

**INCIDENCIAS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC) ENTRE ESTADOS
UNIDOS Y COLOMBIA EN EL TURISMO DE CARTAGENA DE INDIAS,
DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL.**

**Angélica María Ramírez Tapia.
David Fernando Urrego Domínguez.**

**Asesor:
Henry Valle Benedetti.**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS**

**INCIDENCIAS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC) ENTRE ESTADOS
UNIDOS Y COLOMBIA EN EL TURISMO DE CARTAGENA DE INDIAS,
DISTRITO TURISTICO Y CULTURAL.**

**Angélica María Ramírez Tapia.
David Fernando Urrego Domínguez.**

**Tesis de Grado para Optar por el Título de Profesional en Finanzas y
Negocios Internacionales**

**Asesor:
Henry Valle Benedetti.**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
CARTAGENA DE INDIAS**

RESUMEN

1. TITULO:

Incidencias del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Colombia en el Turismo de Cartagena de Indias, Distrito Turístico y Cultural.

2. AUTORES

Angélica Ramírez Tapia

David Urrego Domínguez

3. OBJETIVO GENERAL

Determinar las incidencias que tendrá el tratado de libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el sector turístico de Cartagena de Indias.

4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Describir el desarrollo del sector turístico de Cartagena y su importancia para la economía de la ciudad en el periodo comprendido entre 1999 y 2004
- ❖ Analizar los asuntos negociados en el Tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia que se van a tener en cuenta para llevarlo a cabo relacionados con el turismo de Cartagena.
- ❖ Analizar la capacidad de asumir los parámetros de los servicios transfronterizos estipulados en el TLC entre Colombia y Estados Unidos.

- ❖ Determinar las ventajas y desventajas que trae para la ciudad la puesta en marcha de un TLC y sus regulaciones e implicaciones en el turismo.

5. SINTESIS DE METODOLOGIA

Para cumplir con los objetivos propuestos partimos de un análisis descriptivo desarrollado en tres partes, la primera esta relacionada con el desarrollo de la actividad turística en la ciudad tomando como referencia el periodo de 1994-2004, en la segunda parte tratamos todo lo relacionado con los aspectos del tratado de libre comercio TLC entre Colombia y Estados Unidos, haciendo énfasis en la parte de los servicios transfronterizos relacionados con el desarrollo del turismo, y en la ultima parte un análisis actual del sector en general y de proyectos de mejoramiento de la competitividad turística que se están desarrollando en la ciudad y a su vez las posibles incidencias que tendrá el sector turístico de Cartagena de indias, como consecuencia de la negociación del tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos.

6. SINTESIS DE RESULTADOS

Para obtener estos resultados se consulto investigaciones y documentos relacionados con el turismo proporcionados por la cámara de comercio, el observatorio del caribe Colombiano, también por entrevistas realizadas a funcionarios de la corporación turismo de Cartagena, COTELCO, ASOTELCA, y al señor Luís Fernando López coordinador del programa “Sociedad civil y TLC” para

el departamento de Bolívar, a su vez se consultaron documentos y publicaciones en Internet en la página del ministerio de comercio, industria y turismo, planeación nacional, IDEAM, etc.

Con las bases de la metodología planteadas anteriormente, se desarrolló el trabajo de la siguiente forma:

En el primer capítulo tratamos aspectos generales relacionados con el sector turístico de Cartagena, su evolución a través de los años, su oferta turística, y su aporte a la economía local se toma como referencia los años de 1994 al 2004, destacándose periodos de ascenso y descenso en la ocupación hotelera (una de las principales variables para medir el sector en general) como consecuencia del conflicto interno que ha vivido el país en los últimos años; en el segundo capítulo se analizan los temas de negociación incluidos en el tratado de libre comercio que busca firmar Colombia y Estados Unidos, se manejan estos temas de forma general haciéndose énfasis el tema de los servicios transfronterizos debido a que este abarca lo relacionado con el turismo, y para finalizar el tercer capítulo abarca la descripción de la infraestructura turística actual como factor de competitividad y se resaltan las debilidades y fortalezas en una matriz DOFA, también se contemplan los proyectos que se están liderando para combatir estas debilidades en competitividad, pasado se establecen las posibles incidencias que el TLC sobre el sector turístico de Cartagena de Indias.

7. ASESOR DE TRABAJO DE GRADO: Henry Valle Benedetti.

CONTENIDO

| | Pagina |
|---|----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 0 ANTEPROYECTO DE INVESTIGACION | 4 |
| 0.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. | 4 |
| 0.1.1 PLANTEAMIENT DEL PROBLEMA. | 4 |
| 0.1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA. | 8 |
| 0.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN. | 9 |
| 0.2.1 OBJETIVO GENERAL. | 9 |
| 0.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS. | 9 |
| 0.3 JUSTIFICACIÓN. | 10 |
| 0.4 MARCO REFERENCIAL. | 12 |
| 0.4.1 MARCO TEÓRICO. | 12 |
| 0.4.2 MARCO CONCEPTUAL. | 16 |
| 0.5 DISEÑO METODOLÓGICO. | 18 |
| 0.5.1 METODOLOGÍA. | 18 |
| 0.5.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES. | 20 |

| | |
|---|-----------|
| 1. GENERALIDADES DEL SECTOR TURISTICO DE CARTAGENA DE INDIAS. | 22 |
| 1.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS DE CARTAGENA | 23 |
| 1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE CARTAGENA DE INDIAS | 25 |
| 1.3 INICIOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD | 28 |
| 1.3.1 Oferta Turística de La Ciudad | 32 |
| 1.4 OFERTA y DEMANDA HOTELERA, TURISMO EXTRANJERO E INTERNO Y SU APOORTE A LA ECONOMIA 1994 – 2004. | 36 |
| 1.5 MOVIMIENTO DE TURISTAS VIA AEREA Y DE CRUCEROS | 42 |
| 1.5.1 Turismo de Cruceros | 42 |
| 1.5.2 Turismo Aéreo | 45 |
| 1.5.2.1 Turistas Extranjeros | 45 |
| 1.5.2.2 Turistas Nacionales | 46 |
| 1.6 EMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO | 48 |
| 1.7 EL APOORTE DEL SECTOR TURÍSTICO AL PIB DE CARTAGENA | 50 |
| 2. ASPECTOS GENERALES DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS. | 53 |
| 2.1 ANTECEDENTES | 54 |
| 2.2 ¿POR QUE UN TLC CON ESTADOS UNIDOS? | 55 |
| 2.3 OBJETIVOS DE COLOMBIA CON EL TLC | 58 |
| 2.4 TEMAS DE NEGOCIACION | 60 |
| 2.4.1 Agricultura | 64 |

| | |
|---|----|
| 2.4.2 Bienes Industriales | 64 |
| 2.4.3 Textiles y Confecciones | 64 |
| 2.4.4 Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) | 65 |
| 2.4.5 Procedimientos Aduaneros | 65 |
| 2.4.6 Defensa Comercial (Salvaguardias) | 66 |
| 2.4.7 Reglas/Normas de Origen | 67 |
| 2.4.8 Compras del Sector Público | 67 |
| 2.4.9 Inversión | 68 |
| 2.4.10 Propiedad Intelectual | 68 |
| 2.4.11 Asuntos Ambientales | 69 |
| 2.4.12 Asuntos Laborales | 69 |
| 2.4.13 Política de Competencia | 69 |
| 2.4.14 Asuntos Institucionales | 70 |
| 2.4.15 Solución de Controversias | 70 |
| 2.4.16 Cooperación | 70 |
| 2.4.17 Servicios | 71 |
| 2.4.17.1 Servicios Financieros | 72 |
| 2.4.17.2 Telecomunicaciones | 72 |
| 2.4.17.3 Comercio electrónico | 73 |
| 2.4.17.4 Servicios transfronterizos | 73 |
| 2.5 RONDAS DE NEGOCIACION | 76 |

| | |
|---|-----------|
| 3. EL SECTOR TURISTICO FRENTE AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO | 78 |
| 3.1 LO BUENO DEL TURISMO EN EL 2004 Y 2005 | 80 |
| 3.2 INFRAESTRUCTURA TURISTICA | 83 |
| 3.3 COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO COMO DESTINO Y PRODUCTO | 85 |
| 3.4 TLC Y TURISMO | 90 |
| 3.4.1 POSIBLES INCIDENCIAS DEL TLC EN EL SECTOR TURISMO | 91 |
| 4. CONCLUSIONES | 96 |
| Bibliografía | |
| Anexos | |

LISTA DE GRAFICOS

| | Pág. |
|--|------|
| GRAFICO 1. PORCENTAJE DE OCUPACION HOTELERA DE CARTAGENA (1990-2002). | 37 |
| GRAFICO 2. CARTAGENA. OCUPACION HOTELERA, 1999-2004. | 39 |
| GRAFICO 3. CARTAGENA, PORCENTAJE OCUPACION HOTELERA (COTELCO).PROMEDIO SEMESTRAL, 1999-2004. | 40 |
| GRÁFICO 4. CARTAGENA. TURISMO DE CRUCEROS; NÚMERO DE VISITANTES 1999-2004. | 43 |
| GRAFICO 5. CARTAGENA. TURISMO DE CRUCEROS; NÚMERO DE PASAJEROS LLEGADOS 1999-2004. | 44 |
| GRAFICO 6. TURISTAS EXTRANJEROS LLEGADOS A CARTAGENA POR VIA AEREA (1990-2002). | 45 |
| GRAFICO 7. PASAJEROS NACIONALES LLEGADOS POR AEROPUERTO (1990-2002). | 46 |

GRAFICO 8. ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO NEGOCIADOR. 61

**GRAFICO 9. MESAS DE NEGOCIACION DEL TLC DE COLOMBIA CON
ESTADOS UNIDOS.** 63

LISTA DE TABLAS

| | Pág. |
|--|------|
| TABLA 1. CRECIMIENTO OFERTA HOTELERA. | 30 |
| TABLA 2. ESTRUCTURA DE EMPRESAS QUE CONFORMAN EL SECTOR TURISTICO DE CARTAGENA. | 49 |
| TABLA 3. DESEMPEÑO Y PARTICIPACIÓN DEL VALOR AGREGADO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y EL PIB DE CARTAGENA (1990-2001). | 51 |
| TABLA 4. RONDAS DE NEGOCIACION. | 77 |
| TABLA 5. OCUPACIÓN HOTELERA 1ER SEMESTRE 2003-2004-2005. | 82 |
| TABLA 6. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS PUBLICOS Y TRANSPORTE URBANO. | 86 |
| TABLA 7. ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS. | 87 |
| TABLA 8. PROMOCION. | 87 |

| | |
|--|----|
| TABLA 9. PRINCIPALES AMENAZAS TENIENDO EN LA CUENTA LA COMPETENCIA Y LA TENDENCIA DEL MERCADO. | 88 |
| TABLA 10 . CHILE. TURISTAS EXTRANJEROS ENTRADOS SEGÚN NACIONALIDAD. | 84 |
| TABLA 11. NUMERO DE VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO. | 86 |

LISTA DE ANEXOS

| | Pág. |
|--|------|
| ANEXO A. TURISTAS EXTRANJEROS LLEGADOS A CARTAGENA POR REGION DE PROCEDENCIA EN EL PERIODO 1976-1996. | 107 |
| ANEXO B. REGION DE PROCEDENCIA DEL TURISTA EXTRANJERO EN EL PERIODO 1990-2002. | 108 |
| ANEXO C. EVOLUCION OFERTA HOTELERA 1989-2002. | 109 |
| ANEXO D. PARTICIPACION TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS EN LA OCUPACION HOTELERA (1989-2001). | 110 |
| ANEXO E. CRECIMIENTO DEL VALOR AGREGADO DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS DE CARTAGENA (1991-2001). | 111 |
| ANEXO F. SUBSECTORES ACTIVIDAD TURISTICA DE CARTAGENA- Octubre de 2004 | 112 |
| ANEXO G. EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR PAISES GENERAL. | 113 |

INTRODUCCION

Cartagena de Indias es una ciudad que posee condiciones y características favorables para el desarrollo de la actividad turística, es por esto que es reconocida a nivel nacional e internacional como la ciudad de Colombia con mayor auge, debido a su estratégica posición geográfica, la conservación de los recursos naturales y por contar con un atractivo modelo histórico, cultural y patrimonial que revelan un gran pasado.

Además, esta ciudad se ha convertido en centro de negocios y eventos, acogiendo una gran cantidad de visitantes procedentes de distintas partes del mundo, los cuales se convierten en demandantes de los diferentes servicios turísticos que ofrece Cartagena; entre estos se destacan: hoteles, restaurantes, casinos, bares, transporte de turismo, agencias de viajes, joyerías, artesanías y una infraestructura colonial (murallas, baluartes, castillos, bóvedas, palacios, conventos, iglesias, museos, monumentos, plazas) que llama mucho la atención por la historia plasmada en esta.

En la actualidad, Colombia se encuentra en proceso de negociación de un Tratado de libre comercio con Estados Unidos, en el cual se incluyen temas como: acceso a mercados, agricultura, ambientales, institucionales, laborales, políticas de

competencia, compras al sector público, cooperación-fortalecimiento de la capacidad comercial, defensa comercial, inversión, medidas sanitarias y fitosanitarias, propiedad intelectual, servicios financieros, servicios transfronterizos, servicios telecomunicaciones, solución de controversias.

El principal objetivo al momento de negociar un tratado de libre comercio es proveer un entorno estable o con niveles o barreras muy bajas para el comercio y la inversión, y de esta forma garantizar el acceso de los productos y servicios del país a los mercados externos. Al ser aprovechado por los empresarios nacionales, permite que la economía del país crezca, aumente la comercialización de productos nacionales, se genere más empleo, se modernice el aparato productivo, mejore el bienestar de la población y, adicionalmente, se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y extranjeros¹.

Este acuerdo de libre comercio incidirá de manera directa e indirecta en distintos sectores de la economía del país. Uno de estos sectores que seguramente se verá afectado es el turístico, siendo uno de los más importantes en materia económica en la región caribe, y un pilar fundamental en la economía de la ciudad de Cartagena de Indias.

Por esto, esta investigación será basada en las posibles causas que conlleva para el turismo de Cartagena de Indias, la firma de un tratado de libre comercio con los

¹ Las 100 preguntas del TLC. Ministerio de comercio, industria y turismo.

Estados Unidos; en el primer capítulo se analizó la importancia del turismo para Cartagena en los últimos años teniendo en cuenta factores como: el empleo, empresas del sector, el PIB, desplazamientos de turistas; en el segundo capítulo se estudió la negociación del Tratado de libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos haciendo énfasis en los objetivos de que se buscan por medio de esta y además, en los servicios transfronterizos; y por último en el tercer capítulo se examinó la infraestructura turística de Cartagena, la competitividad de Cartagena como destino y producto, y se plasmaron las posibles incidencias que tendrá el TLC en el sector turístico de la ciudad.

0.1 PLANTEAMIENTO Y FORMULACION DEL PROBLEMA

0.1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo, llamado también “la industria sin chimeneas”, es un factor importante en el desarrollo de un país, y más, si al momento de hablar nos referimos a Cartagena, en donde la prestación de servicios turísticos y del turismo en general, son claves para el desarrollo de la economía de la ciudad.

Como actividad conjunta, el turismo esta compuesto por hoteles, restaurantes, bares, servicios de transporte turístico, agencias de viaje, casinos, joyerías, artesanías, y últimamente se esta dando un auge de los tours ecológicos los cuales son de mucho interés para los turistas extranjeros que visitan la ciudad “la cueva del manglar” y “villa babilla” son de los pocos sitios que muestran un ambiente natural único que posee la ciudad², siendo el subsector hotelero el mas representativo en la actividad económica, seguido por los restaurantes, agencias de viaje, el comercio de artesanías, bares y joyerías. De lo anterior se destaca que la actividad turística que genera mayor empleo es la hotelera, le sigue los restaurantes y agencias de viajes, respectivamente.³

² “La cueva del manglar” hotel las Americas, “villa babilla” entrada club campestre.

³ Fuente primaria. Documentos Cámara de Comercio Cartagena.

Desde este punto de vista se observa que Cartagena fuera de sus industrias, empresas ubicadas dentro y fuera del perímetro urbano, el turismo es uno de los factores más importantes para el desarrollo económico y social de la ciudad.

En este aspecto la procedencia de visitantes nacionales y extranjeros sigue siendo definitiva, ya que trae consigo un gran flujo de demandantes de servicios turísticos, que a su vez se convierte en la entrada de una gran cantidad de dinero (pesos y de divisas) con llevando esto, a generar un mayor bienestar económico para Cartagena.

