. Son estas las que mayor aportan a la promoción del turismo.

"En toda Colombia existen más de 380 agencias de viajes, lo que hace a Colombia un país que se preocupa por su turismo, ya sea en Cartagena de Indias o en otras ciudades hermosas de este país”<sup>39</sup>.

"ASOCIACIONES DE APOYO AL TURISMO:

- ❖ ACODRES (Asociación de Restaurantes)
- ❖ ANATO (Asociación Agentes de Viajes)

---

<sup>38</sup> Tesis: Análisis de las Condiciones Necesarias, para Desarrollar un Cluster de Turismo Internacional en Cartagena de Indias, por: Jesús M. Caballero, Clímaco Silva, Ana Zarabia, Raimundo Silva.

<sup>39</sup> Paginas Amarillas de Colombia

- ❖ ANDI ( Asociación Nacional de Industriales-Cámara de Turismo)
- ❖ ASOTELCA (Asociación Hotelera del Caribe)
- ❖ Cámara de Comercio de Cartagena de Indias.
- ❖ CARCE Bolívar
- ❖ Centro de Convenciones
- ❖ Conventions and visitors Bureau
- ❖ Corporación Centro Histórico
- ❖ Corporación Turismo Cartagena de Indias
- ❖ COTELCO Capitulo Cartagena ( Asociación Hotelera de Colombia)<sup>40</sup>

**2.3.2. Cuba.** “A partir de 1990 es la actividad del Turismo una de las primeras en que se comienzan a realizar asociaciones con capitales extranjeros, las cuales se incrementan con la creación del Ministerio del Turismo en 1994, y la Ley de Inversiones Extranjeras (No. 77 de 1995)<sup>41</sup>. Actualmente las empresas e instituciones que realizan las actividades relacionadas con la prestación del servicio de alojamiento y otros tipos de servicios que se brindan en la actividad turística, pasan a integrar las Cadenas Turísticas las que incluyen empresas mixtas y contratos de asociación económica internacional. Estas Cadenas se agrupan de la forma siguiente:

---

<sup>40</sup> Cámara de Comercio Cartagena de Indias.

<sup>41</sup> Cuba: Una década de Desarrollo Turístico por: Orlando Gutiérrez Castillo y Nelida Gancedo Gaspar, Estudios de la Universidad de la Habana.

- Corporación Cubanacán S.A.
- Grupo de Turismo Gaviota S.A.
- Grupo Hotelero Gran Caribe.
- Horizontes Hoteles
- Islazul
- Cubatur
- Compañía de Marinas Puerto Sol
- Grupo de Recreación y Turismo Rumbos
- Empresa de Transporte Turístico Transtur
- Cadena de Tiendas Caracol
- Turismo especializado Cubamar
- Ministerio de Educación Superior (Mercadú)
- Habaguanex

Además existen entidades con actividades de alojamiento que son administrados por Los Órganos Locales del Poder Popular, así como la actividad de Campismo Popular Atendida por la Empresa Nacional de Campismo.

#### PRINCIPALES ENTIDADES TURÍSTICAS

Para llevar adelante el desarrollo integral del turismo en Cuba se ha estructurado un sistema formado por entidades hoteleras y extrahoteleras, así como otras de carácter autónomo e independiente, que asumen funciones de apoyo al resto.

## HOTELERAS:

- “Hoteles Cubanacán S.A.”: Esta sociedad es el grupo líder en la actividad turística cubana, tanto en operaciones hoteleras como extrahoteleras, así como en otros negocios dentro del sector, sea por el volumen de sus inversiones o los contratos de administración y comercialización de instalaciones, fundamentalmente de cuatro y cinco estrellas.
- Gran Caribe: Sociedad anónima con personalidad jurídica y patrimonio propios. Administra y comercializa instalaciones propias o de terceros, bajo distintas modalidades y marcas. Desarrolla la actividad de eventos, congresos e incentivos, así como servicios gastronómicos, comerciales y recreativos en sus hoteles y centros extrahoteleros, como el cabaret Tropicana y los restaurantes Floridita y La Bodeguita del Medio.
- Horizontes: Ofrece y presta a los visitantes extranjeros servicios destinados a la recuperación de su salud y rehabilitación en el orden físico y psíquico, como podrán ser servicios de aguas minero-medicinales y termales, así como otros bajo distintas modalidades y categorías.
- Gaviota: Este grupo de turismo tiene entre sus objetivos la promoción y venta de servicios hoteleros y turísticos, así como sus especializaciones en salud, náutica, pesca, buceo y otras modalidades.

Esta cadena está dedicada preferentemente al turismo nacional.

- Habaguanex: Esta compañía tiene la función de explotar, gestionar y administrar todo tipo de industrias e instalaciones hoteleras y extrahoteleras, así como las actividades destinadas al turismo, en el Centro Histórico de La Habana Vieja. Experiencia rural de desarrollo sostenible, con vistas a la explotación y comercialización de servicios para el turismo de montaña y ecológico.

#### EXTRAHOTELERAS

- Rumbos: Su objeto social es satisfacer necesidades de ocio y recreación de los turistas en centros extrahoteleros, mediante ofertas de actividades y entretenimiento variados.
- Puertosol: Tiene como objetivo el desarrollo y comercialización de actividades náuticas en sus distintas especialidades, como buceos, cruceros, yatismo y otras.

#### OTRAS

- Cubatur: Esta agencia es la organización profesional de viajes de turistas a Cuba u otros destinos. También lleva a cabo servicios receptivos y de turoperadores.
- Transtur: Brinda servicios de transporte al turismo internacional en ómnibus, microbuses, rent a car, taxis, otros autos y cualquier otro medio de transportación.
- Turarte: Es la encargada de los espectáculos de diferentes formatos para cabarets y otras instalaciones del turismo.

- Caracol: Opera y desarrolla una red de tiendas de todo tipo para el turismo internacional”<sup>42</sup>.

Estas son unas de las Agencia de Viajes más importantes de Cuba: Cubalinda, Cubanacan, Ecotur, Cubamar, Gaviota tours, Havanatur, Horizontes Viajes, Viajes Gran Caribe.

Entre los receptivos están: Asistur, Cubadeporter, Cubatur.

Entre los Turoperadores tenemos: Havanatur, Sol y Son Viajes.

"En Cuba aproximadamente hay 1470 agencias de viajes”<sup>43</sup>.

Es necesario que todos los operadores turísticos que promueven el turismo en Cartagena realicen la promoción de la oferta turística en los mercados más accesibles y de mayor rentabilidad. La promoción y comercialización de los productos nacionales debería enfocarse hacia los segmentos del mercado nacional e internacional de más pronta respuesta y rentables, para garantizar el ingreso de divisas y la creación de empleos. El propósito de esta estrategia sería recuperar el mercado doméstico, fomentar las corrientes turísticas internacionales hacia Colombia aumentando el volumen de turistas, el promedio de estadía y el gasto turístico.

A diferencia de Colombia, Cuba cuenta con un gran respaldo en cuanto a inversión se refiere, en el transcurso de diez años de desarrollo sostenido, se ha convertido en el sector

---

<sup>42</sup> Ministerio de Turismo de Cuba.

<sup>43</sup> Pagina Web [www.Google.com](http://www.Google.com), Agencias de Viaje de Cuba

más dinámico de la economía cubana. "En el se ha concentrado una cuarta parte de las inversiones efectuadas en el país y, como resultado, ocupa el primer lugar en cuanto a aportes de ingresos corrientes a la Balanza de pagos, cerrando la década con un 43 por ciento de participación"<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> Cuba: Una Década de Desarrollo Turístico Por: Orlando Gutiérrez y Nelida Gancedo. Estudios de la Universidad de la Habana.

