

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS

TRABAJO DE GRADO

PROYECTO DE PRÁCTICA SOCIAL

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (BELOTUR)

Título:

**Las entidades turísticas como agentes impulsadoras del turismo y del
desarrollo en las ciudades**

PRESENTADO POR:

Andrea Camila Varila Valeta

PRESENTADO A:

Armando José Mercado Vega



Cartagena de Indias D, T Y C., julio de 2017

Tabla de contenido

- Introducción
- Marco teórico
- Descripción de La Empresa Municipal de Turismo (Belotur)
- Importancia del turismo para el desenvolvimiento social, económico y cultural de Belo Horizonte.
- BELOTUR como órgano gestor del desenvolvimiento en Belo Horizonte
- Descripción de la Corporación Turismo de Cartagena (Corpoturismo)
- El turismo como agente prioritario para el desenvolvimiento de Cartagena
- Comparación entre las organizaciones
- Conclusiones
- Referencias
- Anexos

Introducción

Gracias a una oportunidad de intercambio en Brasil pude vivir la experiencia de ser una turista fuera de mi país y pude ver cómo era la dinámica social, cultural, educativa y política de la ciudad de Belo Horizonte localizada en el estado de Minas Gerais. Se puede decir que esta ciudad no es tan conocida a nivel internacional, más bien es opacada por el protagonismo de otras ciudades famosas como Rio de Janeiro, Sao Paulo, Florianópolis, Brasilia e incluso el gran área del Amazonas, sin embargo su bajo perfil no le quita sus grandes atributos y características. Belo Horizonte goza con amplias zonas para la recreación y el ocio, su infraestructura y arquitectura es sorprendente y de gran originalidad, consta de una gran variedad de centros culturales y tiene una amplia diversidad de parques y miradores que capta automáticamente la atención de sus visitantes, y es importante resaltar que tiene todo tipo de atractivos dirigidos a personas de todas las edades desde niños y adolescentes hasta personas de avanzada edad.

Al estar en un país y una ciudad totalmente diferentes y nuevos decidí realizar un voluntariado en La Empresa Municipal de Turismo (Belotur) con el fin de aprender cómo se desarrollaba toda esa política pública de turismo de la ciudad y como creaban distintas estrategias y acciones que permitieran que Belo Horizonte se posicionara como una ciudad receptoras de turistas locales e internacionales, y al mismo tiempo quería que esa experiencia me ayudara a empaparme de conocimiento sobre la ciudad y entender cómo eran sus dinámicas. Por tanto el siguiente documento se va desarrollar partiendo del primer planteamiento que es la Importancia del turismo para el desenvolvimiento social, económico y cultural de Belo Horizonte y como el turismo es fundamental para el desenvolvimiento de la ciudad, el cual puede ser económico, sociocultural, de protección del medio ambiente, concientización de las comunidades y la promoción del turismo receptivo.

Seguido a lo anterior se aborda el planteamiento de como BELOTUR es un órgano gestor del desenvolvimiento en Belo Horizonte y los proyectos que se han creado con el fin de respaldar lo anteriormente dicho. A partir de eso durante los tres meses de voluntariado en la empresa de turismo se llevaron a cabo varias acciones dirigidas a la potencialización del turismo y el desenvolvimiento en la ciudad, las cuales fueron el Proyecto VIVA BH! 119, el Procedimiento de Manifestación de Interés – PMI, modificación y restructuración del mapa turístico de la ciudad, búsqueda de un bus turístico apto para las condiciones que presenta la ciudad y, por último, la traducción a distintos idiomas de las informaciones turísticas.

Marco teórico

Es indispensable conocer un poco sobre los términos de política pública y el de turismo con el fin de poder entender cómo se relacionan y como pueden llegar a trabajar de forma conjunta con la finalidad de crear desarrollo y crecimiento en las ciudades, y al mismo tiempo satisfacer las necesidades y demandas de los ciudadanos y visitantes.

Tanto Joan Subirats y Manuel Tamayo miran la política pública como una medida que crea el gobierno para solucionar diversas problemáticas. Por tanto Joan Subirats define la política pública como “la norma o conjunto de normas que existen sobre una determinada problemática, así como el conjunto de programas u objetivos que tiene el gobierno en un campo concreto.” (Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración. Madrid. INAP. 1989). Y Manuel Tamayo Sáenz siguiendo un poco la línea de definición de Subirats define la política pública como “el conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un gobierno para solucionar los problemas que en un momento determinado los ciudadanos y el propio gobierno consideran prioritarios. (“El análisis de las políticas públicas”, La nueva administración pública, Rafael Bañón y Ernesto Castillo (comps.), Madrid, Alianza editorial 1997)

Por otro lado para Eugenio Lahera y Luis Fernando Aguilar el concepto de política pública tiene un carácter democrático y se llevan a cabo gracias a un trabajo conjunto entre sector público, comunidad y gran participación del sector privado. Partiendo de lo anterior Eugenio Lahera Parada define política pública como los “cursos de acción y flujos de información relacionados con un objetivo público definido en forma democrática; los que son desarrollados por el sector público y, frecuentemente, con la participación de la comunidad y el sector privado (...) incluirá orientaciones o contenidos, instrumentos o mecanismos, definiciones o modificaciones institucionales, y la previsión de sus resultados.” (Lahera, E (2004), “Introducción a las políticas públicas” FCE. Chile). Si bien Luis Fernando Aguilar Villanueva coincide con algunos aspectos de la definición anterior, para él prevalece y tiene más influencia el sector privado, definiendo así política pública como “las decisiones de gobierno que incorporan la opinión, la participación, la corresponsabilidad y el dinero de los privados, en su calidad de ciudadanos electores y contribuyentes.” (Aguilar, L. (1993). Antologías de Política Pública, México, Porrúa. Varias ediciones)

El Banco Interamericano de Desarrollo y Pedro Medellín entienden la política pública como resultado del proceso de tinte más político en el que interactúan distintos actores. Así el BID define la política pública como un “Intercambio complejos entre actores políticos a través del tiempo” (La Política de las Políticas Públicas. Progreso económico y social para América Latina. Informe 2006), mientras que Pedro Medellín le da una definición más amplia como “La estructuración de las políticas debe ser comprendida como el producto de un intenso proceso político a través del cual emergen y toman forma los proyectos e intereses de agentes (individuos), agencias (instituciones) y discursos (síntesis de la interacción entre agentes y agencias) en pugna por imponer un determinado proyecto de dirección política y de dirección ideológica sobre la sociedad y el estado que son gobernados.” (La política de las políticas públicas: propuesta teórica y metodológica para el estudio de las políticas públicas en países de frágil institucionalidad. Chile. Serie: Políticas Sociales, núm. 93, CEPAL)

Por ultimo Aguilar y Lima (2009) definen la política pública como *“un conjunto de acciones intencionales y causales, orientadas a la realización de un objetivo de interés / beneficio público, cuyos lineamientos de acción, agentes, instrumentos, procedimientos y recursos se reproducen en el tiempo de manera constante y coherente (con las correcciones marginales necesarias), en correspondencia con el cumplimiento de funciones públicas que son de naturaleza permanente o con la atención de problemas públicos cuya solución implica una acción sostenida.”*

Se puede decir que el concepto y definición de turismo son relativamente nuevos, y es para el periodo de las grandes guerras mundiales (1919-1940) en que el turismo empieza a interesar como materia de investigación universitaria, y a partir de ahí inician a surgir algunas definiciones como las de W. Hunziker y Krapf y Fernández Fuster, en las tienen como base de sus definiciones los fenómenos que surgen a partir del desplazamiento de las personas a lugares distintos a los de su residencia. Por lo tanto W. Hunziker y Krapf (1942) definen el turismo como “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las instancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”. Mientras que Fernández Fuster (1985) entiende el turismo como “el conjunto de los fenómenos originados por los viajes... estos se originan en un mercado, forman y engrosan las corrientes turísticas y se dirigen a los núcleos receptores.”