Desde el año 1999 hasta el actual, el turismo ha presentado una fuerte reactivación de su actividad, ya que en años anteriores este estaba atravesando una gran crisis de demanda a causa de la represión económica y la violencia que perturba el bienestar social del país. A pesar de las mejoras que se han presentado, este sector se ve afectado por la falta de visitantes extranjeros, debido a los actos terroristas que ocurridos el pasado 11 de septiembre de 2001, que llevaron a Estados Unidos a catalogar varios países, entre ellos al nuestro, como peligrosos, imponiendo el “travel warning”⁴ como medida de seguridad para los viajeros de su país, trayendo con esto que muchas personas que pensaban visitar la ciudad se abstengan de hacerlo.

⁴ “Travel warning”, medida que tomo USA para catalogar países con conflicto interno como “destino peligroso” para sus turistas, lo aplican a partir de lo sucedido el 11 sep 2001.

En un futuro, se espera que la ciudad siga ofreciendo calidad en lo que respecta a su actividad turística para que la demanda que en estos últimos años se ha presentado, continúe aumentando.

Desde hace algunos meses, Colombia ha estado negociando la firma de un tratado de libre comercio con Estados Unidos; el cual es de suma importancia, pues puede ayudar a marcar el desarrollo del país en general.

Al momento de negociar se tienen en cuenta distintos asuntos, los cuales son muy significativos, porque le pueden traer a nuestro país múltiples beneficios, no solamente de tipo comercial, sino con implicaciones positivas para la economía en su conjunto, y que de forma directa e indirecta afectara al sector turístico de la ciudad, por eso este trabajo se centrara en un análisis de la capacidad turística de Cartagena con la cual enfrentara este reto de ser mas competitiva y atractiva; y a su vez con base en las negociaciones de servicios transfronterizos estipulados en este tratado de libre comercio, como se beneficiara y que implicaciones deben asumir todos los entes que ofrecen servicios turísticos para llevar a cabo este proceso que hace pocos años comenzó en Cartagena y el cual es el desarrollo de la capacidad turística que la ciudad tiene para ofrecer bajo la inversión de empresas que desean explotar este potencial que por naturaleza posee.

Este proceso se refleja en la gran cantidad de construcciones que se han iniciado tanto en su centro turístico como lo es bocagrande, el centro histórico, marbella y la boquilla en donde una se da un auge de inversión para aprovechar todo el atractivo turístico que la ciudad tiene para brindar, es por esto que analizar un tratado de libre comercio entre Colombia y USA, y describir las implicaciones que este tiene sobre el turismo de Cartagena nos parece muy importante, ya que la ciudad presenta una ventaja comparativa muy importante frente a otros destinos nacionales, como lo es el mar y sus playas, y principalmente como destino de encuentros, congresos, reuniones y actos diplomáticos que le están dando a Cartagena una vitrina frente al mundo en los últimos años.

0.1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

Ante la problemática formulada anteriormente y dada la situación de que el tratado de libre comercio llegue a ser una realidad, surge el siguiente interrogante:

¿De que manera el tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia incidirá en el turismo del distrito de Cartagena de Indias?

0.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

0.2.1 OBJETIVO GENERAL

❖ Determinar las incidencias que tendrá el tratado de libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos en el sector turístico de Cartagena de Indias.

0.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

❖ Describir el desarrollo del sector turístico de Cartagena y su importancia para la economía de la ciudad en el periodo comprendido entre 1999 y 2004

❖ Analizar los asuntos negociados en el Tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia que se van a tener en cuenta para llevarlo a cabo relacionados con el turismo de Cartagena.

❖ Analizar la capacidad de asumir los parámetros de los servicios transfronterizos estipulados en el TLC entre Colombia y Estados Unidos.

❖ Determinar las ventajas y desventajas que trae para la ciudad la puesta en marcha de un TLC y sus regulaciones e implicaciones en el turismo.

0.3 JUSTIFICACION

Ante la importancia que tiene el turismo en la ciudad como una actividad económica de importancia y altamente competitiva, que trae consigo beneficios tangibles, especialmente económicos, como la producción de riqueza, que gana con la generación de divisas, creando empleos y conservando tradiciones, artesanías y herencias; es indispensable un análisis de los efectos que tendrá un tratado de libre comercio dentro de este, con el fin de predecir los cambios futuros que el sector turístico posiblemente atraviese.

El turismo se ha consolidado como una actividad esencial en la vida de las naciones, por el impacto que tiene en sectores como el económico, social, cultural y educativo –entre otros- de las sociedades nacionales y en sus relaciones internacionales⁵.

Cartagena de Indias ha sido por mucho tiempo el principal destino turístico de Colombia. En años anteriores este sector se vio muy golpeada por una serie de factores que influyeron negativamente sobre ella, aunque en los últimos años se ha presentado un progreso, debido a que se proyectaron y se proyectan

⁵ OMT. Declaración de Manila 1980.

importantes desarrollos turísticos que son apoyados por la inversión extranjera y que de una u otra forma inciden en el desarrollo social y económico de la ciudad. La universidad Tecnológica de Bolívar como institución generadora de conocimiento, le compete y tiene la responsabilidad y el compromiso social de liderar procesos investigativos de carácter local, con el propósito de aportar punto de referencia que sirvan de apoyo a estudios posteriores, como también para complementar estudios antecesores, de temas de gran importancia como lo es el turismo, el Tratado de Libre de Comercio y las posibles incidencias que tendrá el TLC sobre el turismo de Cartagena.

Además de lo anterior, la universidad como centro de investigación tiene que integrarse a las necesidades de conocimiento por parte de todos los sectores de la economía local y proporcionar las soluciones requeridas a los problemas que diariamente se generan en la realidad social y económica que nos rodea.

En nuestra formación como profesionales en las áreas de Finanzas y Negocios Internacionales es necesario el surgimiento de un espíritu investigativo ante problemáticas que encierra nuestro medio, para así llenar vacíos dejados en nuestra experiencia como estudiantes, con trabajos que sean de mucha ayuda e interés.

0.4 MARCO REFERENCIAL

0.4.1 MARCO TEORICO

“Si quisiéramos realizar una breve reseña de los antecedentes de la participación de Colombia en los procesos de integración regionales, podríamos remitirnos a principios de la década de 1960 cuando la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina -CEPAL-, en su objetivo de promover el desarrollo de América Latina y el Caribe realizo una propuesta cuya tesis central era que se debe “partir de la integración económica para llegar a la integración política”. En otras palabras, hacer primero la integración económica de nuestros países para ir generando las condiciones propicias que nos permitan llegar a la integración política”.⁶

Como resultado de estas iniciativas encontramos el que podríamos definir como un primer auge o primera etapa de los procesos de integración en América Latina, en la que se presenta la creación de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio –ALALC- (1960) con el objetivo de llegar a la creación de un Mercado

⁶ “La Política Exterior de Colombia Frente a los procesos de integración de la Comunidad Andina, el Grupo de los Tres y el Mercosur”. Por Álvaro Alejandro Gómez, Tercer secretario de Relaciones Exteriores Dirección de Asuntos Bilaterales y Regionales Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, II Congreso de Negocios Internacionales, Universidad EAFIT Medellín Marzo de 2003.

Común Latinoamericano. En 1980 la ALALC se convierte en la Asociación Latinoamericana de Integración -ALADI-, y continúa siendo marco de referencia de los distintos procesos subregionales de integración.

Así mismo, en 1960 se constituye el Mercado Común Centroamericano en 1966 la Zona de Libre Comercio del Caribe Inglés -CARIFTA-, que en 1973 se convierte en lo que hoy es el Mercado Común del Caribe -CARICOM-.

Finalmente, en 1969 entra en vigor el acuerdo de Cartagena o Pacto Andino con el fin de crear un espacio económico integrado, en el que se presentara una libre circulación de bienes, servicios y capitales, mas una tarifa o arancel externo común y una programación de políticas industriales conjuntas.

La coyuntura de finales de la década de los 80 y principios de la década de los 90 propicio una consolidación de la democracia y del modelo de libre mercado en todo el mundo.

El referente de la Unión Europea y as bondades anunciadas de lo que seria el Tratado de Libre Comercio de América del Norte contribuyeron a motivar lo que podríamos como el segundo auge de los procesos de integración en América Latina.

Auge que comenzó en 1993 cuando Estados Unidos, Canadá y México firman el primer tratado de libre comercio, denominado por sus siglas en inglés, NAFTA⁷.

Otro país de Latinoamérica en firmar recientemente un tratado de libre comercio con Estados Unidos fue Chile, y que recientemente se llegó a este acuerdo, y hoy día este país (Chile) planea hacerlo con países asiáticos y con la comunidad Europea.

De este acuerdo que Chile firmó con Estados Unidos, no hay mucha experiencia sobre las incidencias que conlleva un acuerdo bilateral de libre comercio, ya que es muy reciente, pero si tomamos como ejemplo lo que dijo el señor Gabriel Delano presidente del Consejo Superior de Turismo (CONSETUR), entidad constituida en la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, en donde expuso a un diario local de su país que: “Solo junio pasado controló el ingreso de 82.867 extranjeros. Esta es la cifra más alta de los últimos años, lo que estaría confirmando la importancia de desarrollar y promover el turismo de servicios especiales y, a la vez, nos confirma que Chile se ha posicionado como un mercado seguro”, a su vez Delano explicó “Que en el crecimiento de visitantes europeos y coreanos podría tener influencia la entrada en vigencia de los acuerdos comerciales con ambas regiones. Destaco que esto es especialmente

⁷ NAFTA, North America FreeTrade Area.

relevante en el caso de Corea, con un incremento de visitantes que llegan a Chile para conocer su economía y ver oportunidades de negocios⁸.

Ahora el futuro es para los países andinos, como lo son Colombia, Perú, Bolivia y Ecuador.

El caso de estudio es con base a las negociaciones y los futuros acuerdos, en los cuales Colombia y Estados Unidos son los participantes, pues ambos países llevan varias rondas de negociación, aunque no se ha concluido el proceso entre los dos países, es muy posible, y lo más factible es que este se de en el corto plazo.

Este es un aspecto muy interesante ya que Cartagena por poseer una posición estratégica en el Caribe, en un futuro debería convertirse en un centro mundial de turismo, y más si se le brindan todas las ventajas tanto a los turistas, como a los inversionistas que pueden ver la ciudad como una buena opción del negocio turístico ya que según la OMC, esta representa una de las principales actividades económicas en el mundo.

⁸ Fuente primaria, obtenida en documentos de Internet en la página del diario Pyme de Chile.

0.4.2 MARCO CONCEPTUAL

ALCA (Área de Libre Comercio de las Américas): es la negociación que busca un comercio libre entre 34 países del continente americano. Comenzó con un Pacto para el Desarrollo tendiente a preservar la democracia, erradicar la pobreza, conservar el medio ambiente, impulsar el desarrollo sostenible y buscar la integración económica.

ASUNTOS: temas o argumentos a tratar en una negociación.

ATPDEA (“Ley de Promoción Comercial Andina y de Erradicación de Drogas”): es una ley de los EEUU que permite el acceso libre de aranceles a más de 6.000 partidas de productos provenientes de Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia a ese importante mercado. El ATPDEA expira en diciembre de 2006.

NEGOCIACION: Tratos dirigidos a la conclusión de un convenio o pacto, en donde las partes comparten tanto obligaciones como derechos.

SERVICIO: Es un producto que no es un bien material, sino la satisfacción de una necesidad intangible del usuario.

SERVICIO TRANSFRONTERIZO: Es la prestación de un servicio:

- a. Desde territorio de una parte a territorio de otra parte.
- b. En territorio de una parte a un consumidor de otra parte; y
- c. Por un prestador de servicios mediante la presencia de personas físicas de una parte en territorio de otra parte; pero no incluye la prestación de un servicio en territorio de una parte mediante una inversión, en ese territorio⁹.

TLC (Tratado de Libre Comercio): Es un acuerdo mediante el cual dos o más países reglamentan de manera comprehensiva sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y, por esa vía, su nivel de desarrollo económico y social.

TURISMO: En sentido etimológico, del ingles tourism, del francés tour, que significa acción de viajar por placer.

TURISMO NACIONAL: Es también llamado turismo domestico, se refiere a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país dentro de su mismo país.

TURISMO INTERNACIONAL: Son los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro país distinto de aquel en el que tienen su domicilio actual.

⁹ Definición de servicios transfronterizos de la OMC.

0.5 DISEÑO METODOLOGICO

0.5.1 METODOLOGIA

El desarrollo investigativo parte de un análisis de tipo descriptivo, en el cual se enmarcaran tres partes específicas, la primera mostrara el desarrollo actual del sector turístico de Cartagena en todos sus aspectos, la segunda tratara de mostrar los aspectos del TLC en general, haciendo énfasis en el asunto de servicios transfronterizos primordialmente en el sector turístico y la tercera, plasmara las posibles consecuencias que tendrá el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Colombia en el turismo de la ciudad de Cartagena de Indias.

Teniendo como punto de partida estudios realizados relacionadas con el turismo en general e investigaciones hechas con respecto al tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos, suministradas por la Corporación Turismo de Cartagena, Cotelco, Asotelca, Cámara de Comercio, publicaciones en revistas y periódicos, Internet, documentos y entrevistas informales a el señor Luís Fernando López, Coordinador del programa “Sociedad Civil y TLC” en el departamento de Bolívar, al señor Roberto Saer, Presidente Ejecutivo “Corporación de Turismo Cartagena de Indias”; los cuales nos brindaran información suficiente para esclarecer y alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto. Además, se

incluirán graficas y cuadros que muestren los movimientos del sector turístico durante el periodo de 1999-2004.

La principal limitación que se presenta en el desarrollo de la actual investigación, esta relacionada directamente con la poca disponibilidad de información correspondiente a las negociaciones del tema de servicios transfronterizos (Turismo) en el Tratado de Libre Comercio.

0.5.2 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

| <i>VARIABLE</i> | <i>INDICADOR</i> | <i>FUENTE</i> |
|---|--|--|
| Desarrollo del Sector Turístico. | - No. De visitantes nacionales y extranjeros. -Valor ventas del sector Turístico. -Total empleos generados en este sector. | -Cámara de Comercio. -Corporación de Turismo Cartagena de Indias. |
| Importancia del Sector Turístico en la Economía de la ciudad. | -% del turismo en el PIB de Bolívar. -% en el empleo. -% de empresas turísticas | -Cámara de Comercio. -Observatorio del Caribe Colombiano. |

| | | |
|----------------------------|---|---|
| | sobre el total de empresas de Cartagena. | |
| Tratado de Libre Comercio. | -Relación de beneficios y desventajas posibles para el sector turístico de la ciudad. -Descripción del nivel de competitividad del sector turístico de Cartagena para enfrentar el desarrollo del TLC. | - Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Pagina de Internet). - Observatorio del Caribe, Serie de Estudios sobre la Competitividad de Cartagena. |

GENERALIDADES DEL SECTOR TURISTICO DE CARTAGENA DE INDIAS

Cartagena como ciudad histórica y colonial a través de muchos años, ha adquirido una riqueza invaluable tanto por sus ventajas comparativas, como competitivas, la ciudad posee un gran número de industrias y empresas comerciales que a nivel nacional son de mucha importancia, su puerto es uno de los más competitivos a nivel nacional y regional manipulando gran cantidad de mercancía tanto de exportación como de importación, su mar y sus playas la hacen el destino nacional más visitado y su riqueza arquitectónica y cultural fascinan a todos los turistas nacionales como extranjeros haciendo de la actividad turística otra industria en potencia que posee la ciudad como motor de desarrollo económico.

1.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS DE CARTAGENA

La ciudad de Cartagena pertenece al departamento de Bolívar, que está situado en el área septentrional de Colombia, en el centro de la región Caribe. Posee una superficie de 25.978 Km²; el 19,64% del total regional. El departamento está dividido en 44 municipios y el distrito de Cartagena de Indias, ciudad capital y principal centro económico y político.

En Cartagena se concentran las actividades económicas pertenecientes al sector secundario y terciario (incluyendo las actividades turísticas), que son las que generan la mayor producción del departamento, aportando más del 70% del Producto Interno Bruto del Departamento de Bolívar.

La ciudad está ubicada en latitud norte 10° 26 con Longitud Oeste 75° 33, en la zona noroccidental de Suramérica, al norte de la república de Colombia, sobre la costa del mar Caribe. Limita al Norte con el mar Caribe, al Sur con San Onofre, al Este con Santa Catalina, Santa Rosa, Clemencia, Turbaco y Turbana y al Oeste con el mar Caribe. Comprende un área de 616 Km² en total, cuenta con 8,252 Km. de playa en el área urbana, 7,611 Km. en el área rural y 11 Km. de murallas.

La localización geográfica de Cartagena condiciona unas características climáticas especiales, tales como: una temperatura media anual de 27.7 grados centígrados; una humedad relativa media del 80%; unos niveles de precipitación estacionales que llegan a los 1.022 m.m. anuales y unas horas de sol que ascienden a 2.640 en el año¹⁰.