### **3. CONDICIONES COMERCIALES Y DE INFRAESTRUCTURA DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA**

#### **3.1 CARTAGENA DE INDIAS.**

**3.1.1. Condiciones Comerciales.** Con el proceso de internacionalización de la economía colombiana, a comienzos de los años noventa, el país comenzó la apertura internacional de los mercados financieros y de bienes y servicios, mientras el consumidor colombiano tuvo a su disposición una oferta ampliada de mercancías que le permitió comparar la producción nacional con la importada. La mayor diversidad y volumen de bienes condujo a transformaciones en los esquemas de comercialización y en los patrones de consumo que se expresan en la presencia de nuevas cadenas comerciales, varias alianzas estratégicas de empresarios nacionales con extranjeros, programas de expansión de grandes almacenes e hipermercados y su extensión a regiones representativas.

"Según el Dane, en Colombia hay 128 grandes almacenes minoristas e hipermercados, los cuales crearon 88.788 empleos y vendieron \$8,29 billones. Entre tanto, para Nielsen hay 1.073 supermercados, superficies de más de 100 m<sup>2</sup> que constituyen el 0,3% de los establecimientos detallistas incluidos en su universo, que vendieron el 30,4% de lo transado en el comercio al por menor, incluidas las tiendas de consumo local donde hay restaurantes y cafeterías.

El surgimiento de centros comerciales y la multiplicación de los grandes almacenes de cadena, con formatos modernos y atracción de gran público, eran síntomas de cambios importantes en los sistemas de distribución y comercialización, de nuevas relaciones con los productores de bienes, etc., que de alguna manera debían haber sido involucrados como política, abriendo un campo nuevo, diferente al de los antiguos ejercicios sectoriales. Los mecanismos modernos de comunicación, el Internet, pusieron de presente las propuestas que algunos países han formulado en los últimos años, como consecuencia de la globalización y el reconocimiento de nuevas formas de comercio incluido el electrónico.

Los avances del sector no ocultan los problemas existentes, los cuales fueron identificados a partir de entrevistas en empresas representativas y la encuesta nacional. La metodología aplicada se inscribe en los estudios de competitividad sistémica, indagando por los problemas a cuatro niveles: en los ámbitos macroeconómicos, de la empresa, institucional y del entorno. Los problemas prioritarios en el ámbito macro fueron el desempleo, la inestabilidad de la política económica, las elevadas tasas de interés y la inestabilidad de la tasa de cambio, con diferente énfasis según fuera el tamaño de las empresas: para las pequeñas es más importante el desempleo mientras en las medianas y grandes, la inestabilidad de la política económica es lo determinante<sup>52</sup>.

La economía doméstica como factor de competitividad de una región se refiere a la calidad de los recursos gerenciales, de las estrategias competitivas, del desarrollo de producto, de control de calidad de los recursos humanos y de mercados a nivel de la empresa privada.

---

<sup>23</sup> Dirección General de Comercio de Colombia.

"En una economía globalizada como la Colombiana los niveles de precios internos son unas de las bases de la competitividad de los productos nacionales en relación con los importados. En este sentido, el análisis de la competitividad de la economía doméstica requiere detallar el comportamiento de los precios internos, porque los individuos toman sus decisiones de compras a través de la selección de alternativas basados en las características y los precios de la mercancía. Niveles mas altos de precios reducen la competencia de nuestros productos así como la capacidad de compra de los consumidores.

Cartagena proporciona sitios como las bóvedas en el que si se les ofreciera a los visitantes precios cómodos, éstos aumentarían la posibilidad de mayores compras, llevando así recuerdos de la ciudad como artesanías, hamacas, etc. También tiene sitios para la recreación como parques, centros comerciales, teatros, entre otros. (Ver inventario de productos turísticos), que si tuvieran precios que estén al alcance de los turistas no solo internacionales sino también nacionales, esto incrementaría la demanda de los productos turísticos.

En el año 2000 la inflación nacional alcanzo a diciembre el 8.75%, constituyéndose en el nivel mas bajo de los últimos 5 años y en el segundo año consecutivo con niveles de inflación de un dígito.

La ciudad de Cartagena culminó en el año 2000 con un nivel de inflación de 8.6%, 0.15% por debajo del nivel nacional, afectando en mayor proporción a la población de ingresos mas bajos<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> Compendio de Estadísticas de la Cámara de Comercio de Cartagena de Indias D.T.y C.

Cartagena cuenta con grandes y pequeños almacenes que le dan al turista la posibilidad de cubrir todas las necesidades que este tenga, sobre todo que puede encontrar un sin número de productos internacionales, para la escogencia de los visitantes.

**3.1.2. Condiciones de Infraestructura.** Cartagena de Indias es una de las ciudades más excepcionales de América donde se mezclan las bondades de su entorno dominado por el Mar Caribe, un conjunto urbano histórico que aún se conserva en su gran mayoría y la identidad alegre y espontánea de sus gentes.

En la ciudad de Cartagena existen actualmente 133 hoteles, clasificados por la Corporación Nacional de Turismo de acuerdo a sus características en hoteles de cinco hasta una estrella (Las estrellas fueron eliminadas por la Ley 300 de 1996).

La vida turística de un centro vacacional o de una ciudad turística, en gran medida está determinada por la presencia o carencia de gastronomía profesional. Y es que la gastronomía provee a los turistas, no solo la alimentación tan necesarias, como las sillas de transporte o las camas de hoteles, si no que además cubre uno de los elementos más determinantes de la recreación, de la animación turística y de la vida nocturna que le imprimen carácter turístico a un lugar. Existen establecidos criterios que dan a los restaurantes su condición de ser un atractivo para el turista nacional y extranjero. Cartagena cuenta con innumerable cantidad de restaurantes, aproximadamente 30 entre los más importantes.

Las noches en Cartagena se caracterizan por un ambiente colorido, dinámico, que invitan a todos a gozar de la rumba y a pasarla bien, para lo cual ofrece una variedad de lugares para divertirse al máximo, cuenta con muchos sitios de prestigio en la calle del arsenal principalmente, además de otros, también en el sur de la ciudad encontramos gran variedad de discotecas.

Cartagena cuenta aproximadamente con más de 50 agencias de viajes y turismo, entre las mas importantes están: Aviatur, Contactos, Lizatours, Transmares, Viesco, Gematur, La Tienda del Turismo, Mirasol Travel, Marymar, entre otras.

El futuro del turismo de Cartagena depende de la conveniencia de precios de los transportes internacionales, aéreos y marítimos, y de la forma como se incrementen estos medios de desplazamientos, permitiendo cada vez que las llegadas sean más frecuentes.

Actualmente Cartagena cuenta con la siguiente infraestructura de transporte turístico. Cartagena cuenta con un terminal de transporte terrestre, ubicado en la parte suboriental de la ciudad. Empresas de transportes terrestres: Expreso Brasilia, Unitransco, La Costeña, Rápido Ochoa, entre otros.

Empresas de Transporte Aéreo: Alianza Summa (Avianca, Sam, Aces), Copa Airlines, West Caribbean Airways, Aerorepública.

Los puertos constituyen un elemento importante en el desarrollo económico de una ciudad por constituirse estos en la entrada y salida de muchos productos procedentes u originarios de otros países. Se convierte así en la zona de encuentro virtual con el resto del mundo; a través de la comercialización de productos.