Mientras los autores anteriores basan sus definiciones en los fenómenos resultantes de los desplazamientos de las personas, los siguientes autores basan sus definiciones en los desplazamientos que realizan las personas hacia destinos distintos al de su residencia, teniendo en cuenta el tiempo y las actividades realizadas durante esos desplazamientos. A partir de lo anterior Burkart y Medlik (1981) afirman que “el turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”.

Y Mathieson y Wall (1982) definen el turismo como “el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.”

Y por último se encuentra la definición de la OMT, la cual también tiene como base los conceptos utilizados por los últimos autores mencionados. Así la Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio por negocios y otros” (1994)

¹Descripción Empresa Municipal de Turismo (Belotur)

La Empresa Municipal de Turismo (Belotur) tiene la misión de promover la ciudad como un gran centro de atracción turística a nivel nacional e internacional. Su objetivo es establecer y promover la capital minera como destino de múltiples posibilidades, ya sea para eventos y negocios, ocio y cultura. La institución en unión y coordinación con otras entidades y segmentos del sector lleva a cabo acciones de planeamiento e implementación de programas, más allá de los proyectos para el desenvolvimiento del turismo en Belo Horizonte. En Belo Horizonte, existen diversos locales y puntos donde se puede obtener informaciones turísticas de la ciudad y el entorno de la misma. Dentro de los grandes eventos realizados por Belotur está el Carnaval de la ciudad, que lleva millares de personas a las calles, y a los pueblos de Belo Horizonte, la cual es considerada una de las mayores y mejores fiestas de Brasil, promoviendo el rescate y la permanencia de las tradiciones culturales y de la identidad del pueblo minero.

¹ Recuperado de <http://belohorizonte.mg.gov.br/sala-de-imprensa/institucional>

El trabajo que ha llevado la institución a través de los años ha permitido que la ciudad crezca culturalmente, lo que ha captado la atención de los turistas internacionales. Cabe destacar que uno de los grandes desafíos y objetivos que ha tenido Belotur es que el local sea un turista en su propia ciudad y se podría decir que lo han logrado ya que continuamente crean estrategias que permiten y facilitan el acceso y desplazamientos de los locales en todos los centros turísticos de la ciudad.

Importancia del turismo para el desenvolvimiento social, económico y cultural do Belo Horizonte.

Con el pasar del tiempo, la movilidad en el mundo fue evolucionando, fueron reduciéndose las distancias y creando diferentes medios de transporte, pero sobretodo las personas comenzaron a tener más capacidad adquisitiva, lo que permitió que se iniciase una movilización de las personas alrededor del mundo. A partir de lo anterior, también hubo un crecimiento y un mayor desenvolvimiento de las ciudades, creando así mayores ofertas y mejor calidad de vida para las personas. El turismo fue consolidado como una práctica fundamental y en algunos casos indispensable para el desenvolvimiento y la economía de las ciudades.

La actividad turística no es solo la visita de turistas a una ciudad, un pueblo o a un lugar determinado, en realidad su repercusión va más allá de esas visitas, es tan importante que llega a afectar múltiples esferas tales como la económica, la social, la cultural, entre otras. El turismo debe indicar nichos donde se pueda generar desenvolvimiento, y podemos decir que entre algunos de esos tipos de desenvolvimiento se encuentran²:

Desenvolvimiento económico: son considerables los efectos del turismo en la economía, entre esos encontramos:

² NOGUEIRA, M. G. O papel do turismo no desenvolvimento econômico e social do brasil. Revista Administração publica. 1987

- Generación de nuevos empleos y permanencia de los ya existentes
- Impactos en diversos sectores de la economía
- Redistribución de la renta individual y regional
- Impactos en las transacciones internacionales, y también influencia en la importación y exportación de productos
- Creación de nuevas profesiones y nuevos negocios.

Desenvolvimiento sociocultural: la práctica del turismo hace contacto directo del turista con la cultura, la historia, las costumbres, la religión y la población de una región. Las distintas manifestaciones ya sean artísticas, populares o religiosas contribuyen a la formación de la identidad de un pueblo, por eso la necesidad de conservación de los sitios históricos, culturales y religiosos. En ese sentido, es casi obligatorio que los proyectos o nuevas medidas que se tomen en relación a la actividad turística tengan en cuenta a todas las personas desde jóvenes, adultos y niños, y al mismo tiempo deben incluir a la población con bajo nivel educativo y con baja renta. Se debe pensar siempre en medidas de inclusión y que al mismo tiempo esas acciones creen cohesión y lazos entre las personas.

Protección del medio ambiente: la acción turística debe estar direccionada a la conservación del medio ambiente ya que a partir de él es que el propio turismo logra desenvolverse. El turismo, de una forma u otra, se desenvuelve a partir de los recursos que brinden una ciudad/pueblo pero sobretodo de los paisajes e imágenes que esta tenga para ofrecer. Aunque se pueda crear atractivos turísticos a partir de la invención humana, es necesario un espacio natural o un espacio en el sistema ambiental para que pueda ser efectuado. De esta forma el gobierno o las autoridades locales deben asegurar el uso racional de los recursos a través de:

- Combatir la contaminación provocada por la actividad turística
- Prohibición de las actividades que puedan contaminar
- Integración del desarrollo turístico con el medio en el que estén insertados.

Concientización de las comunidades: la concientización de las comunidades para el turismo debe ser hecha a través de la divulgación y de la educación cívica.

Para la divulgación turística es necesario utilizar los medios de comunicación social de forma integrada. También es indispensable el apoyo de la comunidad para la utilización y preservación de los distintos puntos turísticos de la ciudad. Las personas deben concientizarse sobre el valor que tiene su ciudad y el significado que tiene cada uno de los atractivos turísticos ya que eso otorga valor a la ciudad y sobre todo es lo que va atraer la atención de los turistas tanto nacionales como internacionales.