Es preciso destacar, que las características geográficas de la ciudad la han dotado de atractivos naturales y culturales, que sumado a la infraestructura y facilidades turísticas existentes, han posicionado a Cartagena de Indias como uno

¹⁰ Datos obtenidos pagina Web IDEAM.

de los principales destinos del litoral sur-caribe, por encontrarse menos expuesta a los fenómenos atmosféricos adversos con respecto al resto de las ciudades de los países de la gran cuenca del caribe; lo que constituye una de las ventajas comparativas a tener en cuenta en relación con el desarrollo turístico de la zona.

1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE CARTAGENA DE INDIAS

El primero en descubrir la isla de Calamari y nominarla como Cartagena de Indias fue Don Rodrigo de Bastidas en el año de 1.501, posteriormente en el año 1.531 la ciudad fue fundada por Don Pedro de Heredia, Cartagena se caracteriza por ser un puerto natural por excelencia, que cuenta con una bahía que va de Norte a Sur con una extensión de 10 millas de longitud.

La fortificación de la ciudad fue comandada en 1.536 por el ingeniero Bautista Antonelli, bajo la supervisión de Don Juan de Tejera; el levante de las murallas demoro casi dos siglos de construcción y demolición, y a su vez, cobro muchas vidas humanas de los esclavos que tenían esta fuerte tarea de amurallar la ciudad.

Los primeros tramos de este recinto amurallado constaban de los Baluartes de Santa Catalina, San Lucas y las Bóvedas del Cabrero, la mole del Castillo San Felipe de Barajas constituye el cerrojo infranqueable de la ciudad, con sus

baterías enfiladas apuntando contra el puerto que miraban sobre la bahía los pequeños fuertes del Pastelillo y San José, en su construcción se demoraron mas de un siglo para terminarlo.

En la entrada de bocagrande una escollera artificial submarina obstruye el estrecho de su entrada, lo cual obligaba a los barcos a penetrar en el canal de bocachica frente a los fortines de San Fernando y San José. Esto mas adelante en el año de 1.771 se convirtió en una de las estrategias de defensa que lidero Don Antonio Arévalo, para proteger la ciudad y a su vez la escollera artificial se convirtió en una importante construcción de ingeniería militar de su tiempo.

A Los 10 años de su fundación en 1.543, la ciudad sufre el primer ataque por parte del corsario francés Francisco Ball, en 1.559 los bucaneros Martín Colé y Juan Bautemps, franceses también, se toman la ciudad.

En 1.568 asaltan la Ciudad los ingleses al mando del pirata Jhon Hawkins, y entre estos corsarios esta el lugarteniente de este, Henry Morgan. Luego de esto Drake, el legendario pirata ingles se toma la ciudad con 23 navíos y 2.500 hombres a su mando en el año de 1.586.

Con el paso del tiempo el crecimiento de la ciudad dio origen a barrios como manga y el cabrero que aun conserva aquellas casas de la colonia, encerrando

toda esta historia colonial y arquitectónica que hace de la heroica un patrimonio histórico y cultural.

La urbanización de bocagrande se remota entre los años de 1.920 a 1.960, años en que la compañía dueña del terreno¹¹ empezó a vender lo lotes para su posterior construcción, también hubo muchas personas que se sumaron a construir sus casa en estos lotes desolados. Del dragado que se empezó en esta zona para reforzar los cimientos de lo lotes para construcción, se formo lo que se conoce hoy como el barrio el laguito.

Es Bocagrande el sitio en donde se construyen las modernas y pomposas edificaciones que combinan de manera especial la parte histórica y moderna de la ciudad, convirtiéndolo en el sitio preferido para los turistas que visitan la ciudad.

En la actualidad Cartagena tiene más de un millón de habitantes aproximadamente, y cuenta con extensas playas de las cuales se caracterizan las playas de Castillogrande, Bocagrande, el Laguito, Marbella y la Boquilla porque dan acogida a miles de bañistas tanto de Colombia y el caribe como del resto del mundo.

¹¹ La compañía dueña de los terrenos era la empresa “Andian Nacional Corporation” que adquirió estos terreno de la firma “Vélez danies y compañía”, Andian empezó la construcción de casas cerca del sector amurallado y en 1960 la empresa abandona la ciudad y vende los lotes.

1.3 INICIOS DEL TURISMO EN LA CIUDAD

Cartagena por su situación geográfica, su cercanía al mar caribe, y además por su patrimonio histórico y cultural, la convierten en una ciudad ideal para desarrollar todo tipo de actividades turísticas desde hace mucho tiempo.

Las actividades de turismo, ocio y placer remontan sus inicios en Europa en el siglo XIX, donde viajeros que se encaminaba por rutas distintas en busca de información y como medio de educación por conocer otras culturas, formas y tipos de vida muy distintos y alejadas de su territorio nacional, conllevó a personas a crear una infraestructura (transporte, hospedaje, guías, etc.) que facilitara y permitiera todas estas actividades relacionadas con el turismo.

Después de la segunda guerra mundial, el turismo comenzó a desarrollarse en forma masiva, siendo Europa quien liderara este tipo de servicio. Los hostales servían de hospedaje a los comerciantes que visitaban las ciudades ya sea por carácter de negocios, o empresariales, y además estos hospedajes no tenían la intención de vender un producto de recreación y descanso, sino mas bien de hospedaje.

El turismo en Cartagena se remonta al año de 1.920, donde la mayoría de visitantes de la ciudad procedían del extranjero, en gran cantidad turistas

procedentes de los Estados Unidos que arribaban a la ciudad y permanecían pocas horas, años posteriores las grandes compañías marítimas expresaron su interés en Cartagena y su puerto como destino de turismo, a pesar de que los muelles que funcionaron en este tiempo eran muy precarios y sus instalaciones muy estrechas para que los barcos llegaran al puerto¹².

En 1.934 se inaugura el muelle de Manga y es acá donde llega los barcos cargueros comerciales y los buques turísticos de distintas partes del mundo, los cruceros de turistas siempre han llevado el mismo itinerario, comienza la llegada en el mes de octubre que es cuando comienza la temporada de frió en el hemisferio norte y termina al entrar la época de la primavera a comienzos del mes de mayo.

En los años de 1.960 y 1.980 comienza el auge del desarrollo del turismo local, ya que en este tiempo se inician inversiones en el sector hotelero y de edificios, lo cual contribuye enormemente a la competitividad del sector al pasar de ofrecer 600 a 9000 camas disponibles en 1997, dándole un gran impulso a la ciudad como destino turístico para visitantes del extranjero, esto a su vez se convierte en una fuente de desarrollo de la economía local. (Ver tabla1- anexo1).

¹² Información primaria, obtenida por documentos del Banco de la Republica. "Determinantes de la demanda por turismo de Cartagena de 1987-1998", Luis Gálviz, Maria Aguilera- marzo 1999.

TABLA 1. CRECIMIENTO OFERTA HOTELERA

| AÑO | NUMERO DE CAMAS |
|------------|------------------------|
| 1970 | 600 |
| 1990 | 6284 |
| 1991 | 6696 |
| 1992 | 6978 |
| 1993 | 7062 |
| 1994 | 7826 |
| 1995 | 8440 |
| 1996 | 9495 |
| 1997 | 9802 |

FUENTE: ARCHIVOS CAMARA DE COMERCIO, TABLA HECHA POR AUTORES

Un aspecto fundamental para la ciudad ocurrió en 1.985 cuando la UNESCO declara a Cartagena de Indias Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad. Esto le un prestigio a nivel internacional y comienza la venida de muchos turistas extranjeros a la ciudad.

En el año de 1.987 se crea el fondo mixto de promoción conformada por aportes de los Hoteles, Joyerías, Restaurantes, Agencias de viaje, Edurbe, y la

Corporación Nacional De Turismo, esta ultima fue creada por el gobierno para la planeación, fomento y desarrollo de la industria del turismo en Colombia.

El 1.990 la oferta hotelera aumenta (ver tabla 1), además aumento el desarrollo de los hoteles de alta categoría, que a su vez también descentralizo al sector hotelero que se había concentrado en bocagrande, y comenzó el desarrollo en la zona norte y sector amurallado, el la zona norte un lugar mas tranquilo y alejado del centro de la ciudad en un ambiente muy natural se desarrollo el “Hotel de las Americas” que es catalogado como uno de los mejores de la ciudad además de ser 5 estrellas, y en el centro, sector amurallado dos hoteles: el “Hotel Charlestón” en un antiguo monasterio llamado Santa Teresa, y en el barrio san Diego otro llamado “Hotel Santa Clara” que conserva el nombre del monasterio en que fue edificado

1.3.1 OFERTA TURISTICA DE LA CIUDAD

Cartagena de Indias posee muchos sitios y lugares muy interesantes, que crean un valor agregado y una ventaja competitiva frente a otros destinos turísticos nacionales, se podría que decir únicos en Colombia, dado esto, son de mucho atractivo a los turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad. Estos lugares encierran una historia única, por tener muchos años de conservados

encierran una leyenda propia la cual hace de la ciudad un lugar mágico por su gran numero de atractivos coloniales mezclados con un toque moderno.

Algunos de los sitios se describen a continuación:

❖ **CASTILLOS Y FUERTES**

El principal de todos, el imponente Castillo san Felipe de barajas, fue construido entre 1536 y 1657, El Fuerte de San Fernando, Ubicado en Bocachica, allí también esta ubicado El Fuerte San José. En Manga esta ubicado el fuerte de San Sebastián de Pastelillo, y en la isla de manzanillo se ubica el Fuerte de San Juan de Manzanillo donde esta ubicada la casa de huéspedes Ilustres que visitan la ciudad.

❖ **BALUARTES**

Entre los mas destacados están; El Baluarte de la Cruz, el baluarte de san Francisco, Baluarte san Ignacio, Baluarte San José, Baluarte San pedro Martín, Baluarte de Santa Catalina es aca donde esta ubicado el museo de las fortificaciones, Baluarte Santa Clara, Baluarte Santo Domingo, Baluarte de la Merced, Baluarte Santa Teresa, Baluarte San Ángel ubicado en Bocachica en la isla de tierra bomba.

❖ **CASAS HISTORICAS Y PALACIOS**

Casa Alcaldía de Cartagena, Casa de Don Rafael Núñez, Casa del Marqués de Valdehoyos, Casa del Marqués de Premio Real, en esta casa esta ubicado el SENA (plaza de las Aduanas), Casa de la Cultura, Casa de José Fernández de Madrid, Casa de Don Manuel Rodríguez Torices, Casa de San Pedro Claver, y entre los palacio se destaca: El Palacio de la inquisición, que fue construido por la santa inquisición española y servia como despacho, tribunal, prisión y sala de tormentos contra las personas que la iglesia catalogaba de herejes de la religión católica, y esta El Palacio de la gobernación.

❖ **IGLESIAS Y CONVENTOS**

Convento de la Popa, Convento de la Merced, Convento San Agustín es en este antiguo convento donde a funcionado la Universidad de Cartagena desde hace tiempo, Convento de Santa Clara, Convento San Francisco, Convento de San Diego (en el esta ubicado Bellas Artes), Convento de Santa Teresa, Ermita de El cabrero, Ermita De Nuestra Señora de la Merced, Iglesia Catedral, Iglesia y Convento San Pedro Claver, Iglesia y Convento Santo Domingo, Iglesia San Agustín, Iglesia de la Santísima Trinidad.

❖ **MUSEOS Y MONUMENTOS**

MONUMENTOS: Zapatos Viejos, India catalina, Don Pedro de Heredia, Alcatraces, Blas de Leso, Don Rafael Núñez, Simón Bolívar, Virgen de los

navegantes, Centro de convenciones Cartagena de Indias, alegórico a los Pegasos.

MUSEOS: Casa Rafael Núñez, Naval, Colonial, Arte Moderno, Oro.

❖ **PLAZAS Y PARQUES**

Parque Apolo, Parque centenario, Parque de Bolívar, Parque de San Diego, Parque de la Marina, Camellon de los Mártires, Plaza de las Armas, Plaza Fernández de Madrid, Plaza de la aduana, Plaza de la Proclamación, Plaza del Tejadillo, Plaza del triunfo, Plaza de la Trinidad, Plaza de la Bóvedas, Plaza de los Coches, Plaza de San Diego, Plaza de Santo Domingo, Plaza de San Pedro Claver, Plazoleta de San Francisco, Plazoleta del Pozo.

❖ **PLAYAS E ISLAS**

Bocagrande, Castillogrande, Boquilla, Marbella, Manzanillo del mar, Playa blanca, Punta canoa, Punta arena, Isla Barú, Isla tierra bomba, Isla Palma, Islas del Rosario.

Fuera de todos estos sitios únicos y maravillosos, la ciudad también ofrece a los turistas que la visitan sitios como: Anticuarios, Artesanías, Joyerías, Centros comerciales, Transporte marítimo especializado, Restaurantes (ofrecen una variada gastronomía tanto local, nacional e internacional), Festivales (como el importante festival internacional de cine de Cartagena que se celebra todos los

años en el mes de marzo), Teatros (teatro de Heredia), etc. y una variada agenda de actividades culturales que enriquecen mas la cultura Cartagenera dando una gran acogida multicultural a sus visitantes.

1.4 OFERTA y DEMANDA HOTELERA, TURISMO EXTRANJERO E INTERNO¹³ Y SU APORTE A LA ECONOMIA 1994 – 2004.

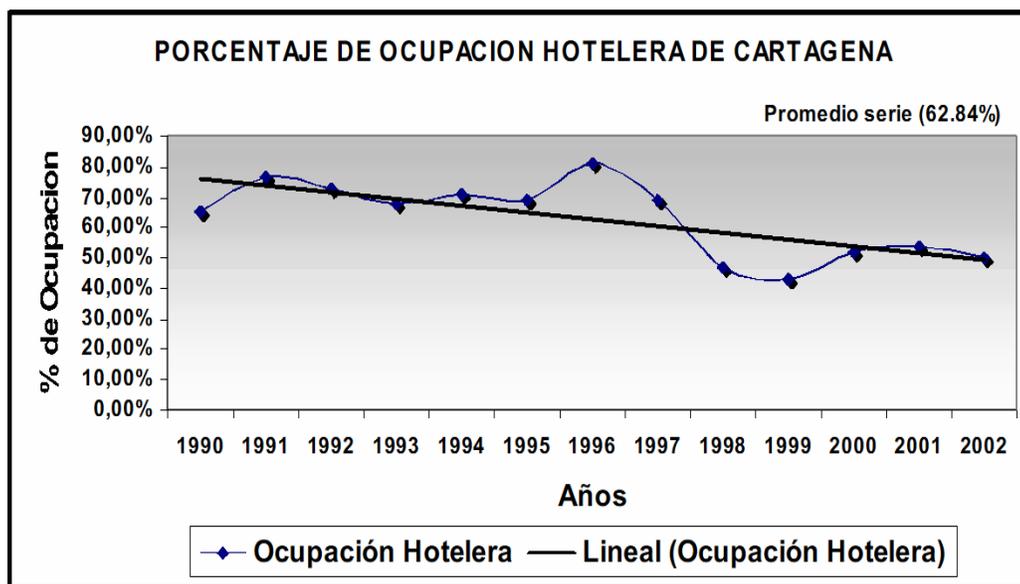
Desde el año 1994 el sector hotelero venia mostrando un declive en su ocupación, la cifra que mostró este el 1994 fue de 70.7% en 1996 fue de 57.8%, y en 1997 fue de 53.2% cifra que fue inferior a la media mundial de la OMT que se posiciono en 67.2%¹⁴, (ver Grafico 1). Esto era una clara consecuencia de lo pasaba a nivel nacional, una mala imagen de Colombia en el mundo entero por el conflicto armado con la guerrilla, los paramilitares, los secuestro de grupos insurgentes de nacionales y especialmente de extranjeros, afecto de forma fuerte el desarrollo del turismo en todo el país, especial a Cartagena por la poca oferta de productos y servicios turísticos, pero en especial afecto al sector hotelero ya que tiene mucha importancia por los puestos de trabajo que crea, y es una variable importante para medir el sector, esto afecto la economía de la ciudad. Lo mismo ocurría con el

¹³ La ocupación hotelera y el movimiento del turismo receptivo e interno, son importantes variables para medir el sector turístico en general, y a su vez da una clara impresión de cómo aporta a la economía local.

¹⁴ Información primaria de documentos de la cámara de comercio de Cartagena, el observatorio del caribe colombiano. En las cartillas de ICER “informe de coyuntura y economía regional “publicaciones trimestrales 1997 a 2004

turismo extranjero otra variable importante venia en descenso cada año, dejando de percibir las divisas que este produce, impactando fuertemente al sector.

GRAFICO 1. PORCENTAJE DE OCUPACION HOTELERA DE CARTAGENA



FUENTE: Plan sectorial de turismo Cartagena de indias. "Cartagena de Indias...es nuestro patrimonio", Abril 2004.