La Zona Portuaria de Cartagena es por su ubicación geográfica y sistema de comunicación (Carreteable y fluvial), con el interior del país uno de los puertos más importantes de Colombia que permite el embarque y desembarque de productos nacionales y extranjeros. No obstante, el turismo de cruceros mantiene excelentes perspectivas, y sin lugar a duda continúa siendo uno de los renglones más atractivos y de mayor importancia para el desarrollo turístico de la ciudad. Cartagena cuenta con los siguientes puertos marítimos:

- SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE CARTAGENA.
- TERMINAL MARITIMO MUELLES EL BOSQUE.
- ZONA FRANCA DE CARTAGENA.
- COLTERMINALES. Terminal de Contenedores de Cartagena S.A.”<sup>54</sup>.

Instalaciones para congresos y convenciones: El Centro Internacional de Convenciones, es la obra mas importante que se haya acometido en favor del desarrollo turístico de Cartagena, se trata de un monumento colosal que reconcilia a las actuales generaciones de las heroicas de la Cartagena Colonial, pues, esta edificación es comparable en su grandeza al cerro de San Felipe de Barajas o a las murallas que rodean a la ciudad.

---

<sup>54</sup> Pagina Web [www.sincex.com](http://www.sincex.com)

En su recorrido por la ciudad vieja , podemos encontrar anticuarios, pequeños y hermosos almacenes ubicados en las calles Santo Domingo y Santa Teresa donde se encuentran artículos trabajados en oro, plata y bronce por artesanos y orfebres de generaciones pasadas. En bellísimas casonas restauradas funcionan prestigiosas joyerías que ofrecen las famosas y codiciadas esmeraldas Colombianas y que garantizan la autenticidad de la gema.

"Algunos de estos establecimientos son: La Joyería Cesáreo, Esmeralda, Onix.

La nueva ciudad cuenta con valiosos centros comerciales que complacerán los deseos del turista. Centro Comercial El Pueblito, Bocagrande, Esmeralda Center, Almacenes de Recuerdos y Replicas de la Orfebrería Colombiana, Vivero, SAO, Centro Comercial Pierino Gallo en El Laguito”<sup>55</sup>.

En un informe publicado en la página Web del Ministerio de Desarrollo Económico se expone los resultados obtenidos en la campaña de promoción turística:

“Con cuatro meses al aire y una inversión de \$2.200 millones, la campaña del Ministerio de Desarrollo Económico y el Fondo de Promoción Turística que busca incentivar el turismo doméstico tiene un nivel de recordación similar al de cualquier producto de consumo masivo: Espontánea del 33% y con ayuda del 55%. Los colombianos le dieron una calificación de 4.3 sobre 5.

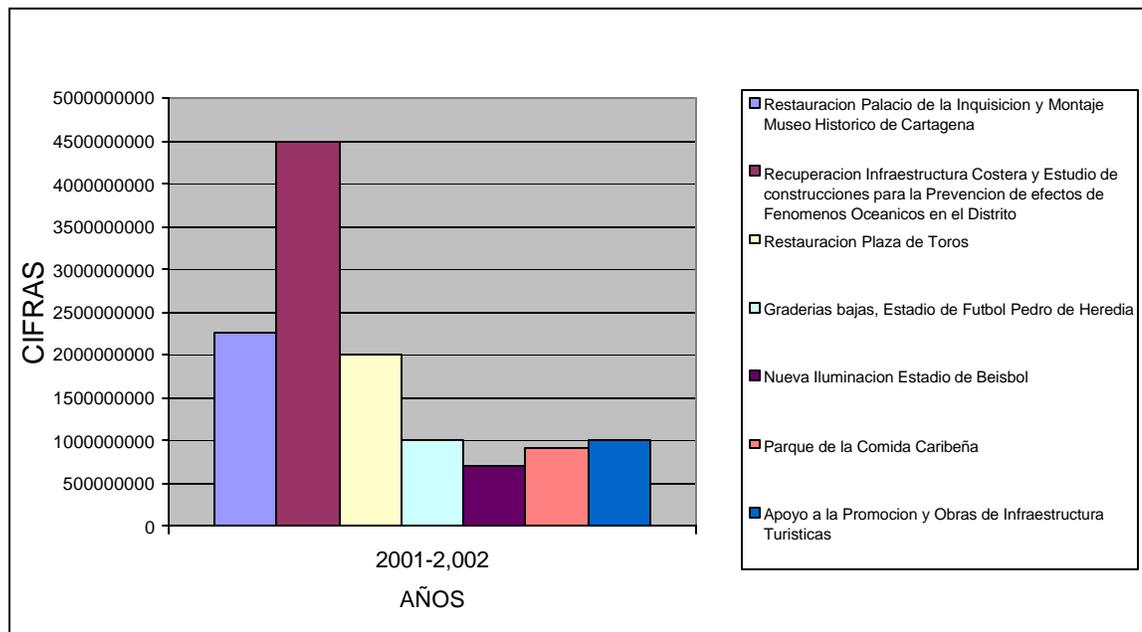
Para el 2003 el Ministerio de Desarrollo Económico continuará su política de incentivo al turismo nacional y extranjero. Se espera que el sector público y el privado inviertan

---

<sup>55</sup> Cámara de Comercio de Cartagena de Indias.

alrededor de \$4.000 millones para consolidar el futuro de los más de 1.200 sitios de interés turísticos con los que cuenta el país”<sup>56</sup>.

Gráfica 10. Inversión Cartagena de Indias.



Fuente: Desarrollo y Planeación del Distrito de Cartagena de Indias.

Como podemos observar en el gráfico anterior la mayor concentración de inversión está dada en la recuperación de infraestructura costera, siendo esta importante, más no la esencial en cuanto a turismo se refiere, ya que se dedica un menor capital al apoyo y promoción turística, cuando lo que se busca es reactivar el sector económico del turismo

<sup>56</sup> Informe de Coyuntura Económica Regional (ICER).

por medio de estrategias que le permitan a Cartagena posicionarse y dar los pasos necesarios para su desarrollo en este área.

La rehabilitación del edificio El Palacio de la Inquisición, como proyecto plantea una restauración monumental integral, que arrancará con estudios técnicos relativos a vulnerabilidad sísmica y otros aspectos de tipo estructural y arquitectónico. La restauración es considerada como el reintegro de las características originales del edificio para permitir la lectura fácil de su historia. Se trata de incorporar todos los elementos originales e inclusive, unos elementos contemporáneos, como aires acondicionados. Eso significa la intervención total del edificio.

En segundo término, la recuperación del Museo Histórico de Cartagena es una iniciativa que consulta en su totalidad las técnicas museográficas contemporáneas. El proyecto museográfico fue analizado por expertos del Museo Nacional, quienes hicieron excelentes comentarios y consideraron que se trata de una de las presentaciones más avanzadas de su tipo.

De otro lado, sobre el Archivo Histórico, después de 15 años por fin se contará con los espacios adecuados para su funcionamiento. En efecto, hoy operan 11 espacios para investigadores y se espera que con la ejecución del proyecto queden funcionando 40 espacios. Además, se implementará un gran taller de conservación del papel, avalado por el Archivo General de la Nación y un gran Centro Informático, en el cual se desarrollará la digitalización de los documentos.