La promoción del turismo receptivo

La finalidad del esfuerzo gubernamental en el turismo es el de recibir turistas. Y para recibirlos es preciso, antes de todo, tener un núcleo receptor debidamente preparado, y después montar todo un esquema de atracción de los flujos turísticos. Para preparar el núcleo receptor es necesario:

- Promover el valor turístico de los centros recreacionales y de ocio
- Tener diversidad de servicios turísticos
- Crear una programación deportiva, educacional y cultural
- Organizar eventos, sobretodo fuera de la alta temporada

BELOTUR como órgano gestor del desenvolvimiento en Belo Horizonte

En los últimos años BELOTUR se centra en la promoción turística, pero principalmente se centra en el desenvolvimiento de la ciudad. Tienen direccionadas sus acciones en la implementación de ideas innovadoras tanto para la práctica turística como para el campo económico en sí, ya que a través del turismo también procura promover el crecimiento a nivel económico, beneficiando principalmente la población de la ciudad.

Así, BELOTUR pretende crear una estrecha relación entre el habitante de Belo Horizonte y el turismo en la ciudad, es decir, procura que el belo-horizontino se torne un turista en su propia ciudad para que conozca más a fondo su ciudad y adopte un sentimiento de pertenencia. Una de las principales metas de la organización es posicionar la ciudad como un punto de referencia turística tanto a

nivel nacional como a nivel internacional, lo cual pretende lograr por medio de la implantación de proyectos específicos, entre los cuales encontramos:

Proyecto VIVA BH! 119: este proyecto es:

“Realizado por BELOTUR en asociación con la Fundación Municipal de Cultura, Secretaria Municipal de Medio Ambiente y la Secretaria Municipal de Educación, hace parte del Plano de Sensibilización Turística “BH VAI ATÉ VOCÊ” que objetiva estimular el sentimiento de pertenencia y de amor a la ciudad, promoviendo la preservación y difusión del patrimonio, transformando la ciudad receptiva y hospitalaria” (Belotur; 2016, pag.2)

El proyecto tiene como objetivo que el belo-horizontino sea un turista en su propia ciudad, conozca y disfrute de la naturaleza, de la cultura, del ocio y del entretenimiento. Lo anterior se llevaría a cabo a través de un city tour guiado, zonas para jugar, exposiciones y actividades culturales y ambientales visando la valorización y la importancia de los atractivos turísticos y espacios de ocio de la ciudad, los belo-horizontinos y visitantes tendrían acceso gratuito. El bus recorrerá los puntos turísticos de la ciudad de Belo Horizonte, conforme al tour turístico preestablecido, con el objetivo de promover el conocimiento y la vivencia de la historia, la cultura y el medio ambiente de la ciudad bajo la mira del viajero. Las acciones del proyecto se llevarían a cabo entre los días del 5 al 12 de diciembre de 2016 y las principales actividades se centrarían en:

- **City tour:** los habitantes y turistas de la ciudad tendrían acceso gratuito a un city tour en los días 8, 9, 10 y 11 de diciembre. Los paseos tendrían una duración estimada de 4 horas, serán desarrollados en un bus Expreso Ambiental, que es un vehículo ejecutivo con sistema de sonido y video y serán conducidos por un guía turístico acreditado.

El bus recorrería los puntos turísticos más representativos de la ciudad de Belo Horizonte, conforme a los recorridos ya establecidos. Se diseñaron 6 rutas turísticas, y son:

- Recorrido1: Turismo Cementerial

- Recorrido 2: Pampulha - Marco del Modernismo e Inicio de Niemeyer
- Recorrido 3: Síntesis de Minas - Mercado Central y entorno
- Recorrido 4: Museos y Espacios de Cultura
- Recorrido 5: Horizontes verdes
- Recorrido 6: Horizontes de la ciudad

- **Zonas con juegos promocionales de Belo Horizonte:**

“Por medio de este proyecto, Belotur en convenio con la FMC calificara a los funcionarios de los Centros de Atendimento al Turista - CAT’S, Equipamientos y Centros Culturales que actuaran como multiplicadores del proceso de sensibilización turística, alcanzando la comunidad y turistas a través de las oficinas con juegos promocionales de la ciudad” (Belotur, 2016, pag.4).

Estos juegos promocionales ayudan al desenvolvimiento de la percepción, la imaginación y los sentimientos que influyen en el deseo de las personas por conocer la ciudad de Belo Horizonte. Lo que se busca con tales juegos es que sean un complemento de todo el contenido sobre la ciudad que se encuentra en las programaciones culturales de los distintos locales, enfatizando principalmente sobre las peculiaridades y curiosidades de los atractivos turísticos de la ciudad por medio de una metodología lúdica y creativas que llame y capte la atención inmediata de los turistas locales e internacionales.

Se crearan cuatro modelos de juegos principales: tablero, rompecabezas, memoria y dominó. Todos los juegos promocionales harán parte de la integración de los locales atendidos por el proyecto y estarán disponibles de forma gratuita a todos los visitantes para el uso estricto en tales locales, es decir que su uso solo será permitido dentro de ellos y no podrán ser llevado o prestado por ningún motivo.

Con este proyecto BELOTUR busca despertar la autoestima y el sentimiento de pertenencia en toda la población y que ellos se tornen actores activos en el

proceso de construcción de la ciudad, que valoricen sus símbolos y tengan capacidad de interpretarlos a los visitantes.

- **Exposición de fotos, diseños y poemas resultantes del proyecto “Educación Abraza a Pampulha³”**

El proyecto de “Educación Abraza a Pampulha” tiene como fin “aumentar el interés que tienen las escuelas por el estudio de temáticas urbanas direccionado a la identificación, valorización y protección de bienes culturales... las acciones de formación subsidian a los profesores para que ellos sean multiplicadores de la educación patrimonial” (Baliza, 2016).

El Proyecto Educación abraza a Pampulha lleva a cabo acciones dirigidas a los estudiantes de todas las secciones del RME (Red Municipal de Educación), a través de las siguientes ideas:

- 1- Formación de profesores: con la debida preparación de los profesores se busca que ellos sean los encargados de que el proyecto se socialice y se desenvuelva en la escuela.
- 2- Confección de material: para apoyar y estimular los trabajos sobre Pampulha, se creó un folder informativo sobre el lugar, un mapa, una línea de tiempo con la historia de la región y se creó un folder con las actividades que se podrían hacer en el lugar.
- 3- Pampulha Poética: realización de un festival de poesía sobre Pampulha
- 4- - En el rastreo de Pampulha: campaña para la producción de diseños sobre Pampulha
- 5- Espectáculo de Pampulha, Poesía y Movimiento: exposición de la poesía creada en los buses que integran el transporte colectivo municipal
- 6- Una mirada, una Luz, varias miradas sobre Pampulha: exposición de fotografías tomadas por los estudiantes de la RME.
- 7- Evento de lanzamiento del Proyecto Educación abraza a Pampulha

³ Pampulha: marco del modernismo e inicio del arquitecto Oscar Niemeyer. es la principal postal de la ciudad de Belo Horizonte y se convirtió en julio de 2016 en Patrimonio Cultural de la Humanidad. El conjunto incluye un espejo de agua del lago de Pampulha y varias edificaciones modernistas como la Casa de Baile y la Iglesia de San Francisco de Asís.