Al final de 1998 y principios de 1999, continuaba el descenso de la ocupación hotelera, que es un indicador muy valioso para medir el sector por su dinamismo, ya que se veía muy afectado por la crisis en la demanda interna del país por la recesión económica y por la mala imagen de nuestro país, pero a principios del segundo semestre del año el turismo de la ciudad empieza a mostrar un leve repunte y esto se mantiene hasta finales de 1999 y 2000, como consecuencia de la reactivación del turismo domestico (nacional) y un aumento en los visitantes

extranjeros que llegaban a la ciudad por barco, pero se mantenía abajo la llegada de turistas por vía aérea.

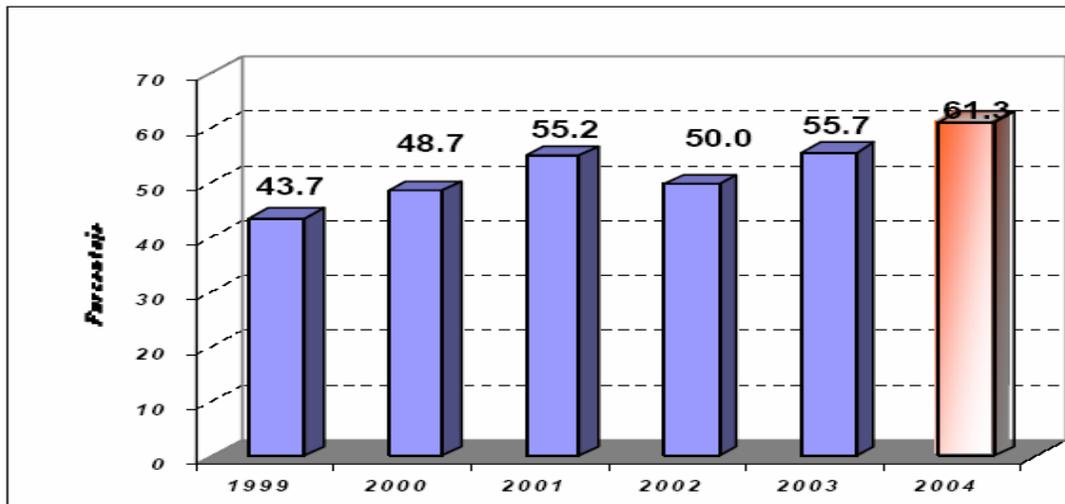
El 2000 y el 2001, fueron buenos años para la reactivación de turismo nacional y local. La ocupación hotelera se mostró en ascenso siendo un buen año, ya que este sector genera empleos directos e indirectos haciendo un aporte importante a la economía de la ciudad, pero seguían persistiendo problemas como el acoso constante de los vendedores ambulantes en las playas, la poca información turística para los visitantes extranjeros y además, el hecho de la imposición del travel warnig¹⁵ por parte de los Estados Unidos al país, como destino peligroso para sus turistas afecto el sector turístico de la ciudad especialmente el de cruceros.

En el año 2002, el sector presenta una baja en la ocupación hotelera presentando un breve repunte en el segundo semestre, pero a pesar de ello el nivel comparado con el año anterior disminuyo (Ver grafico 2), lo mismo ocurrió con el turismo de cruceros, bajo su participación en comparación con 2001. (Ver grafico 4) Cabe destacar que en Cartagena se da el fenómeno de la parahoteleria¹⁶ lo que hace muy difícil medir el total en cifras reales de turistas visitan la ciudad.

¹⁵ Disposición que toma USA, para prevenir que sus turistas viajen a los países que catalogaban de terroristas y peligroso con esta medida.

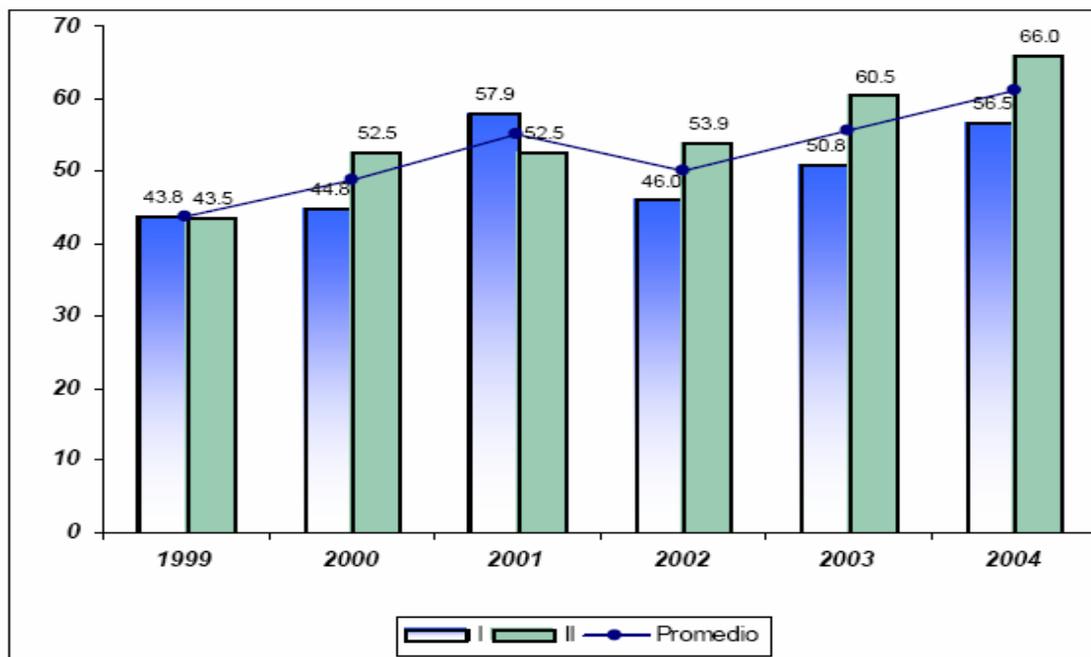
¹⁶ Fenómeno que se da por alquiler de apartamentos o casas por días o semanas por parte de turistas que llegan a la ciudad.

GRAFICO 2. CARTAGENA. OCUPACION HOTELERA, 1999-2004.



Fuente: Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco).

GRAFICO 3. CARTAGENA, PORCENTAJE OCUPACION HOTELERA (COTELCO). PROMEDIO SEMESTRAL, 1999-2004.



Fuente: Asociación Hotelera de Colombia (Cotelco).

El 2003 fue un buen año para el turismo de la ciudad ya que repunto en comparación con 2002 que disminuyó en comparación con 2001. En este año se sigue destacando que el flujo de turistas llegados por vía aérea aumentó tanto para los nacionales como los extranjeros con respecto al año anterior. Por su parte, aumentó el flujo de turismo nacional por carretera también con respecto al año anterior, en este aumento de transporte terrestre se destaca la política de seguridad democrática que instauró el presidente Uribe, fue un buen impulso para el turismo doméstico, porque se implementó el concepto de caravanas turísticas,

las cuales eran escoltados por personal de la policía y el ejército nacional esto fue un impulso para el turismo nacional en general y a su vez representó un aumento mejorable en el sector turístico de la ciudad, hoy día este concepto de caravanas turísticas, se maneja bajo la percepción de rutas seguras, ya no es escoltado la caravana si no, que con antelación se da aviso de que rutas están seguras para transitar.

“La dinámica de la ocupación hotelera en el 2004 fue positiva y registra un mejor desempeño que la del año anterior. Para este año, se esperaba llegar a niveles del 59%, dada la dinámica y perspectivas del sector, sin embargo esta proyección fue superada ubicándose en el 61.3%”¹⁷ (ver gráfico 2)

1.5 MOVIMIENTO DE TURISTAS VIA AEREA Y DE CRUCEROS

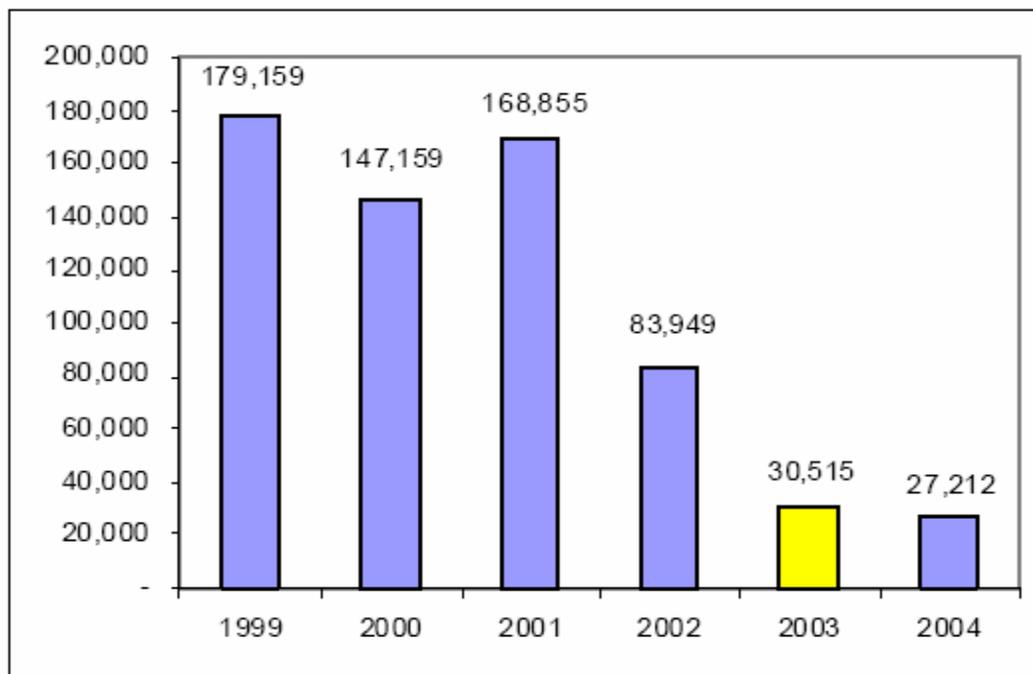
Es necesario estudiar la evolución de los movimientos de turistas, tanto nacionales como extranjeros, como otro de los aspectos que determina la dinámica del sector. Por esto, se hace vital analizar la entrada de pasajeros por los terminales marítimos, aéreos.

¹⁷ Informe de Coyuntura Económica Regional ICER, II semestre de 2004.

1.5.1 TURISMO DE CRUCEROS

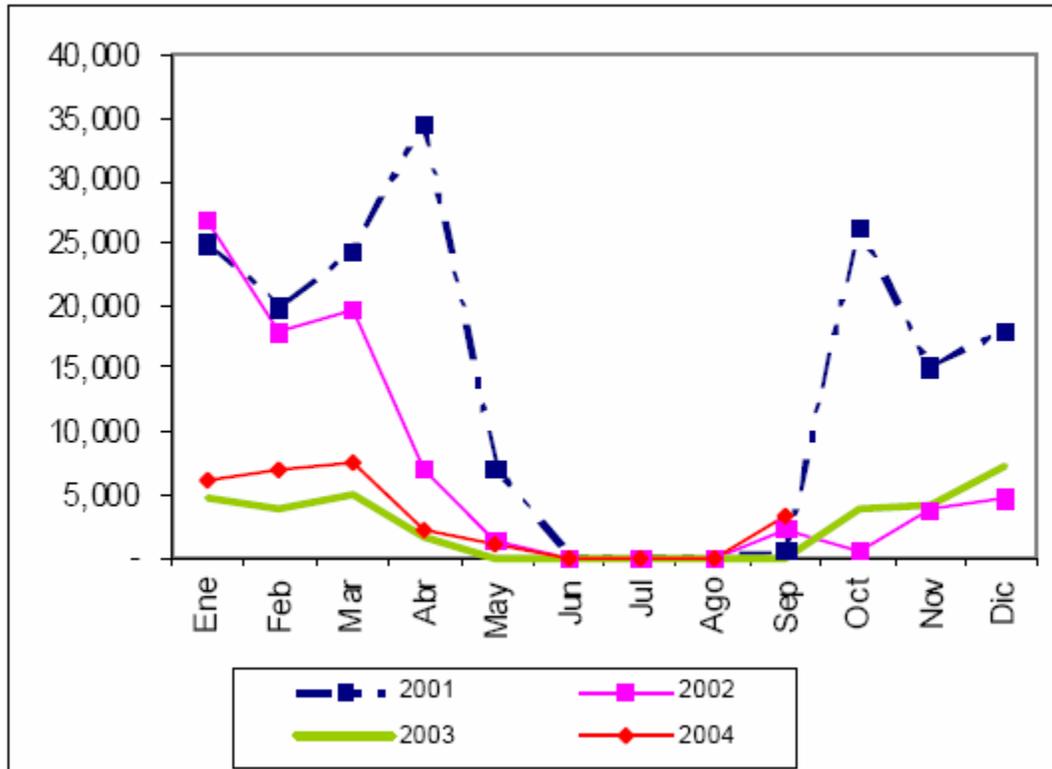
La llegada de turistas de cruceros ha venido en descenso desde el año 2002 y 2003 esto se debe a la imposición de Travel warning, ya que este trajo como consecuencia el no arribo de las mas importantes líneas de cruceros, que son las americanas.

GRÁFICO 4.CARTAGENA. TURISMO DE CRUCEROS; NÚMERO DE VISITANTES 1999-2004.



Fuente: Sociedad Portuaria Regional Cartagena. Terminal de cruceros.

GRAFICO 5. CARTAGENA. TURISMO DE CRUCEROS; NÚMERO DE PASAJEROS LLEGADOS 1999-2004.



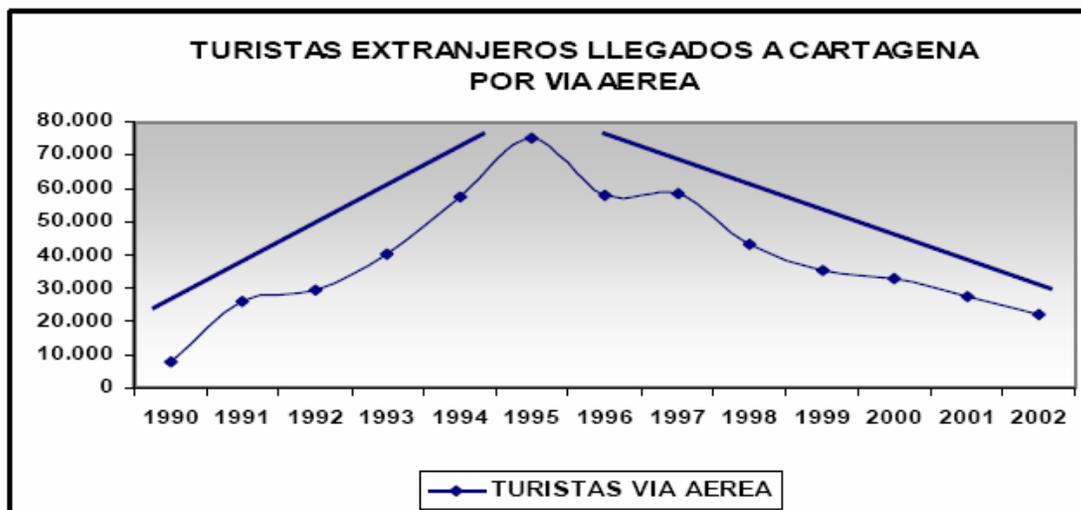
Fuente: Sociedad Portuaria Regional Cartagena. Terminal de cruceros.

Anteriormente llegaban a nuestro puerto aproximadamente 60 cruceros con 670 tripulantes cada uno, para lo que falta de este año y hasta el mes de mayo del próximo año se esperan 29 cruceros, lo que marca una gran diferencia. Puesto que la llegada de estos resulta de vital importancia no solo por el desarrollo turístico, sino porque se estima que cada turista deja en promedio entre 100 y 120 dólares en la ciudad.

1.5.2 TURISMO AEREO

1.5.2.1 TURISTAS EXTRANJEROS

GRAFICO 6



FUENTE: PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE CARTAGENA DE INDIAS

El grafico muestra dos tendencias diferentes. La primera de ellas, comprendida en el periodo de 1.990-1.995 presenta un comportamiento creciente en el número de turistas extranjeros que visitan la ciudad.

En la segunda tendencia, la cual empieza en el año de 1.996, presenta una caída del turismo extranjero, la cual persiste hasta 2.002. Esta caída es debido a la violencia del narcotráfico y del conflicto interno que enfrenta el país, que ha producido que los países europeos y estados unidos, quienes eran los procedentes internacionales mas llegados a la ciudad, no nos prefieran como destino turístico.

Esta situación amerita una estrategia masiva de promoción turística de la ciudad en el ámbito internacional, donde se les garantice a los visitantes, además de unos recursos turísticos competitivos, condiciones de seguridad que propenda por la recuperación del turismo extranjero y “la consolidación de Cartagena como el destino turístico preferido en el gran caribe”¹⁸

1.5.2.2 TURISTAS NACIONALES

GRAFICO 7



FUENTE: PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE CARTAGENA DE INDIAS

El turismo domestico muestra un incremento sostenido de los pasajeros nacionales llegados a Cartagena, que de una u otra forma muestra la dinámica de este. Aunque el número de pasajeros nacionales no arroja el número real de

¹⁸ Plan sectorial de Turismo de Cartagena de Indias, pagina 16.

turistas, puesto que la entrada de pasajeros no solo incluye a los turistas, sino a los residentes de otras ciudades.