Este último logro es fruto de un proyecto con la Fundación Histórica Tavera, de Madrid (España); entidad que suministra un software que responde las necesidades de la archivística latinoamericana. Se trata de un aporte valioso, consistente en una base de datos para localizar información y bancos de imágenes; a través de los cuales se podrá encontrar desde un dato hasta un libro o un archivo entero.

Inversión Nacional de Apoyo al turismo:

Tabla 4. Inversión Nacional del Turismo Colombiano.

ADQUISICIÓN Y/O PRODUCCIÓN DE EQUIPOS, MATERIALES, SUMINISTROS Y SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	
<i>Turismo</i>	
Capacitación Política de Turismo	250.000.000
Mantenimiento y Soporte de un Sistema de Información Turístico	570.000.000
<b>Total Turismo</b>	<b>820.000.000</b>

Tabla 5. Inversión Nacional del turismo Colombiano.

ASISTENCIA TÉCNICA, DIVULGACIÓN Y CAPACITACIÓN A FUNCIONARIOS DEL ESTADO PARA APOYO A LA ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO	
<i>Turismo</i>	
Asistencia y Apoyo Administrativo a la Policía de Turismo	250.000.000
<b>Total Turismo</b>	<b>250.000.000</b>

Tabla 6. Inversión Nacional del Turismo Colombiano.

Organismos Internacionales	
Implantación de los convenios Regionales de Competitividad Turística	30.000.000
<b>Total Turismo</b>	<b>2.200.000.000</b>

Las tablas anteriores nos muestran las inversiones que se han realizado a nivel nacional a través del ministerio de Desarrollo Económico, vemos que las inversiones en Colombia y Cartagena no son suficientes para contrarrestar todo lo que se puede hacer por la ciudad y el país, a diferencia de Cuba que si cuenta con un gran respaldo económico para este sector. (Ver condiciones de infraestructura de La Habana).

### **3.2. LA HABANA.**

**3.2.1. Condiciones Comerciales.** El Ministerio del Comercio es el Organismo de la Administración Central del Estado Cubano que rectora la aplicación de la Política del Estado y el Gobierno en cuanto a la Política del Comercio Interno que desarrollan las actividades comerciales que operan en moneda nacional y en moneda libremente convertible, en los sectores estatal, cooperativo, mixto y privado.

El Comercio Interno tiene por objetivo la circulación, almacenaje y el intercambio de mercancías y servicios en el territorio nacional. Este comercio tiene como finalidad

vincular la producción e importación al consumo. Es el paso intermedio entre la producción e importación y el consumo y se realiza de dos formas: comercio mayorista y comercio minorista, considerándose en este último la prestación de los servicios gastronómicos y comerciales. Para la realización de estas funciones estatales, el Ministerio del Comercio Interior cuenta en todo el país con una amplia red de:

- Almacenes de Comercio Mayorista para la compra, almacenaje y venta de mercancías, de productos nacionales y de importación, con destino a las entidades que ejercen el Comercio Minorista y la Gastronomía; de insumos, destinados a un proceso de producción y servicios a personas jurídicas, autorizadas por el Ministerio del Comercio Interior, y de mercancías a personas jurídicas, cuando éstas sean los consumidores finales.

Dentro del Comercio Mayorista, el Ministerio del Comercio Interior cuenta con el Grupo Corporativo EMSUNA, cuya actividad fundamental es dirigir, coordinar y controlar la comercialización en divisas de bienes de consumo e intermedios que circulan empresas nacionales y territoriales de abastecimiento y ventas de productos, tales como: alimentos, productos de higiene y limpieza, confecciones, tejidos, sedería, ajuares, calzado, productos de talabartería, artículos de ferretería, equipos electrodomésticos, juguetes, perfumería, neumáticos, cámaras, pinturas, cristalería, productos de laboratorio, metales ferrosos y no ferrosos, equipos industriales, madera, plywood, formica y materiales de construcción, entre otros.

- Tiendas de Comercio Minorista, para la venta de mercancías, de productos nacionales o de importación, con destino a la población, para su uso y consumo.
- Unidades de Gastronomía, para la prestación de los servicios gastronómicos que se brindan en establecimientos comerciales destinados a estos fines, constituidos por restaurantes, cafeterías, centros nocturnos y bares, entre otros, que integran una red abierta a la cual se puede acceder libremente, y unidades para la prestación de los servicios de alimentación social que se ofrecen en comedores y merenderos obreros, escolares y de otras entidades e instituciones que conforman una red cerrada, a la cual sólo pueden acceder sus miembros específicos. De igual forma integran la Gastronomía, los servicios que se prestan a bordo de naves, aeronaves, ferrocarriles y ómnibus.
- Unidades de Servicios Comerciales, destinadas a la satisfacción de necesidades de carácter social, individual o colectivo, las que prestan servicios domésticos, personales y técnico-productivos destinados a satisfacer necesidades de la población, de organismos y entidades estatales, del sector cooperativo o privado, asociaciones económicas internacionales, empresas mixtas u otras formas de sociedades mercantiles.

Podemos inferir que para mantener, mejorar y ampliar el empleo en el sector turístico de Cartagena, es imperativo orientar el desarrollo turístico a la generación de nuevas fuentes de trabajo. Esto se logrará como resultado de la recuperación, desarrollo y consolidación

del turismo, estableciendo políticas y líneas de acción dirigidas, a aprovechar al máximo la capacidad instalada, así como la riqueza de los recursos naturales y culturales.

Igualmente, la potencialidad de la actividad turística en nuevos destinos, como los orientados al turismo rural, son intensivos en la utilización de mano de obra.

Se requerirá de recursos humanos en mayor cantidad y más capacitados y calificados, que contribuyan a la ejecución de las actividades que se plantean necesarias para el desarrollo del turismo, donde participen distintas áreas institucionales y los sectores público, privado y social.

La Ciudad de la Habana también cuenta con muy buenos sitios para la compra de todo lo que el turista necesite, cuenta con buenos almacenes, tiendas para el turista, museos, sitios para la diversión, casinos y otros, que hacen que el comercio se dispare debido a la introducción de divisas.

**3.2.2. Condiciones de Infraestructura.** La Habana cuenta con una infraestructura lo bastante amplia como para recibir a muchos turistas que deseen pasarla bien, y es una ciudad lo bastante confortable en materia de alojamiento y circulación por todo el territorio.

Una amplia infraestructura hotelera y de servicios, con mas de 10 mil habitaciones, respaldan la gestión del sector en la capital, con potencialidades para casi todas las modalidades de la actividad, entre ellas los viajes de negocios, turismo cultural, de incentivos y reuniones.

Congresos y Eventos de las más variadas esferas encuentran espacio en las instalaciones de la centenaria urbe, donde cada vez son más los establecimientos que crean facilidades para el llamado turismo de negocios, muestra del creciente interés del empresariado foráneo por el intercambio comercial con la isla.

"Entre 1990 y 1999 en Cuba se invirtieron más de 3 500 millones de dólares en el sector, pasándose de 12 mil habitaciones destinadas al turismo internacional a más de 35 mil. También se destinaron importantes recursos a obras de infraestructura de apoyo como aeropuertos, pedraplenes para el acceso a cayos de interés turístico y otras facilidades. Por otra parte, una vez definido como sector clave de la economía, al turismo se le asignó un papel más importante en la reanimación del resto de los sectores.