Procedimiento de Manifestación de Interés – PMI

O artigo 1º do DECRETO Nº 14.052 creado por el alcalde de Belo Horizonte dice que en él se:

“Instituye la Manifestación de Interés de la Iniciativa Privada para participación de interesados en la estructuración de proyectos de asociación público-privadas, en las modalidades patrocinada y administrativa, y en proyectos de concesión común y de permiso, en el ámbito de la Administración Directa e Indirecta del Poder Ejecutivo”.

La creación del PMI es un ejemplo del concepto de innovación que BELOTUR quiere adoptar y se trata de una medida nueva en la economía de la ciudad. Con esta nueva medida se pretende despertar el interés o motivación de las entidades y personas sobre la práctica turística, y, al mismo tiempo, buscar que la población cree alternativas y productos nuevos que permitan el crecimiento del turismo y capten la atención de las personas de la región y visitantes nacionales y extranjeros. El trabajo conjunto de la alcaldía de Belo Horizonte junto a Belotur (2016) dio como resultado el decreto anterior el cual permitió que se creara lo siguiente:

“PROCEDIMIENTO DE MANIFESTACION DE INTERES (PMI) visando a la obtención de estudios, levantamientos, datos técnicos, y demás insumos necesarios para la estructuración del proyecto de CONCESION COMUM para recalificación, implantación, operación y manutención de EQUIPAMENTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS con vistas a la valorización y fruición del Conjunto Moderno de Pampulha, en el Municipio de Belo Horizonte”.

A partir de lo anterior se abrió un concurso en el cual se debía presentar trabajos por parte de grupos, individuos o cualquier entidad dispuesta a emprender un proyecto que permita la valorización del Conjunto Moderno de Pampulha,

recientemente nombrado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO. A partir de eso surgió el proyecto del bus retro turístico de la región de Pampulha. Este fue inaugurado en octubre de 2016 y fue creado por la alcaldía a través de Belotur en unión con otras instituciones. El bus funcionaría los días sábado, domingos y feriados hasta el mes de diciembre de 2016 y el tiquete tendrían el precio de 20 reales por persona. Este bus del año de 1.957 llevaría al público a los principales atractivos turísticos de Pampulha, entre ellos la Iglesia de San Francisco de Asís, Museo de Arte de, la Casa de Baile y el Yate Tennis Club.

Otras de las acciones dirigidas a la potencialización del turismo llevadas a cabo por Belotur encontramos la modificación y reestructuración del mapa turístico de la ciudad. Inicialmente se creó un mapa turístico de la ciudad que incluía 20 sitios turísticos destacados de la ciudad excluyendo la amplia y reconocida zona de Pampulha, el recorrido se realizaba en un bus convencional de dos pisos con techo y fue inaugurado en el año 2014. La implementación de esta línea turística no fue totalmente efectiva por lo tanto en el año 2016 se piensa en una reestructuración y se inicia una búsqueda de posibles líneas que incluyan tanto los sitios turísticos incluidos en la primera versión del tour como la región de Pampulha.

Una de las acciones que se llevó a cabo para crear un nuevo mapa turístico fue buscar algunos de los tours de varias ciudades del país que han sido implementados efectivamente. Algunas de los tours que se buscaron fueron los de las ciudades de Curitiba, Salvador, Sao Paulo, Porto Alegre e incluso se investigó sobre ciudades europeas como Barcelona, Madrid y Paris. En esa búsqueda nos centramos en informaciones específicas y se buscaba establecer diferencias y similitudes existentes entre las líneas turísticas de todas esas ciudades. La información en la que nos centrábamos era: número de buses, capacidad de pasajeros de los buses, el número de rutas o los distintos paseos turísticos, precio del tiquete y tipos de tiquetes, los horarios y días de la semana en que se realizaban los tours, duración de los tours, lugares de compra de tiquetes, posibilidad de embarque y desembarque de los buses por parte de los pasajeros,



Fuente: Barrio del Soho, Londres. Recuperado de <http://www.guiadeviaje.net/reinounido/soho.htm>

La idea principal para la restructuración del mapa turístico es la que se logra observar en las imágenes anteriores, es decir, se buscaba señalización en el mapa de todos los sitios turísticos incluyendo la región de Pampulha y al mismo tiempo que haya una pequeña descripción de cada uno de los lugares. Esas descripciones se hicieron en tres idiomas: inglés, español y portugués, con el fin de facilitarle al turista tanto local como extranjero el entendimiento de las descripciones y el recorrido del tour, lo que permite que haya una mayor integración y que el turista sienta que se piensa en él y en su bienestar a la hora de recorrer y conocer la ciudad.

4 Corporación de Turismo de Cartagena (Corpoturismo)

Esta organización surge como proyecto en el año 2001, ante la necesidad de aunar esfuerzos para el fortalecimiento y desarrollo del sector turístico de la ciudad, particularmente en la coordinación de los esfuerzos privados e institucionales de los actores que animan la presentación de los servicios turísticos de Cartagena. Obteniendo así su fundación el 29 de junio del mismo año en Cartagena de Indias y con personalidad jurídica como entidad sin ánimo de lucro, mixta de carácter civil.

⁴ http://www.cartagenadeindias.travel/?la=es&/corporacion-institucional_certificacion_destino-2

En sus inicios figura con una participación de siete miembros fundadores: Alcaldía de Cartagena, COTELCO, Cámara de Comercio, ASOTELCS, ANATO, Sociedad Portuaria y luego se incorporaron como miembros activos: SINGUIPROTUR, ASOCARCOCH, FENALCO, ASOJOCAN y COOTAXCONTUCAR. Los cuales conforman la Asamblea General y la Junta Directiva respectivamente.

Objetivos

- Fortalecer el posicionamiento de Cartagena de Indias como destino turístico
- Propender de Cartagena una ciudad cada vez más competitiva como destino turístico nacional e internacional
- Fortalecer la imagen institucional y los procesos de gestión de la corporación.

Principios:

- Sostenibilidad
- Eficiencia
- Equidad y equilibrio
- Disponibilidad al cambio
- Inclusión social
- Solidaridad
- Respeto a la diversidad ambiental y cultural
- valoración de la historia local
- Responsabilidad social, ambiental y económica
- Participación ciudadana y comunitaria

La organización tiene como misión:

Liderar la consolidación de Cartagena como una Sociedad turística sostenible, a través de la planeación del desarrollo turístico de la ciudad, dentro de un marco de confianza y articulación con los diferentes grupos de interés; gestionando el direccionamiento, la promoción y la competitividad de la actividad turística de la ciudad.

Como destino turístico sostenible por la generación de conocimiento y concienciación en la importancia del uso adecuado, mantenimiento y preservación de nuestro patrimonio natural, histórico y cultural, ofreciendo expresiones culturales y espacios de entretenimiento, comercio y diversión; lo cual afianza la identidad nacional y ofrece oportunidades económicas para los residentes. (Corporación Turismo Cartagena, s.f.).

Y como visión, la Corporación Turismo Cartagena, “se proyecta como la institución público privada modelo a seguir en Colombia, caracterizada por su gestión en el desarrollo de la actividad turística y el trabajo por la sostenibilidad del destino, integrando los esfuerzos de sus diferentes grupos de interés, para propiciar un beneficio económico, social, cultural y ambiental en el destino” (Corporación Turismo Cartagena, s.f.).