1.6 EMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO

El sector turístico fuere de la oferta hotelera, también abarca a empresas tales como: restaurantes, bares, discotecas, empresas de transporte turístico, casinos, joyerías, Artesanías, agencias de viaje, las cuales conforman la estructura del sector turístico de Cartagena.

Los restaurantes son la actividad económica que mayor número de empresas posee, seguidos por el sector hotelero, las agencias de viaje y de las artesanías.

En la parte laboral, el mayor número de demanda de empleos es por parte del sector hotelero, por los puestos de trabajo que genera es una importante, seguido por los restaurantes y las agencias de viaje respectivamente. Cabe destacar que el sector en general, es decir; las 1294 empresas que componen al sector turístico en el año 2003, representan el 8.0% del total de empresas que están inscritas en la cámara de comercio de Cartagena de Indias.

**TABLA 2. ESTRUCTURA DE EMPRESAS QUE CONFORMAN EL SECTOR
TURISTICO DE CARTAGENA**

| ACTIVIDAD ECONOMICA | EMPRESAS | % PARTIC. | EMPLEOS | % EMPLEOS |
|----------------------------|-----------------|------------------|----------------|------------------|
| | NUMERO | | | |
| HOTELES | 185 | 14,3% | 2953 | 50,3% |
| RESTAURANTES | 883 | 68,2% | 2028 | 34,6% |
| BARES | 41 | 3,2% | 61 | 1,0% |
| TRANSP DE TURISMO | 17 | 1,3% | 31 | 0,5% |
| AGENCIAS DE VIAJE | 92 | 7,1% | 461 | 7,9% |
| CASINOS | 12 | 0,9% | 132 | 2,2% |
| JOYERIAS | 18 | 1,4% | 34 | 0,6% |
| ARTESANIAS | 46 | 3,6% | 169 | 2,9% |
| TOTAL SECTOR | 1294 | 100,0% | 5869 | 100,0% |
| TOTAL CAMARA | 16222 | 8,0% | 67962 | |

FUENTE: cámara de comercio- investigación económica 2003, conversatorio sobre Turismo Cartagena abril 2003- Tabla hecha por lo autores.

1.7 EL APOORTE DEL SECTOR TURÍSTICO AL PIB DE CARTAGENA

El DANE que es el ente encargado de reunir las estadísticas del PIB departamental por actividades económicas, concluyo que, de todas las empresas que conforman el sector turístico de la ciudad de Cartagena, son los restaurantes y los hoteles las actividades que mas influencia directa tienen en la industria turística, ya que estos presentan una mayor dinámica en comparación al resto de actividades que forman parte del sector, y en menor proporción le siguen las actividades comerciales, por ello los restaurantes y el sector hotelero de las

actividades turísticas, las que mas aporte le dan al valor agregado al PIB de la ciudad. Para entenderlo mejor ver tabla 3.

TABLA 3. DESEMPEÑO Y PARTICIPACIÓN DEL VALOR AGREGADO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y EL PIB DE CARTAGENA

| Actividades Turísticas Cartagena y PIB | Comercio Millones \$ | Hotelería y Restaurante Millones \$ | PIB REAL Millones \$ | Comercio Var. (%) | Hotelería y Restaurante Var. (%) | PIB REAL Var. (%) | Comercio Part. (%) | Hotelería y Restaurante Part. (%) |
|--|----------------------|-------------------------------------|----------------------|-------------------|----------------------------------|-------------------|--------------------|-----------------------------------|
| 1990 | 144,167 | 90,367 | 1,475,735 | | | | 9.8% | 6.1% |
| 1991 | 141,322 | 113,050 | 1,498,454 | -2.0% | 25.1% | 1.5% | 9.4% | 7.5% |
| 1992 | 161,420 | 115,317 | 1,634,759 | 14.2% | 2.0% | 9.1% | 9.9% | 7.1% |
| 1993 | 182,295 | 108,617 | 1,748,989 | 12.9% | -5.8% | 7.0% | 10.4% | 6.2% |
| 1994 | 135,428 | 105,446 | 1,617,585 | -25.7% | -2.9% | -7.5% | 8.4% | 6.5% |
| 1995 | 139,563 | 117,665 | 1,674,165 | 3.1% | 11.6% | 3.5% | 8.3% | 7.0% |
| 1996 | 141,840 | 111,104 | 1,704,136 | 1.6% | -5.6% | 1.8% | 8.3% | 6.5% |
| 1997 | 148,996 | 72,075 | 1,746,120 | 5.0% | -35.1% | 2.5% | 8.5% | 4.1% |
| 1998 | 146,593 | 71,517 | 1,877,593 | -1.6% | -0.8% | 7.5% | 7.8% | 3.8% |
| 1999 | 118,805 | 76,357 | 1,783,439 | -19.0% | 6.8% | -5.0% | 6.7% | 4.3% |
| 2000 | 135,113 | 90,018 | 1,948,660 | 13.7% | 17.9% | 9.3% | 6.9% | 4.6% |
| 2001 | 132,766 | 108,966 | 1,939,729 | -1.7% | 21.0% | -0.5% | 6.8% | 5.6% |
| Prom. Serie | 1,728,308 | 1,180,498 | 20,649,362 | 0.1% | 3.1% | 2.7% | 8.3% | 5.8% |

Como se aprecia en la tabla, el desempeño del aporte de las empresas del sector turístico hacia el PIB varía con participaciones negativas y positivas. En los años 1.998 y 1.999 su participación disminuyó, esto fue consecuencia de lo que ocurría a nivel nacional, el problema de la recesión económica que ocurrió por estos años y afectó a todos los sectores económicos en general.

Sin embargo, el sector ha hecho su aporte al PIB y ha aumentado su participación a través de los años, se puede observar que en 1.990 los hoteles y restaurantes presentaban un aporte de 90.367 millones y en el año 2.001 aumenta a 108.966 millones, situación distinta a la que presento el comercio, en el año 1.990 presento 144.167 millones y en 2.001 desciende a 132.766 millones.

ASPECTOS GENERALES DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS.

Uno de los aspectos importante a tratar en esta investigación es el tratado de libre comercio entre Estados Unidos y Colombia, los temas y condiciones de forma general con las que se negocia, y a su vez analizar los aspectos de servicios transfronterizos estipulados en el TLC y referirlos con el sector turístico.

El turismo, aunque no sea un tema de mucha importancia en el desarrollo de las negociaciones, este sector a nivel nacional, pero más en Cartagena puede verse influenciado de manera directa o indirecta con la puesta en marcha de un Tratado de libre comercio con Estados Unidos. Es por esto que conocer aspectos de este tratado se hace significativo para estar preparado a lo que atravesara nuestro país y nuestra ciudad en un futuro inmediato.

2.1 ANTECEDENTES

El 18 de noviembre de 2003, antes del inicio de la Conferencia Ministerial del ALCA, llevada a cabo en la ciudad de Miami, el Representante Comercial de los Estados Unidos, Robert Zoellick, realizó el anuncio público de su intención de iniciar formalmente negociaciones para un tratado de libre comercio con los

cuatro países andinos beneficiarios de la Ley ATPDEA¹⁹, es decir Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Oficialmente Colombia, Ecuador y Perú dieron inicio a la negociación en mayo de 2004; Bolivia ha participado como observador.

2.2 ¿POR QUE UN TLC CON ESTADOS UNIDOS?

Colombia tiene argumentos de peso para buscar una mayor internacionalización de su economía a través de un acuerdo bilateral con Estados Unidos:

- ❖ Históricamente, Estados Unidos ha sido el mayor socio comercial de Colombia. Es el país que mas productos colombianos compra, generando empleos e importantísimos ingresos.
- ❖ Permite a los empresarios colombianos entrar al mercado mas grande del mundo en condiciones preferenciales²⁰.
- ❖ El país ha afincado buena parte de su gestión exportadora en preferencias unilaterales como el mencionado ATPA/ATPDEA, y el SGP Régimen Droga otorgado por la Unión Europea. Sin embargo, este tipo de ventajas arancelarias, no obstante su valor e importancia, tienen características que reducen su valía. Por ejemplo, son temporales (El ATPDEA expira en diciembre de 2006. El SGP, se prevé que sea

¹⁹ ATPDEA, Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de erradicación de drogas.

²⁰ Cartilla-Las 100 preguntas del TLC (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

prorrogado hasta el 2014), sometidas a condiciones que pueden a veces ser gravosas para quien las recibe y están sujetas a procesos de revisión más allá del control del país beneficiario. Además, pueden estar sujetas a litigios internacionales. Ello obliga a buscar otras alternativas como acuerdos bilaterales de libre comercio que otorguen continuidad y predecibilidad a la ventaja arancelaria.

- ❖ Otra razón significativa es el bajo dinamismo de las exportaciones colombianas a los países vecinos. Partiendo de 1991, cuando exportamos a la subregión US \$778 millones, llegamos en el 2001 a la mayor cifra alcanzada en la historia comercial andina, US \$2.770 millones. Infortunadamente, a partir de entonces nuestras exportaciones a la CAN han mostrado una tendencia decreciente, toda vez que en el 2002 bajamos a US \$2.318 millones y las cifras a agosto de 2003 apenas muestran US \$1.149. (ver anexo3). Esto obliga al Gobierno nacional a buscar otras alternativas con ventas a mercados grandes, dinámicos y con alta capacidad de compra, que compensen lo que parece ser una tendencia irreversible en el mediano plazo.
- ❖ Adicionalmente, ante la eventualidad de una disminución de las reservas petrolíferas probadas del país y una declinación petrolera de las exportaciones a EEUU, se hace necesario compensar una disminución de las mismas y aumentar sus flujos de inversión extranjera.

- ❖ Finalmente, no deja de preocupar que varios de nuestros más destacados competidores (Chile, México, República, los países centroamericanos) en el mercado estadounidense han adquirido posiciones de ventaja, con serias consecuencias para los sectores exportadores más dinámicos de Colombia. Ello nos deja en lugar de desventaja frente a otros países con dotación de recursos similares a la nuestra y obliga a actuar en la dirección correcta para restaurar nuestra presencia exportadora en el mercado más dinámico del mundo.

Si a lo anterior se añade el deslucido comportamiento de las exportaciones tradicionales, es forzoso concluir que Colombia requiere conseguir para sus exportaciones un acceso preferencial, estable y de largo plazo a mercados grandes, dinámicos y con poder adquisitivo, para aumentar y diversificar en forma significativa su oferta exportable, particularmente en productos no tradicionales.

2.3 OBJETIVOS DE COLOMBIA CON EL TLC

En toda negociación, las partes involucradas en ella busca beneficiarse el uno del otro, de manera que dicha negociación resulta favorable para cada una de las partes, es por esto que se hace de mucha importancia conocer los objetivos que

Colombia quiere lograr por medio de la firma de este tratado. Los principales objetivos de las negociaciones son²¹:

- ❖ Mejorar el bienestar de la población a través del logro de mejores empleos y un mayor crecimiento económico basado en el aumento del comercio internacional y en un mayor flujo de inversión nacional y extranjera.
- ❖ Ampliar las ventas de los productos y servicios de Colombia en el exterior y propiciar que sean comprados por un mayor número de países. En particular, ampliar las ventas de productos agrícolas en el exterior, teniendo en cuenta que estos deben entrar a los mercados del mundo con medidas especiales que los pongan en igualdad de condiciones frente a los demás países que protegen este sector.
- ❖ Lograr que los acuerdos sean favorables para la prestación de servicios y propiciar la exportación de los mismos.
- ❖ Brindar a los inversionistas un ambiente de negocios más estable y seguro.
- ❖ Conseguir que los exportadores colombianos puedan participar en igualdad de condiciones en las compras que realizan los sectores públicos en los demás países.

²¹ Cartilla-Las 100 preguntas del TLC (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

- ❖ Buscar reglas precisas en materia de ayudas que los países le dan directamente a sus productores, para que haya igualdad de condiciones y no crear distorsiones en el comercio. Igualmente, tener medidas claras sobre las prácticas restrictivas al comercio que aplican algunos países y propiciar normas para enfrentar las prácticas anticompetitivas.
- ❖ Buscar que la propiedad intelectual tenga niveles razonables de protección (con el fin de incentivar la producción de bienes, servicios y creaciones artísticas y literarias en Colombia), pero sin comprometer la salud de la población ni la posibilidad de contar con medicamentos y otros productos a precios accesibles para el público. Igualmente, se negocian limitaciones y excepciones a los derechos de propiedad intelectual.
- ❖ Generar condiciones que logren mayores transferencias de nuevas tecnologías de otros países.
- ❖ Diseñar un sistema efectivo para la solución de las controversias que surjan con ocasión del tratado.

2.4 TEMAS DE NEGOCIACION

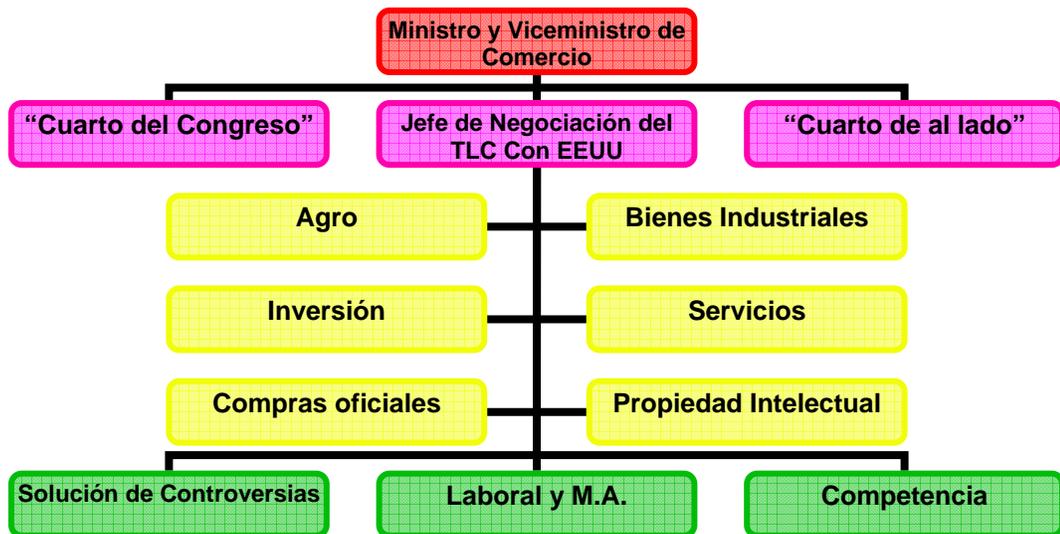
Los acuerdos comerciales profundos buscan establecer un marco general de reglas de juego que den confianza a los inversionistas para la toma de sus decisiones de mediano y largo plazo²².

En la negociación del tratado de libre comercio, Colombia negocia aquellos temas más sensibles para su economía, de forma que estos en un futuro sean beneficiados y no perjudicados.

Colombia cuenta con 21 mesas de negociación con temas distintos, las cuales tienen definidos sus objetivos o lo que quiere lograr por medio de la negociación. Pero para que esta negociación sea exitosa, además, de tener esos objetivos ya claros, debe contar con unos grandes negociantes, los cuales puedan ser capaces de lograr el mayor beneficio para el país, sus habitantes y los sectores más débiles negociados en esta.

²² Cartilla-La negociación del TLC de Colombia con los Estados Unidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

GRAFICO 8. ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO NEGOCIADOR



Fuente: La negociación del TLC de Colombia con los Estados Unidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

La negociación que se está realizando con Estados Unidos cuenta con un equipo negociador especializado y altamente calificado para enfrentar las negociaciones comerciales internacionales, compuesto por funcionarios de diferentes entidades del Gobierno Nacional; en cada tema participan representantes de todos los Ministerios y entidades vinculadas, incluyendo Superintendencias, Comisiones de Regulación e Institutos.

El Señor Ministro de Comercio, Industria y Turismo tiene la función de Coordinador General del Equipo Negociador, al Señor Viceministro de Comercio Exterior, Dr. Eduardo Muñoz, la función de Coordinación de las Negociaciones

Comerciales Internacionales y al Dr. Hernando José Gómez, la función de Jefe de la Negociación del TLC Andino - Estados Unidos.