Hasta la fecha se han destinado alrededor de 700 millones de dólares en inversiones de infraestructura para el desarrollo de estos polos. La política de diversificación territorial se sustenta en evitar la dispersión desmesurada de los recursos. Además del desafío que implica la diversificación del producto turístico, existe un grupo de retos adicionales que deberán enfrentarse como parte del proceso de expansión y desarrollo del turismo en la economía cubana. La elevación de la eficiencia económica del sector es uno de ellos. A pesar de su reducción significativa respecto a períodos anteriores, aún se registra un grupo de entidades turísticas que generan pérdidas por un monto de 35 millones de dólares. En tal sentido, ha sido planteado por varios directivos del sector que la reducción de los costos de explotación sin afectar la calidad del servicio y la elevación de la eficiencia del proceso inversionista constituyen los ejes principales en esta dirección. Otro reto importante a enfrentar es el balance entre las capacidades hoteleras y extrahoteleras. Durante la década

de los 90 se hizo un marcado énfasis en la construcción de capacidades hoteleras como elemento central del proceso inversionista concentrando en ellas el 73 por ciento de las inversiones.

Así a finales de 1999 se habían construido unos 60 hoteles, llevando la planta hotelera del país a la segunda más importante de la región del Caribe. El 27 por ciento restante se destinó a obras de infraestructura (11.3 por ciento a aeropuertos y 5.6 a pedraplenes), beneficiando así ciudades como La Habana, para el desarrollo de capacidades extrahoteleras vinculadas con la restauración y la recreación sólo un 13.8 por ciento. Todo ello ha generado un desequilibrio que provoca una pérdida de diversidad en los atractivos turísticos. En este sentido, el desafío del sector consiste en aminorar los ritmos de crecimiento inversionista en la planta hotelera y acelerar las inversiones en la red extrahotelera, si se tiene en cuenta que, a pesar de los limitados recursos invertidos en ella, genera aproximadamente el 18 por ciento de los ingresos turísticos.

Ello presupone un cambio de mentalidad en la concepción de los negocios turísticos: Si en un principio lo más importante fue crecer en cuanto a número de turistas mediante la oferta predominante de paquetes, en estos momentos es necesario repensar el producto turístico nacional y decidir si continuar creciendo de forma desmedida en la planta hotelera o desarrollar ofertas adicionales mediante el desarrollo de la red extrahotelera”<sup>57</sup>.

---

<sup>57</sup> Cuba: Una Década de Desarrollo Turístico Por: Orlando Gutiérrez Castillo y Nélica, Gancedo Gaspar. Estudio de la Universidad de La Habana.

Cartagena a pesar de ser una ciudad muy pequeña, todavía cuenta con la posibilidad de expandirse mas, dando lugar a una mayor infraestructura de calidad, sobre todo en zonas aledañas como la Boquilla.

Siendo la actividad turística una industria compleja en la que intervienen diversos factores, se requiere la creación, modificación y fortalecimiento de instrumentos y mecanismos de coordinación y cooperación al interior del sector público central, de éste con los gobiernos departamentales y municipales; así como entre el sector público y el sector privado y la vinculación con organismos de cooperación internacional. Se necesita propiciar un nuevo esquema de relacionamiento entre los sectores público y privado, en el cual el sector empresarial y sus gremios tengan participación en las instancias de decisión.

Este nuevo esquema de cooperación público-privada debe fundamentarse en los principios de coparticipación, coinversión y corresponsabilidad. Esta estrategia pretenderá evitar la dispersión de esfuerzos y la duplicidad de actividades, así como beneficiar al país con herramientas internacionales como son los programas de cooperación.

Cuba cada vez mas invierte en infraestructura, como esta escrito anteriormente, "durante la década de los 90 se hizo un marcado énfasis en la construcción de capacidades hoteleras como elemento central del proceso inversionista concentrado en ellas el 73 por ciento de las

inversiones. Así a finales de 1999 se habían construido unos 60 hoteles”<sup>58</sup>. Esto nos indica lo atrasados que estamos en cuanto a infraestructura se refiere.

La mayor parte de las inversiones en La Habana son hechas por inversionistas extranjeros, observando así, que La Habana es uno de los lugares más apetecibles debido a que para estos es un lugar seguro en el cual invertir.

---

<sup>58</sup> Cuba: Una Década de Desarrollo Turístico Por: Orlando Gutiérrez Castillo y Nélica, Gancedo Gaspar. Estudio de la Universidad de La Habana.

## **4. ANALISIS DE LOS FACTORES DE SEGURIDAD DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA.**

### **4.1. CARTAGENA DE INDIAS.**

"La Ley 300 de 1996, Ley general del turismo, en el Capítulo IV, hace mención a la Policía de Turismo, en el Artículo 73o.- DE LA POLICIA DE TURISMO. Crease la División de Policía de Turismo dentro de la Dirección de Servicios Especializados de la Policía Nacional. La Policía de Turismo dependerá jerárquicamente de la Policía Nacional y administrativamente del Ministerio de Desarrollo Económico.

El número requerido de los Policías de Turismo será definido por el Comandante de la División de Policía de Turismo de la Policía Nacional de acuerdo con las necesidades del servicio, corresponderá a una reasignación del Personal, de tal forma que no ocasione gastos adicionales de funcionamiento. En el proceso de selección de los mismos se tomará en consideración el conocimiento turístico del país y la capacidad profesional del opcionado.

El manejo administrativo corresponderá al Ministerio de Desarrollo Económico y el operativo, disciplinario y penal del personal perteneciente a esta especialidad a la Policía Nacional.

En el Artículo 74. Hace referencia al servicio militar como auxiliar de policía bachiller de turismo. El Servicio militar obligatorio en la modalidad de Auxiliar de Policía Bachiller, consagrado en el artículo 13 de la ley 48 de 1993, podrá ser prestado como Auxiliar de Policía de Turismo.

PARAGRAFO. Los Auxiliares de Policía de Turismo prestarán sus servicios en la respectiva Entidad Territorial donde residan, si en ésta hay sitios turísticos, o en caso contrario, en la zona turística más cercana a su residencia.

El Artículo 75o.-Habla de las funciones de la policía de turismo. La Policía de Turismo tendrá las siguientes Funciones:

1. Adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que, a juicio del Ministerio de Desarrollo Económico y de la Policía Nacional merezcan una vigilancia especial.
2. Atender labores de información turística.
3. Orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten.
4. Apoyar las investigaciones que se requieran por parte de Ministerio de Desarrollo Económico.
5. Las demás que le asignen los reglamentos<sup>30</sup>.

Existe además el Plan Estratégico de Seguridad Turística, por la Dirección General de Turismo Ditur.

---

<sup>30</sup> Ley 300 de 1996, Ley general del turismo, Capítulo IV.

En lo que hace referencia con el Plan Estratégico de Seguridad Turística se formuló el documento “Seguridad turística: Reto competitivo de Colombia”, cuyo lanzamiento oficial contó con la presencia del señor Ministro de Desarrollo Económico y la participación de más de 100 empresarios y Representantes del sector, el 16 de julio de 2001.

El Plan se implementó en todo el país. Del 3 de septiembre al 4 de diciembre de 2001, se conformaron 22 Consejos Regionales de Seguridad Turística en Medellín, Barranquilla, Santa Marta, Bogotá, Manizales, Valledupar, Popayán, Cartagena, Pasto, Villavicencio, Armenia, Riohacha, Cúcuta, Bucaramanga, Sincelejo, Ibagué, Montería, Cali, Pereira, Tunja, San Andrés y Providencia y Leticia. La cobertura del Plan fue ampliada con la Policía de Carreteras para brindar seguridad a los turistas y ciudadanos en las carreteras colombianas, así como con el GAULA de la Policía Nacional y FONDELIBERTAD para implementar estrategias dirigidas al fortalecimiento de la seguridad de los empresarios del sector turismo. En desarrollo de esta actividad se adelantaron dos jornadas empresariales de seguridad con hoteleros, concretándose la aplicación de estos programas con los Hoteles del grupo ACCOR.