La organización busca lograr la estabilidad y competitividad de la ciudad, a través del fortalecimiento de la cultura ciudadana, la prevención y mejoramiento de la seguridad por medio de pedagogía y capacitación. Se mantendrá, preservará y se recuperará el patrimonio natural, histórico y cultural promocionando la participación en procesos de gestión hacia la sostenibilidad y se trabajará en la alianza interinstitucional para el mejoramiento de la ciudad como punto turístico.

El turismo como agente prioritario para el desenvolvimiento de Cartagena

Con el transcurrir de los años la actividad turística en Cartagena ha aumentado de forma indiscriminada lo que ha obligado a la alcaldía en conjunto con otras instituciones a la creación de nuevas estrategias que permitieron lograr acaparar toda la demanda existente. Se centraron en la creación de mejores tours para los turistas, mejorar la señalización turística, crear un turismo amigable con el medio ambiente y que fuera sostenible, mejorar la oferta hotelera y sobre todo crear estrategias o programar que inviten a los ciudadanos y turistas a el cuidado y conservación de los sitios turísticos y de la ciudad misma. Se podría decir que los

esfuerzos realizados han sido fructíferos así como lo muestran los siguientes datos:

- Los visitantes que llegaron a Cartagena en el 2014 gastaron alrededor de 1.023 millones de dólares, lo que corresponde a 7,3% del PIB anual del departamento de bolívar de ese tiempo
- En promedio para el 2014 se ingresaron alrededor de 2.3 billones de pesos gracias a la actividad turística,
- Según la Cámara de Comercio de Cartagena el Turismo continúa siendo el sector que genera mayores ingresos a la ciudad. En 61% creció la capacidad hotelera y en 17 % aumentó el tráfico de pasajeros internacionales por vía aérea
- Cartagena fue la segunda ciudad con más recepción de turistas de Colombia en el 2015, detrás de Bogotá y delante de Medellín.
- El aumento de recepción de turistas en el 2015 permitió que la oferta hotelera registrara un crecimiento de 40,2%, por lo que se aumentó el número de habitaciones de 8.500 a 11.917 durante 2008 a 2015, representando una mayor capacidad hotelera.
- El turismo extranjero en Cartagena continúa creciendo por encima de la tasa de crecimiento nacional. La tasa para Colombia fue de 8.2% y la de Cartagena de 11.5%
- Para el año 2013 el 81,8% de los viajeros extranjeros en Cartagena declararon que su motivo de viaje era turismo, seguido por eventos con 7% y trabajo con 4%.

Las cifras mencionadas anteriormente son un gran ejemplo de la importancia e influencia que tiene el turismo en las diferentes esferas de la ciudad, permitiendo un mejor y mayor desenvolvimiento a nivel local. Al igual que el turismo en la ciudad de Belo horizonte, el turismo en Cartagena produce diferentes tipos de desenvolvimiento como:

- **Desenvolvimiento económico:** el turismo impulsa la creación de nuevos empleos y la permanencia de muchos otros, tiene gran impacto en diferentes

sectores de la economía y sobretodo afecta de forma gradual el PIB de la ciudad y la renta de muchos hogares cartageneros. También permite que haya un mejor posicionamiento a nivel internacional de la ciudad, tanto económicamente como cultural.

- **Desarrollo sociocultural:** el auge del turismo en la ciudad ha permitido que los turistas cumplan la función de embajadores en otros países, es decir, la continua visita a la ciudad por motivos de ocio, negocio o trabajo permite que se dé a conocer nuestra cultura de forma internacional. Al mismo tiempo este auge ha influenciado a los mismos cartageneros en el sentido de que cada vez más se sienten orgullosos de su ciudad y de todas nuestras costumbres cartageneras. A través de los años se ha podido transformar la concepción que se tenía de la ciudad lo que ha ayudado a que los turistas tengan más interés en conocer nuestra historia, paisajes, religión, gastronomía y sobre todo nuestra cultura en sí.
- **Protección del medio ambiente:** el turismo en la ciudad de Cartagena ha influenciado los esfuerzos de las autoridades locales por la protección del medio ambiente, lo han hecho tanto por seguir unas cuestiones legales como también por su preocupación y amor por la naturaleza. Es obligación de las entidades turísticas cuidar y velar por la conservación de todas las situaciones turísticas a través de un turismo que combata la contaminación provocada por la misma, evitando actividades que puedan contaminar e integrando el desarrollo del turismo con el medio en el que se desarrolla. Las entidades han trabajado en la conservación de los sitios y han creado estrategias que incite a los mismos ciudadanos a cuidar su ciudad.
- **Creación de una identidad:** aunque existe grandes brechas sociales y económicas en la ciudad de Cartagena hay aspectos que permiten que se sientan como una sola comunidad, tales como: la gastronomía local, la música, los bailes, las costumbres tradicionales de la ciudad, entre otras. Lo anterior ha

permitido que poco a poco se haya ido creando una identidad cultural en la ciudad, la cual a través del turismo se fortalece ya que es la que damos a conocer a todos los turistas tanto nacionales como internacionales que llegan a la ciudad.

Son grandes los beneficios que trae el turismo a la ciudad de Cartagena en muchas áreas como la económica y la cultural, pero eso no implica que hayan grandes transformaciones que beneficien a los ciudadanos en general. Aunque el turismo ha crecido en alto grado en Cartagena hay un poco de incertidumbre con el destino que tiene el dinero que le entra a la ciudad, debido a muchas cifras que refleja el bajo nivel de vida que tienen los ciudadanos y los bajos niveles de bienestar que tiene. Es muy decepcionante que se conozca a Cartagena como la ciudad en auge de Colombia pero que debajo de eso se encuentre con una informalidad laboral enorme de 55,3% frente a 48,1% del promedio de las otras 13 ciudades más importantes del país. El crecimiento de los precios de la canasta familiar fue superior al experimentado a nivel nacional, registrando una inflación de 7,39%, superior en 3,85 puntos porcentuales a la inflación registrada en la ciudad en el 2014 (3,54%). Aunque las instituciones se esfuerzan por desarrollar un turismo responsables aún son grandes los riesgos ambientales en toda Cartagena, en el que el 20% de los ciudadanos se ven afectados por el aumento del nivel del mar, y las inundaciones afectan el 26% de las viviendas, siendo los más afectados los estratos más bajos.

Cartagena es el típico caso en el que el crecimiento económico no significa bienestar social, por tanto es indispensable que termine toda esa dinámica de corrupción y clientelismo presente en la ciudad. Por tanto, el hecho de que el crecimiento del turismo haya sido muy elevado, donde la llegada de pasajeros nacionales y extranjeros creció 113 por ciento entre 2009 y 2014, implica que haya una mejora en la destinación de recursos generados por la actividad turística, que no se beneficie a grupos y empresas en específico sino que haya un beneficio social general, ya que los recursos de esta actividad se generan gracias a la ciudad que es de todos y a partir del trabajo de los mismo cartageneros.