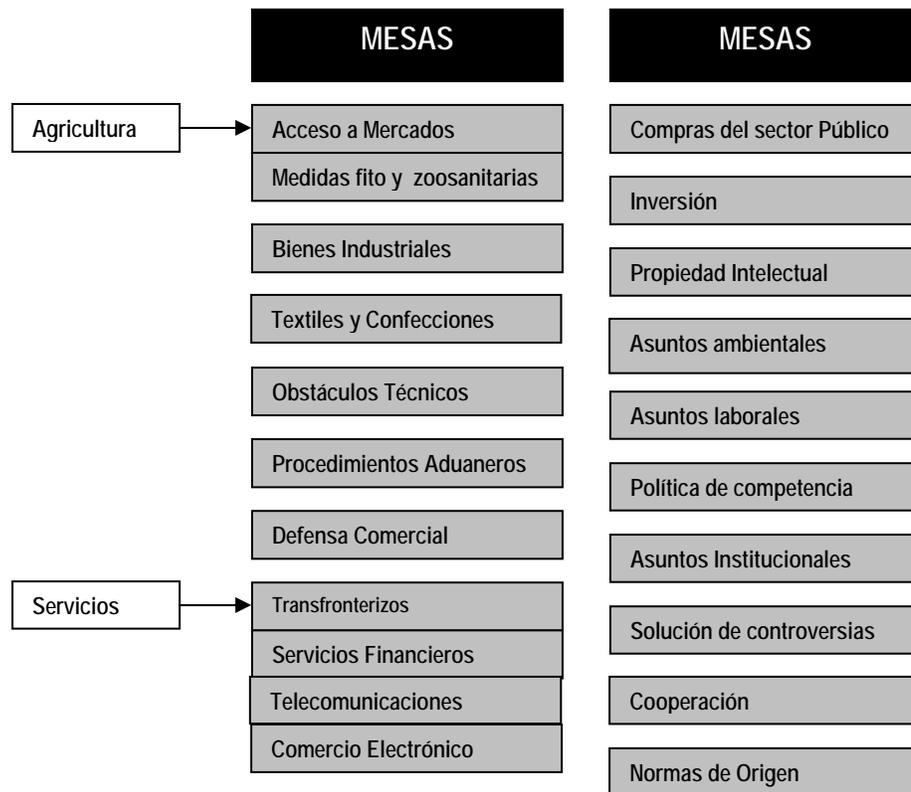
Los integrantes del Equipo Negociador están divididos por grupos temáticos, de acuerdo con la especialización de cada uno de ellos. Cada grupo cuenta con un coordinador.

Además, para asegurar que la interlocución se mantenga aun durante el desarrollo de la negociación, se tiene el “Cuarto de al lado”, en el cual participan miembros de la comunidad empresarial y académica del país, quienes asisten a las rondas de negociación para aportar su experiencia y conocimientos a los negociadores del TLC Andino-Estados Unidos.

También hay un cuarto “Cuarto de acompañamiento del Congreso”, en el cual los Senadores y Representantes que asisten, realizan debates e intercambian puntos de vista con los asistentes al Cuarto de al lado.

El Tratado de Libre Comercio que se negocia entre Colombia y Estados Unidos cubre un amplio espectro de temas, en total la negociación se desarrolla en 21 mesas de negociación, hay temas que son abordados en la negociación en varias mesas; así, por ejemplo, el tema de la agricultura se negocia en 2 mesas: la de Acceso a mercados y la de medidas fitosanitarias y zoonitarias.

GRAFICO 9. MESAS DE NEGOCIACION DEL TLC DE COLOMBIA CON ESTADOS UNIDOS.



Fuente: La Negociación del TLC con los Estados Unidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

El proceso de negociación comercial con Estados Unidos se lleva a cabo bajo criterios de transparencia y participación, cada mesa tiene definidos sus objetivos y lo que quiere conseguir en esta negociación. A continuación describiremos los objetivos de cada mesa.

2.4.1 Agricultura: este tema aborda dos mesas, la de acceso a mercados y medidas fito y zoonosanitarias; tiene como objetivo básico el acceso real de nuestros productos al mercado de los Estados Unidos, no solo mediante la reducción y eliminación de aranceles sino mediante la adopción de las

acciones necesarias para que las medidas fito y zoonosanitarias no sean obstáculos²³.

2.4.2 Bienes Industriales: esta mesa pretende lograr condiciones de acceso preferenciales y permanentes de la oferta industrial de exportación al mercado americano; y de esta manera, busca la eliminación de los aranceles o su reducción a los menores niveles y la disminución de los tramites administrativos.

2.4.3 Textiles y Confecciones: el objetivo de esta negociación es que buena parte de las confecciones que exporta Colombia a Estados Unidos, que desde 2003 entran con arancel cero por los beneficios otorgados en el ATPDEA, tengan esas preferencias permanentes, especialmente porque países competidores como México, Republica Dominicana y los Centroamericanos ya las lograron con la firma de los tratados de libre comercio.

2.4.4 Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC): esta mesa busca el compromiso de los países negociantes en la divulgación de las normas y reglamentos, así como de los procedimientos utilizados para verificar su cumplimiento; de igual forma se busca la identificación y posterior

²³ Cartilla-La negociación del TLC de Colombia con los Estados Unidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

modificación, adaptación o eliminación de las normas que obstaculizan el comercio entre los países que firman el tratado; ya que los reglamentos y normas técnicas, entendidos como las especificaciones técnicas, científicas o tecnológicas que deben cumplir las mercancías exportadas, también aborda los procedimientos seguidos para evaluar el cumplimiento de esos reglamentos y normas, pueden ser utilizados en ocasiones como obstáculos al comercio, de forma que vuelven poco efectiva la desgravación arancelaria como mecanismo de acceso. Anteriormente México contaba con 5.000 normas, Canadá con 6.500 y Estados Unidos con 80.000²⁴.

2.4.5 Procedimientos Aduaneros: la finalidad de esta mesa es la facilitación del comercio de mercancías en beneficio de los exportadores mediante el acceso público a la legislación aduanera, la regulación y los procedimientos administrativos; la eliminación de los trámites, la reducción de procedimientos y la reducción de costos en aduanas para las operaciones comerciales.

2.4.6 Defensa Comercial (Salvaguardias): la salvaguardia es un mecanismo temporal para la protección de una rama específica de la producción

²⁴ Cartilla-La negociación del TLC de Colombia con los Estados Unidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

nacional frente a un aumento imprevisto de las importaciones de un producto que cause o amenace causar daño grave a esa rama productiva, no se trata de competencia desleal, sino de una posición de desventaja temporal a la industria nacional en su propio mercado en consecuencia del proceso de desgravación. La aplicación de esta permite el establecimiento transitorio de restricciones cuantitativas a las importaciones o el aumento de los aranceles por encima de los niveles acordados en el cronograma de desgravación. En el TLC se negoció que estas se puedan aplicar por dos años y renovarse una sola por dos años más. En la mesa se discutan los reglamentos que requieren los productores nacionales para corregir en el mercado nacional los desajustes que les puede ocasionar una mayor exposición al mercado internacional y para que los exportadores puedan defenderse cuando se vean afectados por investigaciones que lleven a la imposición de medidas de salvaguardia.

La aplicación de la salvaguardia General no aplica para el caso de textiles o productos agrícolas, para los cuales se establecen salvaguardias especiales²⁵.

2.4.7 Reglas/Normas de Origen: en un acuerdo bilateral es indispensable establecer las características que deben cumplir los productos para

²⁵ Cartilla-La negociación del TLC de Colombia con los Estados Unidos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo).

beneficiarse de las preferencias de acceso otorgadas mutuamente entre los países firmantes. Esta mesa tiene como objetivo acordar los requisitos para que los productos se consideren como elaborados en los países signatarios del Acuerdo con el fin de acceder a las preferencias arancelarias pactadas, también en ella, se establecen los procedimientos que los países tienen que aplicar para la certificación de las condiciones antes mencionadas, denominadas reglas de origen de las mercancías, y por último, se hace necesario establecer los deberes y obligaciones de los países firmantes cuando se requiere comprobar que las mercancías cumplen con este reglamento y tienen derecho al tratamiento arancelario preferencial.

2.4.8 Compras del Sector Público: el objetivo de la mesa es negociar el acceso de proveedores de bienes y servicios colombianos a los procesos de adquisición de las entidades públicas de los Estados Unidos. Al tiempo, se ofrece el acceso de proveedores americanos al mercado de las compras de las entidades públicas colombianas. Además del acceso mismo, se establecen las normas que rigen la actividad de contratación por parte de las entidades públicas. Colombia busca aumentar la participación de las pymes²⁶ en este mercado.

²⁶ Pequeñas y medianas Empresas.

2.4.9 Inversión: uno de los objetivos de Colombia en la negociación del TLC es la atracción de ahorro del resto del mundo. En relación a este objetivo, esta mesa se orienta a acordar unas reglas de juego claras y estables que brinden seguridad y certidumbre a la inversión extranjera. Además; se busca proteger a los inversionistas colombianos en los Estados Unidos, para que reciban un trato igual al que es otorgado a los estadounidenses respecto de sus inversiones en dicho país.

2.4.10 Propiedad Intelectual: la mesa de propiedad intelectual es una de las que mas preocupa a los colombianos, ya que en ella se incluyen dos temas muy sensibles para el futuro del país; la protección de la biodiversidad y el de las patentes y protección de datos de prueba sobre medicamentos. Esta mesa busca incentivar y proteger la propiedad intelectual, la generación de conocimiento e investigación, el desarrollo de las artes y letras, y la evolución científica y cultural, a la vez que se garantiza acceso a la tecnología y el conocimiento.

2.4.11 Asuntos Ambientales: en esta mesa se negocia el hecho de que los países firmantes definan cuales son sus obligaciones, quienes deben cumplirlas y bajo que condiciones; es decir, hacer cumplir su propia legislación nacional en el tema ambiental y sin necesidad de que Colombia modifique sus leyes o la adopción de estándares de protección ambiental

distintos a los que nuestro país defina de manera autónoma como adecuados para la protección de sus recursos naturales y su medio ambiente.

2.4.12 Asuntos Laborales: similar a la mesa anterior, esta busca que los países suscritores cumplan con la legislación laboral propia y aseguren altos estándares de protección laboral por cada parte.

2.4.13 Política de Competencia: pretende que los países mantengan su autonomía legislativa, pero asumiendo el compromiso de contar con leyes de competencia que sancionen las prácticas no competitivas, como mecanismo de preservación a la eficiencia económica y de protección al consumidor, estas deben asegurar a las empresas el derecho al debido proceso y a la no discriminación por nacionalidad.

2.4.14 Asuntos Institucionales: establecer el marco normativo para la interpretación, aplicación general y administración del tratado. Con el fin de cumplir este objetivo se crea una Comisión de Libre comercio, conformada por miembros de los países participantes; de manera que se supervise el proceso de implementación de este, solucionar las controversias que surjan y supervisar el trabajo de los diferentes comités y grupos de trabajos establecidos.

2.4.15 Solución de Controversias: el hecho de que un tratado se negocien gran cantidad de temas sobre los cuales se adquieren compromisos, es previsible que surjan dificultades entre los países en el proceso de implementación de este. La mesa de solución de controversias surgen con la finalidad de dotar al tratado de los instrumentos necesarios, transparentes y eficaces de conciliación que aseguren la permanencia de este.

2.4.16 Cooperación: acceder recursos frescos de cooperación no reembolsable, que permitan el mejor aprovechamiento del tratado, en tres pilares fundamentales: participación en las negociaciones, implementación del acuerdo y adaptación del sector público y privado para la integración.

2.4.17 Servicios: este es otro de los temas más sensibles que se negocia en este tratado, porque tanto en las economías desarrolladas como en las subdesarrolladas, este sector representa el mayor porcentaje del PIB y del empleo, lo que lo hace de gran importancia para la nuestra.

Los servicios se clasifican por la forma en que estos son prestados o consumidos.

Se diferencian cuatro modos de prestación:

Modo 1:

Comercio Transfronterizo. El consumidor de un país recibe el servicio desde el país del proveedor.

Modo 2:

Consumo en el extranjero. El consumidor de un país se desplaza al país del proveedor para consumir el servicio.

Modo 3:

Presencia comercial. El prestador del servicio de un país abre una sede o una sucursal en el país del consumidor.

Modo 4:

Movimiento de personas físicas. El prestador del servicio de un país se desplaza al país del consumidor para vender el servicio.

Esta negociación aborda los modos 1, 2 y 4, ya que el modo 3 se tiende a vincular con el establecimiento de empresas de un país en otro, tema que es tratado en la mesa de inversión.

El tema de servicios se negocia en 4 mesas distintas, servicios transfronterizos, servicios financieros, telecomunicaciones y comercio electrónico.

- a. Servicios Financieros:** el objetivo de esta mesa es establecer unas reglas que deban regir la prestación de servicios financieros transfronterizos por parte de proveedores del país socio, la inversión en el sector y el reconocimiento de las capacidades de supervisión del ente regulador de cada uno de los países. Asumiendo compromisos en materia del trato nacional, no discriminación y transparencia.
- b. Telecomunicaciones:** esta mesa busca acordar disciplinas que promuevan la competencia en la prestación del servicio y normalicen la inversión en infraestructura de telecomunicaciones. Además, se busca la obligación de brindar acceso no discriminatorio a las redes y servicios públicos de telecomunicaciones para su uso por parte de operadores del otro país y establecer reglas que prohíban prácticas anticompetitivas por parte de cada país firmante de este tratado.
- c. Comercio electrónico:** el objetivo de esta mesa es la expansión del comercio electrónico como instrumento para crear nuevas oportunidades de negocios entre Colombia y Estados Unidos, evitando la imposición de gravámenes sobre las transacciones electrónicas, mediante la implementación de reglas de juego justas.

d. Servicios transfronterizos: al igual que las mayorías de las mesas anteriormente nombradas, esta busca crear unas reglas de juego claras para el comercio de servicios entre Colombia y Estados Unidos. Ellas se aplican a los modos 1, 2 y 4, arriba mencionados.

Entre los compromisos que asumen los países signatarios del tratado, se encuentra el del trato nacional, en donde cada país debe dar a los proveedores de servicios del otro país el mismo trato que da a sus propios proveedores. De forma similar, se asumen compromisos de no discriminación en el acceso al mercado; los países firmantes no pueden adoptar medidas que limiten a los proveedores de servicios del otro país en aspectos como el número de proveedores, el monto de los activos y el valor o número de transacciones a realizar, el número de personas que se pueden contratar y la forma jurídica que deban adoptar los proveedores de servicios. Tampoco se pueden imponer la presencia local a los prestadores de servicios del otro país, como condición para permitirle el suministro de un servicio.

No obstante, la aplicación de los compromisos se puede limitar por la legislación existente. En algunos sectores, la presencia local es necesaria por razones de protección al consumidor o al ahorrador, lo que hace de imponer este condicionamiento. Para que la legislación existente sea aceptada como parte del tratado, debe ser presentada y justificada en la mesa (es lo que se conoce con el nombre de **medidas disconformes**).

El turismo, el cual es una pieza importante dentro de esta investigación, por lo que aquí buscamos describir las posibles consecuencias que tendrá la firma de un TLC en el; forma parte del tema de servicios transfronterizos.

En cuanto a este sector, se esta presentado una medida disconforme en el tratado, la cual hace referencia a un subsector importante de este, Agentes de viaje y turismo y esta dentro de las obligaciones de trato nacional, presencia local.

La cual dice que “para ejercer como Agentes de viajes y Turismo, una persona debe estar vinculada laboralmente a una agencia de viajes, operadora o mayorista legalmente establecida en Colombia. Adicionalmente los extranjeros deben ser residentes en el país y mayores de edad”²⁷.

Hasta el momento, el tema del turismo no ha sido negociado profundamente en este tratado, pues el turismo no es unos de los temas más sensibles para la economía nacional, pero si lo es para la economía cartagenera; pues Cartagena es una ciudad que depende en gran parte del sector turístico. Es por esto, que se hace necesario conocer los objetivos que se pretenden alcanzar en las mesas y más en la de servicios transfronterizos, pues como se dice anteriormente el turismo forma parte de este tipo de servicios.

²⁷ Disconformidades de Colombia, mayo 2005, pagina 14.

2.5 RONDAS DE NEGOCIACION

Para que sea firmado el tratado de libre comercio, los países involucrados, en este caso, Colombia y Estados Unidos, han hecho algunos encuentros de sus equipos negociadores. Estos encuentros son denominados: Rondas de Negociación, en ellas cada equipo negociador hace sus ofertas con base en sus objetivos e intereses.