A través del plan estratégico de seguridad turística, implementado este año, también impulsado por el Ministerio de Desarrollo Económico, contó con el apoyo de la Policía Nacional, junto con el Plan Meteoro del Ministerio de Transporte y el Plan de Seguridad Vial de la Policía de Carreteras, permitieron a los Colombianos viajar con mayor tranquilidad, contando con atención médica y seguridad en las principales vías.

En este aspecto Cartagena y La Habana tienen mucho en común, debido a que ambas cuentan con muy buena seguridad, tienen policías, que se encargan de la misma, y proporcionan al turista mucha tranquilidad.

#### **4.2. LA HABANA.**

A pesar de que La Habana se considera una ciudad segura, se han presentado algunas acciones hacia los turistas que los perjudica y pone muchas veces en mal nombre a esta ciudad. Según las noticias del periódico Granma, en La Habana, el robo a turistas en la Playa Azul es un hecho cotidiano que tiene preocupado a las autoridades de la localidad, donde radica la villa turística más importante de la isla. Según un informe del Poder Popular de la provincia de Matanzas, el robo a mano armada a los turistas aumentó este año en un 15 por ciento en comparación a 1999, fecha en que fueron asaltados 12 visitantes de la famosa playa. Según algunas afirmaciones de los residentes de esta localidad los turistas que llegan a La Habana son timados, robados y hasta maltratados por bandas de jóvenes que los asaltan y les quitan joyas y dinero.

Según la VI Reunión de la Comisión de Turismo, celebrada en la ciudad de Oranjestad, Aruba, del 27 al 29 de abril de 1999, lo que se busca en países como Cuba es incrementar la seguridad de la infraestructura de acceso a las ciudades y centros turísticos como son: carreteras, aeropuertos, estaciones y centrales de autobuses y ferrocarril, para la permanencia tranquila del turista.

Lo anterior, demuestra que Cartagena y La Habana cuentan con índices de seguridad satisfactorios.

Cartagena esta favorecida con la policía turística, que les brinda apoyo, y tranquilidad a los turistas.

Por ser La Habana una ciudad segura, con un bajo índice de criminalidad, se deben tomar precauciones según algunas agencias de viajes como Cubatour, para evitar ser víctimas de "ladronzuelos" quienes están dispuestos a apropiarse de objetos personales, como la billetera, cámaras fotográficas y de vídeo, las maletas, las carteras y las bolsas de compras. Pero en las calles hay bastantes policías a los que se puede acudir si se necesita algo, son hombres jóvenes siempre dispuestos a ayudar pero no hablan inglés.

Es recomendable al viajar a Cartagena y a La Habana : Se tenga en cuenta que cuando se salga a pasear no llevar más dinero del que se necesita; no dejar desatendidos los objetos personales y bolsas de compras; en lugares con aglomeración de público, no descuidar la billetera y el pasaporte, en los restaurantes siempre revisar la cuenta; es recomendable alejarse de los "guías turísticos" improvisados, no son profesionales, muchos desconocen la historia y la cultura, y se muestran amables para engañar a los turistas; se debe guardar las joyas y objetos de valor en la caja fuerte del hotel.

## **5. ANALISIS COMPARATIVO DE CARTAGENA DE INDIAS Y LA HABANA.**

Como resultado del análisis expuesto a lo largo del trabajo se han podido determinar un conjunto de elementos que pueden ser clasificados de acuerdo a su procedencia (interna o externa) lo que permite su agrupación en términos de oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, para ambas ciudades.

### **5.1. LA HABANA.**

Las principales oportunidades y amenazas que se destacan de un análisis del entorno competitivo de La Habana (Cuba) podrían ser:

#### **Oportunidades**

- Los estudios internacionales (OMT) en materia de turismo prevén un crecimiento continuado del flujo de turistas a nivel mundial , el cual se encuentra avalado entre otros factores por: evolución sociodemográfica favorable, primando en los países emisores parejas de mediana edad sin hijos y jubilados con mayor capacidad de gasto, las estadísticas del consumo de los hogares están pasando a registrar el turismo por su peso relativo de ser un servicio de lujo a un hábito al que resulta difícil renunciar, (asimetría del turismo frente a la variación de los ingresos), avances tecnológicos y abaratamiento relativo de los costos de comunicación y transporte, lo cual favorece los viajes entre distancias no tan cortas y además

- incrementa las posibilidades de distribución de los productos turísticos facilitando concepciones más flexibles y personalizadas de los viajes, el auge de la inversión extranjera y los flujos comerciales entre Cuba y los países del área pueden también tener un efecto estimulador de las corrientes turísticas.
- Posibilidades de captación a través del turismo de nuevos inversores que descubran las potencialidades existentes luego de un viaje de placer.
- Si se considera la potencialidad natural del Caribe como región receptora de turistas y se valora que solo recibe en estos momentos el 2.8% del turismo mundial (en las islas se concentra el 1%), es evidente que la única oportunidad de crecimiento de esta demanda se derivaría de una integración de toda el área trabajando en función de lograrlo.

### **Amenazas**

- La guerra económica, actualmente recrudescida (Ley Helms-Burton) que el gobierno de Estados Unidos mantiene hacia Cuba, ha conducido tanto a la prohibición de viajar a la Isla para los ciudadanos norteamericanos lo que los priva de un mercado cercano y con alta tradición de turismo. Como a la imposibilidad de contar con una fuente de suministros para la industria turística cercana y por tanto más rentable desde el punto de vista económico.
- La relativa pérdida de mercados que han experimentado los países europeos en los últimos años, los ha incentivado a desarrollar una creciente y agresiva campaña de marketing que les permita retener e incluso ampliar el espectro de turistas a recibir,

lo cual se ve en la actualidad favorecido por la libre movilidad territorial que existe entre la mayoría de estos países, esta situación puede afectarlos dado que Europa constituye su principal mercado emisor.

- No debe desestimarse la competencia que representa los restantes destinos turísticos tradicionales que cuentan con la fidelidad de sus clientes, el know-how hotelero, la capacidad de gestión acumulada y estructuras administrativas sectoriales adecuadas a este quehacer.

Un análisis hacia el interior, permite ubicar una serie de puntos positivos y negativos para el futuro desarrollo del sector.

### **Fortalezas**

- La primera ventaja a señalar está constituida por el excelente inventario de atractivos de diversa índole con que cuenta la ciudad, destacándose en este sentido la potencialidad existente para atraer los segmentos del mercado en expansión en la actualidad, como puede ser el ecoturismo, el turismo de salud, el desarrollo de congresos, convenciones y otros eventos similares.
- Cuenta con un ambiente sano, tanto desde el punto de vista social, como epidemiológico, libre de entornos naturales contaminados (salvo raras excepciones) o altamente congestionados lo hace un destino mucho más atractivo. Debe destacarse en este sentido la existencia en el territorio de cuatro reservas de la biosfera, más de 350 áreas protegidas y parques nacionales

- Ubicación geográfica satisfactoria, que la convierte en un destino de fácil acceso y con un clima privilegiado durante todo el año.
- Existencia de una política gubernamental de apoyo al sector donde se concertan las principales áreas y polos a desarrollar, los recursos a que se van a destinar y la búsqueda de las proporciones adecuadas de turistas e ingresos para los diferentes territorios.
- Recientes inversiones en alojamientos apropiados a los más variados gustos y necesidades, acompañada de una fuerte inversión en mejoramiento de la infraestructura que garantice una mayor comodidad en la estancia en la ciudad.
- Notable nivel educativo de la población en general y de la población económicamente activa, en particular, que proporciona a las empresas del sector una magnífica posibilidad de brindar un servicio con la máxima eficiencia y calidad. A esto debe unirse la existencia de un sistema de instituciones para trabajar en la formación y entrenamiento de los diferentes tipos de trabajadores del sector (FORMATUR).