Comparación entre las organizaciones

Para realizar la comparación entre las dos organizaciones tendremos en cuenta distintos aspectos como el tiempo de antigüedad que tiene cada una, el sitio web que tienen y la importancia que tiene la buena estructuración de tal sitio web ya que este le facilita al turista moverse dentro de la ciudad y tener conocimiento de los sitios de su interés. También se tiene en cuenta lo que es el carácter igualitario e inclusivo que tienen ambas entidades al momento de crear e implementar las distintas estrategias turísticas, la continuidad con la que realizan actividades innovadoras, y sobre todo se tendrá en cuenta la diversidad de oferta que tienen las entidades y que estas al mismo tiempo abarquen la mayor cantidad de población posible. Un aspecto importante a comparar va a ser el de las condiciones en las que se encuentran los sitios turísticos en ambas ciudades y la actitud que adoptan las entidades frente a tal situación y cómo influye el aspecto cultural en el desempeño de la actividad turística.

Esta comparación se realizará con el fin de tener un panorama amplio en el que se pueda caracterizar las dos organizaciones, es decir, que se pueda observar los aspectos que tenga una organización que le falte a la otra, y ver aspectos que tengan en común ambas organizaciones y poder analizar qué tan desarrollada tienen esas características. A través de la comparación también se podrá analizar y entender el rendimiento y desarrollo que tienen cada entidad para así poder comprender un poco por qué actúan de determinada manera y poder identificar cuáles serían algunas de los aspectos a mejorar que permitan que sus estrategias sean más efectivas.

La principal comparación que se puede destacar entre ambas organizaciones es el tiempo de existencia que estas tienen, Belotur fue creada en agosto de 1980 y Corpoturismo en junio de 2001. Este aspecto de cierta forma es determinante ya que puede llegar a influir en el tipo de proyectos que formulen y la efectividad que estos van a tener en la ciudad. En comparación con Belotur, Corpoturismo es una organización muy reciente y joven, lo cual hace que tenga menos experiencia en el desarrollo y potencialización del turismo en la ciudad de Cartagena.

También tienen un gran desafío que es el crecimiento acelerado que ha tenido la actividad turística de la ciudad en los últimos años, lo que de una manera u otra los ha obligado a crear, a implementar y mejorar de forma rápida las rutas turísticas y las actividades culturales que tiene para ofrecer la ciudad.

Ambas organización gozan con su respectivo sitio web oficial, en el cual exponen los distintos sitios turísticos de las ciudades, los diferentes tours que puede realizar el turista, la zona hotelera de la ciudad, descripción de la comida de la región y las zonas donde pueden disfrutar de la gastronomía local. Aunque las dos organizaciones tienen componentes similares, cabe resaltar que la página web oficial de Belotur es más completa y consta de una gran estructuración.

Si bien el sitio web de Corpoturismo alberga los principales lugares turísticos de la ciudad, también podrían agregar lugares no tan populares que pueden llamar la atención de los turistas tanto locales como a los extranjeros. A contrario de ellos Belotur incluye una gran variedad de sitios desde los más famosos y populares hasta los pequeños parques que alimentan la cultura de la ciudad, al igual que las plazas, centros comerciales, la multiplicidad de iglesias, la arquitectura innovadora e histórica de la ciudad, los espacios para crear y disfrutar de la música, las distintas actividades deportivas, cines y lugares que se encuentran en torno a la ciudad en las que el turista puede tener una gran experiencia, conocer y disfrutar de lugares tranquilos y naturales, y sobretodo conocer lugares históricos y llamativos fuera de las áreas urbanas de la ciudad.

El sitio web de Belotur tiene una sección especial destinada solamente a la población LGBT de la ciudad, y también para los turistas. Esta sección fue creada ya que Belo Horizonte es considerada como “una de las principales capitales del país que promueven durante todo el año diversos eventos para todos los géneros y varias iniciativas contra cualquier tipo de prejuicio o discriminación” (Belotur, s.f.). Debido a la diversidad cultural de la ciudad se realizan fiestas dirigidas especialmente al público LGBT y a sus simpatizantes, un ejemplo es el Desfile del Orgullo LGBT al cual asisten millares de personas. También hay una gran oferta para esta población en cuanto a lugares nocturnos los cuales ofrecen demostraciones artísticas, performances, distintos tipos de shows, y los espacios para tomar, bailar y conversar con las personas. Estos tipos de espacios son indispensables en las políticas o proyectos turísticos ya que son ejemplos de inclusión social y de igualdad en la sociedad, al mismo tiempo es importante destacar que tales espacios y oportunidades de ocio no solo van dirigidos a los belo-horizontinos sino también para los turistas extranjeros y locales.

Otro aspecto a resaltar de la página web de Belotur es el espacio llamado “BH Gratis”, en el cual hay un calendario de toda la oferta gratis que hay en la ciudad. Esta oferta es dirigida a todo tipo de público, y sobre todo a todo tipo de intereses ya sea artístico, musical, deportivo, cine y teatro, gastronomía, literatura, moda, ferias, entre otras.

También hay una oferta dirigida especialmente para los niños y niñas de la ciudad, la cual abarca actividades que pueden disfrutar junto a sus padres, las cuales son de diferentes tipos, es decir, deportivas, literarias, música, diversidad de parques al aire libre con distintas zonas y aparatos de juego, obras teatrales, lectura de libros, narraciones de historia, y dibujo.

Lo dicho anteriormente refleja el carácter incluyente e igualitario al que le apunta Belotur en sus políticas y en sus distintos proyectos. La organización siempre se encuentra en la constante creación de actividades y eventos que motiven e inciten

a la participación conjunta de los ciudadanos y de los turistas con el fin de que haya integración entre todos y se creen ambientes agradables y de comunidad.

Una de las estrategias que la organización ha estado llevando a cabo es la creación de tales actividades pero que tengan bajos costos para la población con el fin que no hayan obstáculos que dificulten o impidan la participación en ellos, al mismo tiempo tratan de explotar al máximo las áreas naturales que se encuentran en la ciudad con el fin de que haya un contacto directo con la naturaleza y se cree sentido de pertenencia por la ciudad. Con los lugares arquitectónicos, museos, mercados, parques, ente otros, también los dejan con precios accesibles o totalmente gratis en su mayoría para que haya una total apropiación y disfrute de la cultura de la ciudad.

Un aspecto fundamental de las actividades y eventos creados por Belotur es la continuidad con la que los realizan y la permanencia que estos tienen. Lo que quiere decir lo anterior es que ellos no solo realizan tales actividades por fechas especiales o por periodos cortos sino que intentan que los distintos eventos perduren por los años o sino que periódicamente se creen diferentes tipos de eventos para que así la ciudadanía sienta que si se piensa en ellos y que se busca su bienestar.