Estas rondas han tenido lugar en distintas ciudades de los países participantes. A continuación se muestra el cronograma de las rondas:

TABLA 4. RONDAS DE NEGOCIACION

| RONDA | FECHAS | SEDE |
|----------------|--|----------------------------|
| Primera | 18 y 19 de mayo de 2004 | Cartagena, Colombia |
| Segunda | 14 a 18 de junio de 2004 | Atlanta , Estados Unidos |
| Tercera | 26 a 30 de julio de 2004 | Lima, Perú |
| Cuarta | 13 a 17 de septiembre de 2004 | Fajardo, Puerto Rico |
| Quinta | 25 a 29 de octubre de 2004 | Guayaquil, Ecuador |
| Sexta | 30 de noviembre a 4 de diciembre de 2004 | Tucson, Estados Unidos |
| Séptima | 7 a 11 de febrero de 2005 | Cartagena, Colombia |
| Octava | 14 a 18 de marzo de 2005 21 a 22 de marzo de 2005 (Reunión bilateral Agricultura) | Washington, Estados Unidos |
| Novena | 18 a 22 de abril de 2005 | Lima, Perú |
| Décima | 6 a 10 de junio de 2005 | Guayaquil, Ecuador |
| Decimoprimeros | 18 a 23 de julio de 2005 | Miami, Estados Unidos |
| Decimosegunda | 19 a 23 de septiembre de 2005 | Cartagena, Colombia |
| Decimotercera | 14 al 23 de noviembre de 2005 | Washington, Estados Unidos |

Los jefes de los equipos negociadores han acordado finalizar las negociaciones del tratado de libre comercio con la decimotercera ronda, la cual tendrá lugar en Washington, Estados Unidos, pero no hay certeza de que sea la última. Pues en los temas más sensibles como la agricultura, Estados Unidos sigue manteniendo posiciones rígidas que no favorecen a los países andinos.

EL SECTOR TURISTICO FRENTE AL TRATADO DE LIBRE COMERCIO

“El turismo constituye una de las industrias que presenta un progresivo incremento de su protagonismo dentro de las economías de la mayor parte de los países. Las ciudades turísticas buscan ser más competitivas como producto y destino, de manera que puedan posicionarse en el mercado como el destino turístico más atractivo del mundo.”²⁸.

Cartagena de Indias, a pesar de ser una ciudad con muchos atractivos turísticos, ser patrimonio histórico y cultural de la humanidad, y ser preferida por muchas personas en el mundo como destino para vacacionar; viene afrontando problemas a nivel competitivo, pues esta no ha sabido explotar todas esas fortalezas que posee, y adicional a esto, la mala imagen que posee el país en el mundo no la favorecen.

Con la puesta en marcha de un tratado de libre comercio con Estados Unidos, quien ha sido el mayor social comercial de Colombia desde hace muchos años, y además, esta ubicado en el segundo puesto después del continente Europeo, como la región de procedencia de los turistas internacionales que mas llegan a la ciudad; Cartagena puede favorecerse en algunos aspectos. Es por esto, que en

²⁸ Plan maestro del Turismo del Litoral del Caribe Colombiano.

esta parte de la investigación nos referiremos a las posibles consecuencias que tendrá el TLC en el turismo de esta. Pero antes de referirnos a esto analizaremos la competitividad del sector, su infraestructura actual, y los proyectos por mejorarla, para observar como se comportaría el sector frente al hecho del libre comercio de bienes y servicios.

3.1 LO BUENO DEL TURISMO EN EL 2004 Y 2005.

Contrariamente a lo que venia pasando desde los años 1998 y 1999, el 2004 fue un año que mostró una recuperación, esto lo demuestran las graficas 2 y 3 del primer capitulo, en donde se ve un aumento en la ocupación hotelera de Cartagena.

En el 2004 tuvieron lugar algunos hechos que ayudaron a la recuperación del turismo, entre estos hechos esta:

- ❖ La llegada de Air Madrid: más posibilidades para la colonia colombiana residente en España y para el turismo de los españoles a Colombia, especialmente Cartagena.
- ❖ El regreso de aerolíneas Argentinas.
- ❖ El anuncio de la llegada de la aerolínea española Air Plus Comet.
- ❖ Incremento en las ventas de las agencias de viajes por boletos nacionales.

- ❖ Crecimiento del turismo domestico. La movilización aérea creció 3.5% y la terrestre 11%.

En el 2005, el sector turístico sigue recuperándose, en el primer semestre del año mostró un nuevo repunte, ya que la ocupación hotelera manifestó un aumento en comparación con el año 2004 en su primer semestre. (Ver tabla5) Esto da indicios de que para fin de año, el turismo pueda seguir aumentando; además se espera la visita de cruceros en su temporada habitual de octubre a mayo, con una recalada de 29 cruceros durante este periodo, con un total aproximadamente de 42.400 pasajeros²⁹ a bordo de estos cruceros, aspecto valioso ya que genera entrada de divisas en la economía local.

El gobierno nacional y las entidades locales se esfuerzan para reactivar el turismo es con el fin de hacer de la ciudad de Cartagena, un destino turístico mucho mas competitivo como destino y producto, haciendo que la ciudad sea atractiva para turistas del extranjero, que son una variable significativa para mirar el posicionamiento de la ciudad como destino turístico internacional, y a su vez con el turismo interno, que ha mostrado un avance en los últimos años.

²⁹ Recaladas programadas por la sociedad portuaria regional Cartagena, información suministrada por la SPRC.

TABLA 5. OCUPACIÓN HOTELERA 1ER SEMESTRE 2003-2004-2005

| Periodo | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 semestre COTELCO | 45% | 55% | 59% |
| 1 semestre ASOTELCA | 40% | 39% | 48% |

FUENTE: Tabla hecha por autores con información suministrada por COTELCO – ASOTELCA.

3.2 INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Un factor determinante dentro del turismo de Cartagena, es el conjunto de servicios que lo conforman, los cuales se hacen necesarios para su buen funcionamiento y competitividad de la ciudad frente a otras.

La infraestructura turística presenta muchas debilidades, entre estas se encuentran las siguientes:

- ❖ En las playas no hay baños públicos, regaderas.
- ❖ Las playas tienen pocos puesto de salvavidas.
- ❖ No existen puntos de información turística.
- ❖ El transporte público es caótico, con poca información de sus recorridos y los conductores no tienen respeto hacia el turista. Pues los turistas

extranjeros están habituados a viajar en metro o tren, acostumbrados a encontrar en las estaciones información sobre la ciudad que visitan,

- ❖ Los sitios turísticos no cuentan con un servicio de transporte que lleve al turista hacia ellos.
- ❖ Falta de control y regulación de los vendedores ambulantes en las playas y en el centro amurallado de la ciudad, lo que se convierte en una obstrucción para el turista que viene a descansar y a conocer.
- ❖ El color viscoso del agua y el color de la arena de las playas, les resta mucha competitividad frente a otros destinos.

Si a lo anterior le sumamos la poca llegada de vuelos internacionales y el insuficiente control sobre vertidos contaminantes al mar; se puede decir que la infraestructura turística de Cartagena es muy pobre, lo que hace de esta una ciudad poco competitiva.

En entrevista con la asistente de presidencia de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, Kathy Rincón, se comentó del liderazgo de proyectos para convertir las debilidades en fortalezas, de manera que la ciudad posea una infraestructura turística capaz de competir tanto a nivel regional (caribe, CAN), como a nivel internacional.

Cabe destacar algunas de las fortalezas de la infraestructura turística, para así conocer aquellos puntos fuertes que hacen de esta una ciudad atractiva para el turismo; la temperatura del agua de las playas es calida, infraestructura para la recepción de cruceros, red vial principal en buen estado.

3.3 COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO COMO DESTINO Y PRODUCTO.

Para que Cartagena pueda ser mejor competitivamente hablando que otros destinos turísticos, esta debería contar con algunos factores no desarrollados en pro de ser un destino mucho más atractivo.

Teniendo en cuenta “*El estudio de competitividad del sector turismo (1997)*”, en donde se hace un análisis basado en el diamante de Porter, considerando factores desde “Los hoteles exclusivos de Cartagena” y “la amabilidad de la gente” hasta “las zonas de miseria”³⁰, y *El Plan maestro de turismo del litoral caribe*, donde se busca elementos para mejorar la competitividad y enfocada a la construcción de un plan de planificación estratégica sobre el desarrollo integrado de todas las partes del sistema turístico.

³⁰ La competitividad Turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Pág. 28.

Cartagena se ubico como el destino más competitivo en los productos sol y playa y aquellos relacionados con la historia, segundo lugar en naturaleza y aventura, el segundo en ciudades y el cuarto en negocios.

Entre sus principales fortalezas se destaco la máxima carga de identificación de la ciudad como “Caribe Histórico” y la conservación de su centro histórico, y su prestigio como escenario de eventos internacionales.

El diagnostico del turismo en el Plan maestro de turismo del litoral del caribe colombiano se resume en una matriz DOFA³¹, la cual se puede ver a continuación en las tablas 6, 7, 8 y 9:

³¹ Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

TABLA 6. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS PUBLICOS Y TRANSPORTE

URBANO

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| Infraestructura aeroportuaria de nivel alto. | Deficiente conectividad aérea (apenas se reciben vuelos regulares internacionales). |
| | Red vial urbana deficiente y con importantes niveles de sobresaturación. |
| Infraestructura para la recepción de cruceros. | Ausencia de vías peatonales en zonas turísticas y dificultad de tránsito por las aceras en dichas áreas. |
| | Falta de servicios de vigilancia y primeros auxilios en las playas. |
| Red vial principal en buen estado y con un aceptable nivel de conectividad entre los principales municipios turísticos del litoral caribe. | Presión especulativa sobre áreas de gran interés y aprovechamiento turístico. |
| | Entornos urbanos sobresaturados, con invasión del espacio público que dificulta el tránsito peatonal y vehicular. |
| Existencia de espacios para nuevos desarrollos turísticos. | Importantes carencias en infraestructura náutica (marinas deportivas) para la recepción y atención de embarcaciones recreativas. |
| | Importantes carencias de equipamientos deportivos de uso turístico y recreativo. |
| | Déficit en el servicio de información turística. |
| | Insuficiente control sobre vertidos contaminantes al mar. |

Fuente: La competitividad Turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado.

TABLA 7. ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| Atractivos naturales de gran interés y singularidad | Insuficiente acondicionamiento de los atractivos histórico-monumentales: señalización, información, horarios de visita, interpretación etc. |
| Notable extensión de playas de aceptable calidad. | Carencia de un sistema de señalización turística. |
| Atractivos histórico-monumentales de especial singularidad. | Las playas se encuentran en un estado de insuficiencia de equipamientos y servicios públicos: amoblamiento, ajardinamiento, limpieza, ordenamiento de las actividades económicas, control de la venta ambulante y la mendicidad, vigilancia y seguridad, señalización, etc. |

Fuente: La competitividad Turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado.

TABLA 8. PROMOCION

| DEBILIDADES |
|---|
| La promoción del destino en los mercados internacionales es prácticamente inexistente. No se realizan campañas de comunicación para contrarrestar la imagen de inseguridad que tiene el destino en muchos mercados. |
| Insuficiente definición de las marcas del destino. |
| Desarrollo de campañas de promoción con una insuficiente programación y control sobre sus resultados. |

Fuente: La competitividad Turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado.

**TABLA 9. PRINCIPALES AMENAZAS TENIENDO EN LA CUENTA LA
COMPETENCIA Y LA TENDENCIA DEL MERCADO**

| AMENAZAS |
|--|
| Importante numero de destinos directamente competidores del caribe colombiano (con similares recursos y atractivos turísticos). |
| Mejor posicionamiento en los mercados internacionales. |
| Condiciones de los destinos competidores: mayor número de plazas hoteleras de calidad, diversidad de topologías de alojamiento, oferta de productos, infraestructuras, equipamientos, servicios de apoyo a las actividades turísticas. |
| Consideración de la seguridad como una importante variable a la hora de elegir un destino turístico. |
| Descenso de los movimientos turísticos hacia el caribe (saturación del mercado). |
| Conflicto de orden publico que vive el país. |

Fuente: La competitividad Turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado.

Si hacemos énfasis en la competitividad de Cartagena como destino y producto. Podemos resaltar aspectos negativos como destino, entre ellos: un destino no diversificado, no se desarrollan nuevos productos, promoción nula, problemas económicos y sociales de la ciudad.

Como producto, Cartagena no tiene un alto posicionamiento, la oferta de productos turísticos que se ofrece no llena las expectativas de los consumidores y además, este producto presenta un alto precio en relación a sus competidores.

Aunque en Cartagena se han presentado planes con el fin de vencer estas negativas, la competitividad de Cartagena como destino y producto se ha visto

afectada por la no ejecución de estos, contrariamente a lo que se dice, muchos de estos planes han quedado solo en documentos, lo que no ayuda a la ciudad a posicionarse.

Actualmente entes como el Ministerio de Comercio, Industria y turismo a nivel nacional, la Corporación Turismo Cartagena y el Cluster de Turismo de la ciudad están liderando una serie de iniciativas basados el “Plan litoral del Caribe colombiano 2003”, y el “Plan sectorial de Cartagena de indias 2004”, con los cuales han detectado estos casos negativos y se esta trabajando para alcanzar en un mediano y largo plazo la solución de estas falencias, y a su vez posicionar la ciudad en infraestructura turística competitiva frente sus competidores.

3.4 TLC Y TURISMO

Toda negociación trae consigo consecuencias, estas se ven reflejadas en algunos sectores de quienes hacen dicha negociación. Es importante señalar que cualquier negociación implica un riesgo, pues no se tiene la certeza de lo que va a suceder hasta que esta es llevada a cabo.

En el capitulo anterior, se analizo el tratado de libre comercio entre Colombia y Estados unidos, plasmando los objetivos que busca Colombia por medio de esta.

De lo que no se tiene evidencia es si Colombia lograra dichos objetivos y que pasara con el desarrollo económico del país y los sectores que lo conforman.

El turismo, uno de los sectores económicos fundamental de la economía colombiana y aun más de la cartagenera, puede ser una de las divisiones que se vera mas afectada por la firma de este tratado.

3.4.1 POSIBLES INCIDENCIAS DEL TLC EN EL SECTOR TURISMO

Con respecto a los objetivos y compromisos que se están negociando en la mesa de servicios transfronterizos, Cartagena como ciudad turística no tendría dificultades al asumir estos parámetros, pues al momento que se de la comercialización de dichos servicios, la ciudad no presenta obstáculo alguno para que los proveedores del otro país signatario del tratado pueda prestar servicios turísticos en la ciudad, ya que el hecho de desarrollar nuevos y diversificados productos turísticos seria ventajoso para el progreso y competitividad del sector, porque la falta de ejecución de proyectos nacionales y locales que en años pasados se han propuesto con el fin de vencer aquellas debilidades que presenta el sector, no ha ayudado a ser de Cartagena un destino turístico mas competitivo y atractivo.

Con la puesta en marcha de un Tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos, el turismo seguramente atravesara algunos beneficios indirectos:

- ❖ Dentro de las fortalezas competitivas que presenta Cartagena, se destaca la buena infraestructura del turismo de convenciones y eventos, ya que la ciudad cuenta con el Centro de Convenciones Getsemani de Cartagena y con una oferta hotelera especializada y calificada para este tipo de evento; la cual en estos últimos años ha tenido un mayor auge, esto se ve plasmado en la realización de ferias internacionales, congresos, reuniones diplomáticos, entre las que sobresalen las rondas de negociación del TLC que tuvieron lugar en la ciudad. Esto da como indicio el crecimiento de este tipo de turismo, y que se espera que con la firma de un tratado de libre comercio se lleven reuniones comerciales entre empresarios de ambos países y que el lugar donde se lleven a cabo estas citas sea Cartagena, pues con la política de seguridad democrática que se viene desarrollando el gobierno del Presidente Álvaro Uribe, le ha dado confianza a los extranjeros para desplazarse hacia aca.
- ❖ El tema de la inversión podría ser uno de los pilares para que progrese el turismo, en esta época en la ciudad se están liderando proyectos de construcciones para darle una mejor arquitectura turística, entre estos se destaca el proyecto de la Isla de Barú, el sector de bocagrande y además,

en norte de la ciudad sector la boquilla se adelantan construcciones de este tipo. Esto puede conllevar a que muchos inversionistas gringos vean a la ciudad como un buen mercado para invertir y crear ofertas turísticas dado su atractivo histórico y cultural; un ejemplo de estas, podría ser la inversión de las grandes cadenas hoteleras gringas viendo que en la ciudad se lideran planes para hacer competitiva la infraestructura, y ello hace que estos decidan invertir en ella.

- ❖ El hecho de que Estados Unidos quiere firme un tratado de libre comercio con Colombia, le da mayor confianza a los americanos y residentes de EEUU y, a su vez a los procedentes de otros países para que se desplacen hacia Colombia y vean en el país, a Cartagena como principal sitio turístico por su riqueza histórica y cultural.

Los beneficios que traería este TLC sería aun mayores, si dentro de las negociaciones se incluyera el tema del “Travel Warning” y la revisión de las condiciones para otorgar visas a los colombianos”.

La advertencia de Estados Unidos a los viajeros que visiten Colombia es una barrera paraarancelaria, pues se ha podido comprobar que hay destinos en

nuestro país que merecen un tratamiento diferente a la generalización de que Colombia es peligrosa.

El pasado diciembre el Departamento de Estado de Estados Unidos expidió nuevas advertencias sobre Colombia recomendando a sus nacionales que se abstengan de viajar a nuestro país, al calificar el territorio nacional como un destino de alto riesgo. Este comunicado señala especialmente a Bogotá, Barranquilla y Cartagena, como ciudades en las que se observa "una creciente amenaza contra los intereses y los ciudadanos norteamericanos".