### **Debilidades**

- Las exiguas posibilidades de financiamiento con que cuenta la economía, que dificultan en ocasiones el desarrollo de la infraestructura necesaria para la oferta turística establecida, a la velocidad adecuada.
- Se necesita mejorar el control interno y la gestión económica, considerando fundamentalmente el control financiero durante todo el proceso.

- La concentración de la industria turística cubana en dos importantes zonas: La Habana y Varadero, y la mayor afluencia en el destino SOL Y PLAYA.
- La oferta de actividades complementarias, centros de recreación, salas de espectáculos, museos, exposiciones permanentes, etc. Aún dista mucho de encontrarse a la altura de las expectativas de gran parte de los visitantes.
- Es necesario mejorar sustancialmente la estética urbana en muchos lugares del país, especialmente en la capital y ciudades cabeceras de provincia, muy afectada por el deterioro, resultado de carencias económicas, que no propician un panorama agradable a los turistas.
- Necesidad de elevar la eficiencia en cada una de las partes del proceso inversionista.
- En la medida que el turista internacional se hace cada vez más conocedor de sus posibilidades, es necesario seguir perfeccionando la relación calidad precio de las ofertas, para lo que resulta imprescindible mantener una continua retroalimentación cliente-sector.
- Falta de integración interna entre la industria nacional y el sector turístico en materia de suministros de bienes y servicios que actualmente tienen que ser adquiridos en el exterior.

El sector turístico de La Habana se enfrenta al desafío de elevar su capacidad competitiva con importantes oportunidades que pueden ser aprovechadas, así como un grupo de fortalezas que pudieran servir de apoyo a este proceso. Sin embargo, muchos son los obstáculos a sortear. Las amenazas que presenta el entorno internacional, matizado, en

primer lugar, por el brutal bloqueo norteamericano, plantean un reto. Por otro lado, las debilidades asociadas a factores objetivos y subjetivos serían eliminadas mediante el diseño de las estrategias ideadas por los entes encargados, donde se involucren adecuadamente el uso del potencial humano del país como recurso económico principal.

## **5.2. CARTAGENA DE INDIAS.**

En cuanto a Cartagena de Indias Como resultado del análisis comparativo con respecto a La Habana (Cuba) pudimos determinar elementos que posibilitan el diseño de alternativas estratégicas para el desarrollo futuro del sector.

### **Oportunidades**

- Reglamentación de Cartagena de Indias como distrito turístico y cultural.
- Consolidar a la actividad turística como la principal fuente de empleo, ingresos y divisas.
- Vender a Cartagena como un destino turístico del Caribe libre de la influencia de huracanes, ciclones y tornados.
- Promover la infraestructura física y logística de Cartagena para ser sede principal y escenario de eventos nacionales e internacionales.
- Maximizar la facilidad de acceso por las vías marítimas, fluviales, terrestres y aéreas.
- Desarrollar las nuevas zonas para el ecoturismo y el agroturismo.
- Ejecución del plan maestro de alcantarillado de Bocagrande.

- Reactivación de los vuelos charteres procedentes de Canadá e Italia.
- Reactivación del turismo de cruceros.
- Optimizar la declaración del Aeropuerto Internacional Rafael Núñez de Cartagena de Indias, como punto abierto para el transporte público aéreo nacional e internacional regular y no regular.

### **Amenazas**

- Alta emigración de los desplazados por la violencia.
- Impulso de la oferta turística del resto del Caribe y Centroamérica.
- La violencia que azota al país especialmente, el terrorismo creado en las principales carreteras y vías de acceso a la ciudad.
- Incremento del mercado internacional del sector hotelero: Parahotelaria.
- Creciente presencia de multidestinos de las islas del caribe.

### **Fortalezas**

- Reconocida experiencia y eficiencia en la exportación de servicios turísticos de Colombia.
- Excelente ubicación geográfica.
- Bellezas naturales, flora y fauna exuberantes.

- Declaración de Cartagena de Indias como patrimonio histórico y cultural de la humanidad por la UNESCO.
- Adecuada y cada vez mejor infraestructura del terminal marítimo de pasajero en la Sociedad Portuaria Regional de Cartagena.
- Reconocido ambiente de seguridad a nivel nacional.
- Atractiva arquitectura colonial y republicana, centro amurallado, castillos y fuertes, iglesias, monumentos y museos.
- Facilidad de acceso por las vías marítima, fluvial, terrestre y aérea.
- Infraestructura buena para el turismo de negocios y convenciones.
- Reconocida infraestructura portuaria, excelente bahía.
- Buena instalación hotelera, con algunas de primera clase mundial.
- Potencial para desarrollar numerosos productos turísticos tales como el ecoturismo y el agroturismo.
- Buena infraestructura de servicios públicos (Energía, Acueducto, Telefonía, Gas natural y Aseo).
- Sitios de diversión nocturna (Discotecas y bares reconocidos nacional e internacionalmente).
- Calidez, espontaneidad, y amabilidad de su gente.
- Casa de huéspedes de la Presidencia de la Republica.
- Sede alterna del ministerio de Relaciones Exteriores.
- Sede de importantes eventos, congresos y convenciones nacionales e internacionales.

## Debilidades

- Falta reglamentación en lo concerniente a la exportación de servicios turísticos.
- Carencia de promoción e incentivos para la llegada de vuelos directos internacionales regulares a la ciudad, ausencia de una política de promoción turística por parte de entidades oficiales como Proexport, embajadas y consulados de Colombia en el exterior.
- Ausencia del tema del turismo en la negociación de convenios bilaterales y multilaterales.
- Escasa planeación turística del sector público nacional.
- Falta de puntos de información y apoyo al turista.
- Desorganización y acoso de las ventas ambulantes.
- Abuso del sector informal con el turismo.
- No se cuenta con una organización reconocida internacionalmente para la búsqueda, el rescate y el salvamento marítimo.
- Carencia de legislación aduanera y de extranjerías, ágiles y modernas.
- Percepción errónea de altos niveles de contaminación de las playas.
- Falta de reglamentación, ordenación y adecuación de las playas del distrito de Cartagena.
- Deficiencia en la capacitación y formación del personal de atención al turista.
- Desconocimiento de otros idiomas.
- Mala cultura del servicio al cliente.

El sector turístico de Cartagena de Indias puede elevar su capacidad competitiva ya que posee importantes oportunidades que pueden ser aprovechadas, además ésta cuenta con la potencialidad de sus fortalezas, que sirven de apoyo al proceso de internacionalización de este sector. Sin embargo, en el transcurso de este estudio nos hemos dado cuenta que todavía a nuestra ciudad le falta mucho para ser competitiva, al momento de incursionar en los aspectos relevantes del turismo. Las amenazas que presenta el entorno internacional, matizado, en primer lugar, por la mala imagen que tiene nuestro país a nivel internacional, además la posibilidad que otros mercados nos aventajen en la captación de potenciales turistas, que podrían llegar a nuestra ciudad pero que no lo hacen porque creen que no es una ciudad segura. “aunque no es así”. Por otro lado, pensamos que las debilidades presentadas en nuestra ciudad podrían superarse, si se realiza un plan de acción donde se le brinde apoyo a la capacitación del recurso humano y se trabaje cooperativamente para recuperar la buena imagen del país.