Si bien el trabajo emprendido por la Corporación de turismo de Cartagena ha ido mejorando poco a poco a través de los años, aún le falta llevar a cabo aspectos que son primordiales para que el turismo logre alcanzar una mejor calidad. Entre algunos de esos aspectos podemos encontrar la continuidad o la frecuencia con la que se realizan eventos o actividades gratuitas para los ciudadanos. Ese aspecto es importante ya que al vivir en una ciudad con niveles de desigualdad y de pobreza tan elevados no todas las personas tienen la capacidad monetaria para disfrutar plenamente de todos los sitios turísticos de la ciudad, y también porque esos de cierta forma hace que el cartagenero se vuelva un turista dentro de su ciudad y así poder ir construyendo lazos de pertenencia, de identificación y de amor por la misma ciudad.

Así mismo la corporación de turismo debe apuntar a establecer una continuidad de sus actividades, es decir, que creen eventos de forma más continua para que así se cree de forma más rápida un apego y una apropiación a la cultura Cartagena por parte de los mismos ciudadanos y por los turistas locales y extranjeros. Esos eventos no se deben remitir simplemente a fechas especiales o conmemorativas de la ciudad sino que sean semanales o mensuales, o que simplemente los manejen por periodos pero que sean un poco extensos, al mismo tiempo pensando tanto en la rentabilidad de las instituciones involucradas en los eventos como en los ciudadanos y turistas que vayan a asistir a ellos.

Partiendo de lo anterior es indispensable que creen actividades o políticas completamente incluyente y sin carácter discriminatorio. Al ser Cartagena una ciudad con amplias brechas sociales se puede observar cómo están diferenciados o seccionados los sitios turísticos, es decir hay lugares a los que solo asisten personas con alta capacidad adquisitiva mientras que vemos que hay otros sitios a los que solo va la gente común ya que esos son de bajos costos. Por tanto deben crear estrategias que permitan la unificación de toda la población y que se abarque a la mayor parte de ella, es decir niños y niñas, adolescentes, jóvenes y adultos, y principalmente a la población LGBT, discapacitados y al adulto mayor ya que estos grupos poblacionales son los que principalmente se encuentran con grandes obstáculos que impiden el goce pleno de su tiempo de ocio ya que se enfrentan a barreras y a prejuicios sociales, también a obstáculos materiales como falta de rampas para algunos discapacitados o zonas de difícil acceso para el adulto mayor, o simplemente a que no hay eventos o actividades que sean adecuados para ellos.

Durante la realización de mi voluntariado pude visitar múltiples sitios turísticos de la ciudad de Belo horizonte, gracias tanto a mi condición de turista como a mi condición de voluntaria en la oficina de turismo, pude observar el estado y las condiciones en las que se encuentran los sitios turísticos de la ciudad, tanto los parques naturales como los museos, teatros, complejos históricos, entre otros y es

notorio el casi perfecto estado en el que se encuentran gracias a las direcciones que se les da a los usuarios que quiere hacer uso o ingresar a los distintos sitios. Lo anterior lo han logrado en trabajo conjunto de la Belotur, las distintas entidades que se mueven en el campo turístico y la presencia de la fuerza policial. Pero sobretodo lo han logrado gracias a la colaboración de la ciudadanía ya que a través de todas las capacitaciones y actividades que se han llevado a cabo se ha creado sentido de pertenencia y de respeto por la ciudad, han logrado que los ciudadanos se sientan orgullos de su ciudad y que los turistas se lleven la mejor y la más grata experiencia.

Sin embargo, en la ciudad de Cartagena no se aprecia lo mismo, muchos de los sitios turísticos se encuentran en gran deterioro ya que han tenido un abandono por parte de las autoridades locales encargadas de su mantenimiento. Al mismo tiempo se lucha con la falta de cultura y de civismo por parte de los mismos habitantes de la ciudad ya que hacen muy mal uso de los sitios, ya sea arrojando basura en ellos o realizando sus necesidades fisiológicas (como es en el caso de las murallas). Esto es uno de los grandes desafíos a los que se enfrenta la Corporación de turismo ya que al ser ellos los principales responsables del desenvolvimiento turístico de la ciudad deben garantizar que este mismo sea de gran calidad y no solo de gran cantidad.

Si bien la corporación es la encargada de las estrategias y de los eventos turísticos, ella trabaja inicialmente con lo que ofrece la ciudad en sí. La naturaleza y las zonas verdes son los principales escenarios a partir de los cuales se va a desarrollar y a construir espacios destinados a la acción turística, pero en la ciudad de Cartagena hay un gran problema frente a esto ya que no goza con amplias zonas verdes en las que pueda haber recreación y en las que se pueda llevar a cabo actividades para los ciudadanos. El panorama ante esto ha ido avanzando a través de los años pero aún sigue mostrando la ineficiencia por parte de las entidades locales para solucionarlas, aunque se establezca un presupuesto para realizarlo.

Algunas cifras arrojan datos de cómo se encuentra actualmente la situación sobre los aspectos mencionados anteriormente. El informe de resultados sobre la encuesta de percepción ciudadana realizado por Cartagena Cómo Vamos nos muestra algunos datos importantes a considerar como⁵:

- En 2014 había un árbol por cada 17 habitantes, aproximadamente 57.000 árboles en el área urbana
- En el año 2015 no se cuantificó el total de árboles en la ciudad de Cartagena
- En el 2015 hubieron 12.127 árboles sembrados/ recompensados por la zona industrial de mamonal y bocagrande (oceanis)
- Satisfacción con parques y zonas verdes en el año 2016: 2012 fue de 18%, 2013 fue de 23%, 2014 fue de 21%, 2015 fue de 17% y para el 2016 fue de 29%. El porcentaje de satisfacción en los estratos 1 y 2 fue de 23%, estratos 3 y 4 fue 31%, y en los estratos 5 y 6 fue de 76%.
- Satisfacción con la cantidad de árboles para el año 2016 es de: 39% insatisfechos y 34% satisfechos
- Satisfacción con la actividad (oferta) cultural que hay en la ciudad: 2014 fue de 48%, en 2015 fue de 41%, y en el 2016 fue de 55%
- Satisfacción con la actividad (oferta) recreativa y deportiva que hay en la ciudad: en el 2014 fue de 49%, en el 2015 fue de 42% y en el 2016 fue de 56%

Los datos mostrados anteriormente muestran la situación crítica en la que se encuentra la ciudad, la escases de árboles plantados, la baja satisfacción que tienen los ciudadanos con los parques y zonas verdes de la ciudad, y sobre todo plasma como hay un alto grado de desigualdad como se puede observar en como los estratos altos tienen un alto porcentaje de satisfacción, lo cual muestra como hay una mayor inversión o preocupación por las entidades en estas zonas mientras que en los estratos más bajos hay menos inversión o poco mantenimiento de parques y zonas verdes.

En cuanto a la satisfacción con la actividad cultural, la oferta recreativa y deportiva se puede observar que no es tan baja, sin embargo no son indicadores lo

⁵ Cartagena Cómo vamos. 2016. Resultados encuesta de percepción ciudadana.

suficientemente satisfactorios a nivel general, por tanto ahí es donde debe entrar a actuar la corporación de turismo en conjunto con alcaldía e instituciones adjuntas encargadas ya que ellas deben hacer que los espacios de ocio y de recreación de los ciudadanos se desarrollen plenamente y no solamente preocuparse por el disfrute de turistas extranjeros.

La existencia de una entidad turística constituida y totalmente estructurada influye en el desarrollo y comportamiento del turismo en una ciudad, así como se puede observar en el caso de Belotur que al ser parte de toda una línea de política pública tiene mayores responsabilidades y debe velar por que haya una actividad turística apropiada en la ciudad. En el caso de la ciudad de Cartagena no hay una entidad o secretaria que se encargue de regular toda la actividad turística lo que ha reflejado las grandes falencias que existe en el turismo de la ciudad. A través de los años el turismo ha aumentado indiscriminadamente y los esfuerzos por las distintas organizaciones y corporaciones turísticas no han sido suficiente para satisfacer la demanda existente y mucho menos se ha mejorado en la calidad de las ofertas turísticas.

Una de las grandes deficiencias del sector turístico de la ciudad es que no se ha creado una secretaria de turismo que permita una mejor regulación de la actividad. Pocos indicios hay sobre los esfuerzos para crear una, sin embargo en 2015 el concejal Cesar Pion expuso en el I Foro de Turismo convocado por el Concejo Distrital de Cartagena la necesidad de crear una Secretaria de Turismo y en el 2017 bajo el breve posicionamiento del alcalde Sergio Londoño también anuncio la creación de la Secretaria de Turismo ante el concejo distrital con el fin de hacer un control a la prestación de este servicio ya que se encuentran en total desorden y desorganización, y al mismo tiempo unir el turismo con la cultural para así darle un giro total a la actividad turística. Si bien el alcalde anuncio la creación con el cambio de mandato al anterior alcalde Manolo Duque, la medida quedo en el aire y no hay seguridad si se llevara a cabo.

La situación actual del turismo en la ciudad es un poco preocupante ya que goza de poco control a los prestadores de servicios, hay mucha ilegitimidad y demasiados abusos, por tanto es necesario una secretaria que controle todo este sector.

Conclusión

No cabe duda que la actividad turística es un agente influyente en el desenvolvimiento de las ciudades, claramente no es el único ya que esta debe pertenecer a un conjunto de políticas emprendidas por parte de las alcaldías locales. El turismo ha obtenido auge a través de los años trayendo consigo desenvolvimiento económico y sociocultural, mayor preocupación por la protección del medio ambiente, concientización de las comunidades, creación de una identidad compartida, y promoción de un turismo sostenible.

Ambas organizaciones turistas tienen un gran papel dentro de las dinámicas económicas, culturales y sociales de la ciudad en donde se encuentran, ambas gozan con gran solidez y le apuntan a que su ciudad logre un mayor posicionamiento a nivel nacional e internacional. La organización de Belotur consta de una mayor estructuración gracias a que tiene más años de existencia y de creación de estrategias, las cuales han permitido que el turismo en Belo horizonte sea de una alta calidad ya que es de carácter incluyente, con fácil acceso para todas las personas, excelente estado de sus sitios turísticos y han logrado que los mismos belo-horizontinos sientan amor y propiedad por su ciudad.

El turismo es una actividad fundamental para el desenvolvimiento de la ciudad de Belo Horizonte, ya que es una ciudad centralizada en la oferta de servicios, eventos, cultura y ocio. Por tanto una forma de posicionarse a nivel internacional y local es renovando regularmente sus ofertas turísticas o por lo menos renovando o introduciendo nuevos productos. Por eso las acciones realizadas por BELOTUR son importantes, ya que generan modernismo y desenvolvimiento en la ciudad.

Por otro lado, Corpoturismo goza también de una gran estructura y de estrategias que permiten que el turismo en la ciudad vaya tomando mayor auge. En los últimos años le han apuntado a crear un turismo amigable con el medio ambiente, recuperación de los antiguos sitios turísticos, a la capacitación de los ciudadanos y a la mejora de las señales y puntos turísticos de la ciudad. Aunque el esfuerzo que han hecho es arduo aún les falta lograrlo con mayor efectividad. Hay varios puntos en los que deben crear mejores estrategias como: la continuidad y permanencia de eventos y actividades gratis para los ciudadanos, mejorar la oferta turística para la población discapacitada, LGBT y para el adulto mayor, y a su vez crear garantías que permiten el pleno acceso y disfrute de tales actividades.

El crecimiento económico en Cartagena ha aumentado en gran magnitud y la actividad turística ha influido en un alto grado. Sin embargo, ese crecimiento no se ha visto reflejado en el bienestar de la población, los índices de pobreza son altos, las desigualdades sociales son grandes, la informalidad laboral está muy presente y hay una alta vulnerabilidad de los hogares en los estratos más bajos. Si bien la causa de esto es mas de carácter político, también a través del turismo se debería luchar con ello ya que son grande generadores de ingresos y deberían responder a los ciudadanos debido a que se explota el potencial que tiene la ciudad y se usa a sus ciudadanos como agente potencializadores y ejecutores del turismo cartagenero.

Referencias bibliográficas

- Alcaaldia de Belo Horizonte. (2011). DECRETO Nº 14.657, DE 21 DE NOVIEMBRE.
- Aguilar, C. & Lima, M. (2009). ¿Qué son y para qué sirven las Políticas Públicas?
- BELOTUR. (2016). Procedimento de Manifestação de Interesse – PMI.
- Corpoturismo. Sin fecha. Recuperado de <http://www.cartagenadeindias.travel/?la=es&/corporacion-institucional>
- Caballero, C. (27 de febrero de 2017).Cartagena o la vergüenza social y ambiental del país. El Tiempo. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/a-pesar-del-auge-turistico-en-cartagena-no-hay-mejora-en-el-bienestar-social-62186>
- Crosby, A. & Moreda, A. (1996). Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales.
- Diretoria de Economia Criativa de Desenvolvimento Turístico. (2016). Plano de sensibilização e conscientização para o turismo BH VAI ATÉ VOCÊ.
- Nogueira, M. G. (1987). O papel do turismo no desenvolvimento econômico e social do brasil. Revista Administração publica.

- Secretaria Municipal Regional Pampulha. SF. Pampulha: marco del modernismo e inicio del arquitecto Niemeyer. Recuperado de <http://www.roteirosdebh.com.br/roteiro/pampulha-marco-do-modernismo-o-inicio-de-niemeyer/>
- Portafolio. (2015). Turismo impacta el PIB en Cartagena de Indias. Recuperado de <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/turismo-impacta-pib-cartagena-indias-23334>
- Sistema de Información Turística de Cartagena. (2014). Indicadores Turísticos a abril de 2014.

Anexos

- **Bus Retro turístico:** Pampulha Retro Tour va presentar los atractivos de la região



Fuente: Tomada de <http://www.belohorizonte.mg.gov.br/sala-de-imprensa/noticia/belotur-lanca-o-pampulha-retro-tour>

- **Complejo de Pampulha: Casa de Baile e Iglesia San Francisco de Asís**



Fuente: Tomado de <http://www.roteirosdebh.com.br/?id=62#Ink-roteiro>