Además de todo lo anterior, pensamos que a Cartagena le es necesario no vender el turismo únicamente como sol y playa en las épocas del año donde haya elevado índice de turismo, sino que también lo extienda a todas las épocas del año, ofreciéndole al turista una gama de productos turísticos, así como lo hace La Habana: *El clásico arena, sol y mar, Cultura, historia y tradiciones, Turismo científico, Negocios, Turismo de Salud, Educación, Deportivo, Ecoturismo, Equilibrio Espacial.*

## **6. CONCLUSIONES**

Podemos argumentar que el diagnóstico presentado sobre el turismo en Colombia, específicamente Cartagena de Indias, evidencia que día a día el producto turístico colombiano es menos competitivo tanto por precio como por la calidad del producto, especialmente desde el punto de vista ambiental, deterioro de las playas, invasión del espacio público y demás, esta circunstancia aunada al problema de imagen que afronta el país desde hace varios años, que ha estigmatizado al país como un destino turístico peligroso, hacen necesario adoptar medidas inmediatas que contribuyan a la recuperación de los destinos turísticos preponderantes y a mejorar la imagen de Colombia en el exterior.

Es importante añadir valor a los destinos turísticos preponderantes, en este caso Cartagena de Indias, para así mejorar la calidad de los servicios que se prestan e incrementar la competitividad del producto a partir de su clara definición sol y playa, histórico-cultural, arqueológico, aventura, ecoturismo y demás.

Sin embargo en miras de ofrecer un mejor producto turístico en Cartagena y otras ciudades, el gobierno y los entes interesados en que esto se dé, trabajan cooperativamente para que a través del proyecto de ley que se ha regulado se ejecuten obras para el desarrollo y mejoramiento del turismo.

Podemos decir, que mientras La Habana aprovecha al máximo las posibilidades económicas, geográficas y culturales, para ofrecer un mejor producto turístico a los visitantes, diversificando los mismos, dando al turista diferentes opciones atractivas durante todo el año, para llamar la atención de estos. Cartagena estando en una posición geográfica bastante favorable para la oferta turística, no esta aprovechándola, debido a que solo tiene en cuenta aquellas fechas en las que se da una mayor demanda de turistas, y no procura dar otras opciones de diversión en diferentes épocas del año.

En La Habana, importantes elementos se han incorporado a este caudal de atractivos del país en los últimos cuarenta años de Revolución: población educada, culta y solidaria, altos índices de salud a niveles de países del primer mundo, reconocido prestigio como potencia deportiva, clima social seguro y voluntad de conservación del medio ambiente. Así mismo, la infraestructura creada en carreteras, aeropuertos, redes eléctricas y de comunicaciones, incorpora otro grupo de atractivos que potencian el producto turístico cubano, dándonos así el ejemplo de también impulsarnos y seguir invirtiendo en Colombia.

Cartagena cuenta en estos momentos con muy buena infraestructura hotelera, que puede dar una buena impresión tanto a turistas nacionales como internacionales, sin embargo, pensamos que seria necesario aumentar la capacidad hotelera, para atender posibles aumentos de la demanda turística de la ciudad.

Mientras que en La Habana existen centros de información y atención al turista como INFOTUR, en Cartagena no existen oficinas de información turística debidamente organizadas, hay escasez de materiales informativos de los atractivos, facilidades y actividades turísticas. Al igual la carencia de zonas arboladas y actividades de esparcimiento para niños. La programación de actividades folclóricas y de esparcimiento es poca debido a que estas no se extienden a todas las épocas del año, sino, aquellos meses donde se prolonga el mayor número de visitantes, ejemplo: (Enero, febrero, marzo, junio, julio y noviembre).

## BIBLIOGRAFIA

- Ambiente Competitivo del Turismo en Cartagena. Carce Bolívar, Cartagena de Indias, Marzo, 2000. p. 30-35.
  
- Cuba Anuario Estadístico Capacidad hotelera , 2000. p.10-11.
  
- CABALLERO M. Jesús, SILVA Clímaco, SILVA Raimundo, SARAVIA Ana. Análisis de las Condiciones Necesarias para Desarrollar un Cluster de Turismo Internacional en Cartagena de Indias, Cartagena de Indias, 2000. p.30-50.
  
- CÁMARA DE COMERCIO CARTAGENA DE INDIAS. Compendio de Estadísticas básicas de Cartagena de Indias D.T.C., 2000. p.35-40.
  
- CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA DE INDIAS. Cuadernos de coyuntura, 1999. p. 41-44.
  
- CÁRDENAS TABARES, Fabio. Producto Turístico, México: Trillos, 1991. p.24.
  
- COTELCO (Capitulo Cartagena). Estadísticas Hoteles.2000. p.29-31.

- GANCEDO GASPAR, Nelida y GUTIÉRREZ CASTILLO Orlando. Publicación, Cuba: Una década de desarrollo turístico, 2001.p. 25-32.
  
- Ley General del Turismo. Imprenta Nacional. Santa fe de Bogota, 1996. 60 p.
  
- Ministerio de Comercio de Cuba. Condiciones Comerciales de Cuba, 2000. p.11-15.
  
- Ministerio de turismo de Cuba (MINTUR). Infraestructura hotelera, 2001.p.21-28.
  
- Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de la región Caribe, 1996-2000, Corpes Costa Atlántica, Barranquilla, 1996.p.35-47.

Anexo A. Inventario de los productos turisticos de Cartagena de Indias y La Habana.

**CIUDAD DE LA HABANA**



**CIUDAD DE CARTAGENA DE INDIAS**



**PLAYAS DE CARTAGENA DE INDIAS**



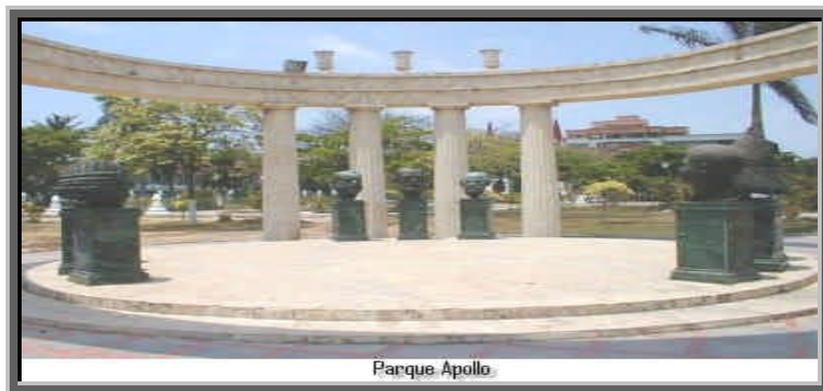
**PLAYAS DE LA HABANA**



**MONUMENTO A HEMINWAY EN LA HABANA**



**PARQUE APOLLO EN CARTAGENA DE INDIAS**



**HOTELES DE LA HABANA**



**HOTEL EN CARTAGENA DE INDIAS**



**CASTILLO DE LA REAL FUERZA EN LA HABANA**



***CASTILLO DE SAN FELIPE EN CARTAGENA DE INDIAS***



Vista Castillo San Felipe