Es sorprendente este señalamiento, cuando en el anterior Travel Warning, de hace seis meses, afirmaba, refiriéndose a Cartagena, que "ofrecía seguridad en su ciudad amurallada", y en este lapso, y desde hace mucho no se conoce de ningún hecho que deba preocupar a los turistas.

No se pide que los Travel Warning se acaben, sino que se diferencie y no se generalicen, ya que estos han hecho efectos no satisfactorios para el turismo, especialmente en el turismo de cruceros, donde se tenía asegurado la llegada de 80 cruceros para la temporada comprendida en el periodo de agosto de 2003- mayo de 2004. y como consecuencia de estas advertencias solo llegaron 47 embarcaciones y además, las mejores líneas de cruceros no nos escogen dentro su recorrido por el miedo que estas le dan.

El tema de las visas no beneficiara al turismo receptivo de Cartagena, pero si al emisor y mas si es de negocios, pues para aquellas personas naturales o jurídicas que tengan la intención de intercambiar bienes y servicios, si se siguen aumentando las exigencias para ingresar a ese destino, el TLC no será productivo.

Es primordial que dentro del Tratado, se establezcan mecanismos expeditos para los empresarios y para la gente que en desarrollo del acuerdo tendría que hacer viajes al país norteamericano.

No se trata de que porque hay TLC todo el mundo pueda conseguir visa fácil, el asunto es que las visas no se conviertan en un obstáculo para cumplir con los objetivos del tratado que se firme. En el TLC con Chile, por ejemplo, se abrió un capítulo de visas y se dieron unos cupos especiales.

El equipo negociador colombiano debe buscar la manera de proteger a los comerciantes colombianos de forma que ellos puedan desplazarse al estado americano fácilmente para ofrecer sus productos y a la vez, que los americanos no tengan inconveniente alguno por venir a negociar e invertir en el país, llegando a las ciudades menos peligrosas (entre ellas Cartagena), al mismo tiempo que se beneficia el turismo.

CONCLUSIONES

- ❖ El turismo es una moderna industria de servicios dotada de características muy especiales, la cual ha adquirido en los últimos años proporciones asombrosas, que ha traído prosperidad a todos los países que han sabido manejarla, por lo tanto la ciudad no puede ignorar su trascendencia y sus problemas.

- ❖ Cartagena por su posición geográfica se convierte en un punto principal para el desarrollo de actividades turísticas y recreativas, es importante que los entes encargados de este sector continúen en la tarea de promoverlo tanto regional como internacionalmente, ya que las divisas que se perciben del turismo son un aporte importante para la economía de la ciudad.

- ❖ El sector turístico de la ciudad le da un aporte al PIB de la ciudad muy importante, por la variedad de empresas y de productos ofrecidos, además es un renglón muy elemental por los puestos de trabajo que crea tanto directos como indirectos, esto hace que el turismo en general a nivel nacional, sea un sector muy destacable en el ámbito económico del país, y en especial en el ámbito local.

- ❖ Cartagena es el principal destino turístico nacional y su capacidad hotelera es la segunda del país, concentrando esta actividad en Bocagrande donde hay hoteles 5 estrellas y 3 estrellas, además este ha sido el lugar preferido para disfrutar de los atractivos turísticos, sin embargo la ciudad amurallada ha venido

diversificando esto, ya que en su interior existen hoteles de mucha categoría como la son el hotel Santa Clara y el Santa Teresa (Charlestone).

❖ Existen factores que restan competitividad a la ciudad tales como: insuficiente red vial urbana, mal servicio del transporte turístico publico, baja cobertura en la prestación de servicios turísticos, un aeropuerto sin las condiciones adecuadas a las características de la ciudad, persistencia en el acoso al turista por los vendedores ambulantes, poca infraestructura en la playas (no hay baños, no hay regaderas pocos puestos de control e información y de salvavidas), factores que le restan explotar al máximo el potencial turístico de la ciudad.

❖ Se observa que el turismo extranjero ha caído considerablemente en comparación con la década de los ochenta y noventa, como consecuencia de la imagen del país en extranjero y la poca oferta turística de la ciudad en el exterior, pero se destaca la labor del gobierno nacional por tratar de mejorar este aspecto negativo, ya que es muy importante para la economía local. Otro aspecto es del turismo de cruceros que en los noventa presento una tendencia creciente, en estos años ha sido cada vez menor, presenta una disminución anual, ya que muchas líneas de crucero no arriban a la ciudad por problemas de inseguridad.

❖ Se destacan las iniciativas del cluster de turismo por querer hacer de la ciudad un destino mas competitivo y diversificado en materia de oferta turística, ya que trabajan con base a proyectos que se han ido desarrollando y falta por desarrollar en un mediano y largo plazo.

❖ El turismo no es reglón principal el mesas de negociación del TLC, aunque este incluido el la parte de lo servicios tranfronterizos, el turismo no se destaco por ser importante a lo que se refiere a la búsqueda del libre comercio con Estados Unidos, se destaca que este se pueda ver influenciado de manera indirecta, por situaciones relacionadas con la inversión, prestación de servicios, instalación de empresas etc.

❖ De las entrevistas informales y de las noticias locales se puede concluir que una buena parte de los turistas extranjeros que acuden a Cartagena lo hacen con un fin de turismo sexual, una realidad muy triste de aceptar pero que ha tenido un despliegue periodístico importante últimamente, esta realidad refleja la falta de competitividad y nuestras debilidades competitivas respecto a las variables económicas analizadas en este estudio.

BIBLIOGRAFIA

- ❖ Uribe Vélez, Álvaro; Botero, Jorge Humberto; Ortega, Juan Ricardo; Zarruk, Carlos Alberto; Gómez, Humberto José y Campo, Maria Isabel. “Las 100 preguntas del TLC”. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia.

- ❖ López, Luís Fernando. Economista. Coordinador del Programa “Sociedad Civil y TLC” en el departamento de Bolívar.

- ❖ Guerrero, Carmen Julia y Rosales, Nayib. “Caracterización de los productos turísticos que ofrece Cartagena de Indias, como atractivo para los turistas provenientes de la Comunidad Andina”, 2003. Minor en Negocios Internacionales. Universidad Tecnológica de Bolívar.

- ❖ Mebarak, Dunia Sara; Rico, Maria del Rosario y Maza, Tatiana. “Diagnostico del turismo receptivo en la ciudad de Cartagena de Indias y formulación de estrategias para su atención diferencial”, 1999. (Administradores). Trabajo de Grado. Universidad Tecnológica de Bolívar.

❖ Díaz, Juan Carlos y Ustariz, Luís Alberto. “Caracterización de la demanda turística de Nacionales y extranjeros que visitan Cartagena de Indias D. T. y C. como factor de competitividad”, 1999. (Economistas). Trabajo de Grado. Universidad Tecnológica de Bolívar.

❖ Gómez, Álvaro Alejandro. “La Política Exterior de Colombia frente a los procesos de integración de la Comunidad Andina, el Grupo de los Tres y el MERCOSUR”. Tercer Secretario de Relaciones Exteriores Dirección de Asuntos Bilaterales y Regionales Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia. II Congreso de negocios Internacionales, Universidad EAFIT Medellín Marzo de 2003.

❖ Cámara de Comercio de Cartagena. “El Conversatorio de Turismo”. Análisis de la semana Santa, Mayo del 2003.

❖ Botero, Jorge Humberto; Muñoz Gómez, Eduardo; Zarruck, Carlos Alberto; Gómez, Hernando José y Avendaño Cruz, Hernán. “La Negociación del TLC de Colombia con los Estados Unidos”. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

❖ Alcaldía de Cartagena de Indias, Corporación Turismo Cartagena de Indias, Instituto de Patrimonio y Cultura, Corporación Cartagena 2011, Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo. “Plan Sectorial de Turismo de Cartagena de Indias”, Abril de 2004.

❖ López Pineda, Luis Fernando; Acosta Valdelamar, Fernán; Piña Gómez, Andrea y Castellón, José Luis. Compendio Estadístico “Cartagena en Síntesis 2004”.

❖ Informe de Coyuntura Económica Regional, ICER. I Semestre y II Semestre de 2004, No. 17 y 18.

❖ Pagina de Internet del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
www.mincomercio.gov.co/tlc

❖ Pagina de Internet del Tratado de libre comercio Andino-EEUU.
www.tlc.gov.co

❖ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Disconformidades de Colombia.
Pág.14.

- ❖ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Carta German Vargas LLeras. Bogota. 2003. Pág. 3-4.

- ❖ Quintero Puentes, Paola; Bernal Mattos, Camila y López Bandera, Héctor. La Competitividad Turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento del mercado. Serie de Estudios sobre la competitividad de Cartagena, No. 4.

- ❖ Datos climáticos de la pagina de Internet www.ideam.org.

- ❖ Baldovino, Erick. “Turismo extranjero en Cartagena: Diagnostico y Perspectivas”. Cámara de comercio, centro de documentación. Cartagena septiembre 2003.

- ❖ Galvis, Luís y Aguilera, Maria.” Determinante de la demanda por turismo hacia Cartagena 1994-1998”. Centro de investigaciones económicas del caribe colombiano.

- ❖ Diario El País. Sección Económica. Con el TLC ganaría el Turismo Colombiano. Mayo 28 de 2004.

❖ Pagina de Internet del Diario La Republica. TLC al día. “Agencias de viajes, preocupadas por visas y Travel Warning”. 27 de mayo de 2004.
www.larepublica.com.co/tlc/turismo.html

❖ Revista Semana. El TLC y su impacto en el turismo colombiano.

❖ Icontec. Compendio de Normas Técnicas Colombianas de Tesis y Otros Trabajos de Grado. Bogota, 2004. Pág. 5-38.

❖ Rincón, Kathy. Asistente de Presidencia. Corporación de Turismo Cartagena de Indias.

❖ Carcamo, Dorey Lucia. Directora Ejecutiva. Asociación Hotelera del Caribe ASOTELCA.

ANEXOS

ANEXO A

| TURISTAS EXTRANJEROS LLEGADOS A CARTAGENA POR REGIÓN DE PROCEDENCIA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Periodo 1976 - 1996 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Regiones | 1969 | 1976 | 1979 | 1981 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 |
| Europa | 311 | 503 | 844 | 1.164 | 1.050 | 891 | 697 | 1.323 | 1.189 | 1.528 | 884 | 2.058 | 3.550 | 6.362 | 7.954 | 10.964 | 20.987 | 40.950 | 32.589 |
| Norte América | 877 | 8.389 | 9.873 | 9.366 | 5.751 | 4.860 | 5.319 | 5.759 | 13.171 | 21.067 | 30.697 | 27.759 | 2.604 | 15.072 | 15.960 | 17.884 | 17.165 | 16.410 | 11.966 |
| Centro América | 254 | 948 | 1.611 | 845 | 719 | 887 | 894 | 1.222 | 1.013 | 1.473 | 1.859 | 936 | 1.031 | 2.908 | 2.903 | 5.173 | 12.228 | 8.406 | 6.959 |
| Sur América | 198 | 191 | 1.824 | 2.144 | 1.959 | 652 | 460 | 516 | 467 | 454 | 547 | 802 | 307 | 1.442 | 1.738 | 4.885 | 349 | 8.085 | 230 |
| Zona Caribe | | 124 | 98 | 189 | 187 | 258 | 125 | 212 | 138 | 161 | 357 | 185 | 135 | 99 | 131 | 552 | 6.187 | 459 | 5.442 |
| O.P.M. | 25 | 105 | 190 | 144 | 329 | 292 | 294 | 618 | 379 | 750 | 437 | 358 | 156 | 263 | 603 | 622 | 535 | 841 | 573 |
| Total | 1.665 | 10.260 | 14.440 | 13.852 | 9.995 | 7.810 | 7.789 | 9.650 | 16.357 | 25.433 | 34.781 | 32.098 | 7.783 | 26.146 | 29.289 | 40.080 | 57.451 | 75.151 | 57.759 |
| Fuente: DAS (Dpto. de Extranjería) observatorio del caribe colombiano. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| O.P.M.: Otras partes del mundo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nota: Los datos obtenidos desde 1989 a 1996: DAS-Depto. de Extranjería. (El Caribe Colombiano) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ANEXO B. REGION DE PROCEDENCIA DEL TURISTA EXTRANJERO

| REGIÓN DE PROCEDENCIA | 1990 | | 1995 | | 1.998 | | 2002 | |
|------------------------|--------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| | Personas | % | Personas | % | Personas | % | Personas | % |
| EUROPA | 3.550 | 46% | 40.950 | 54% | 10.725 | 25% | 2.656 | 11% |
| NORTE AMÉRICA | 2.604 | 33% | 16.410 | 22% | 17.805 | 41% | 9.637 | 40% |
| CENTRO AMÉRICA | 1.031 | 13% | 8.406 | 11% | 7.449 | 17% | 6.603 | 28% |
| SUR AMÉRICA | 307 | 4% | 8.085 | 11% | 481 | 1% | 3.617 | 15% |
| ZONA CARIBE | 135 | 2% | 459 | 1% | 5.830 | 13% | 535 | 2% |
| OTRAS PARTES DEL MUNDO | 156 | 2% | 841 | 1% | 933 | 2% | 816 | 3% |
| TOTAL | 7.783 | 100% | 75.151 | 100% | 43.223 | 100% | 23.864 | 100% |

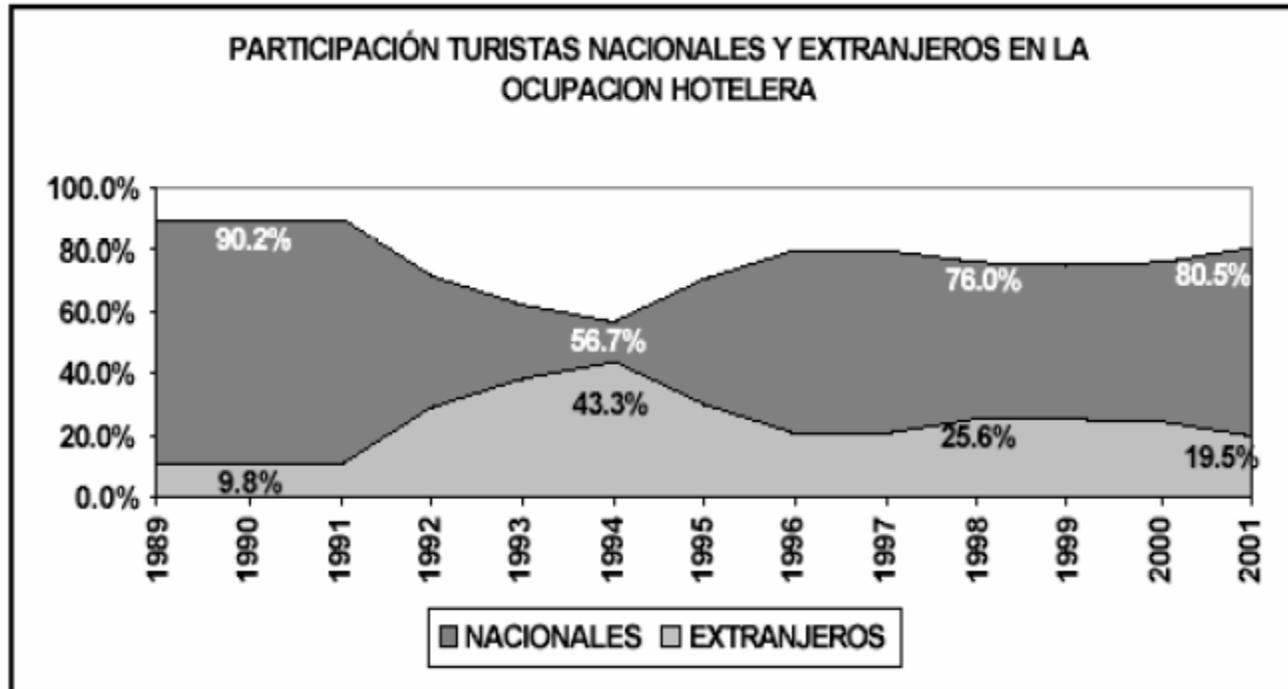
FUENTE: ESTADISTICAS BASICAS DE CARTAGENA Y DAS.

ANEXO C. EVOLUCION OFERTA HOTELERA 1989-2002

| Año | No. De Habitaciones | Año | No. De Habitaciones |
|------------|----------------------------|------------|----------------------------|
| 1989 | 2.824 | 1996 | 4,444 |
| 1990 | 3.043 | 1997 | 4.444 |
| 1991 | 3,257 | 1998 | 4.484 |
| 1992 | 3.439 | 1999 | 4,754 |
| 1993 | 3.632 | 2000 | 4550 |
| 1994 | 3.870 | 2001 | 4720 |
| 1995 | 4.189 | 2002 | 4214 |

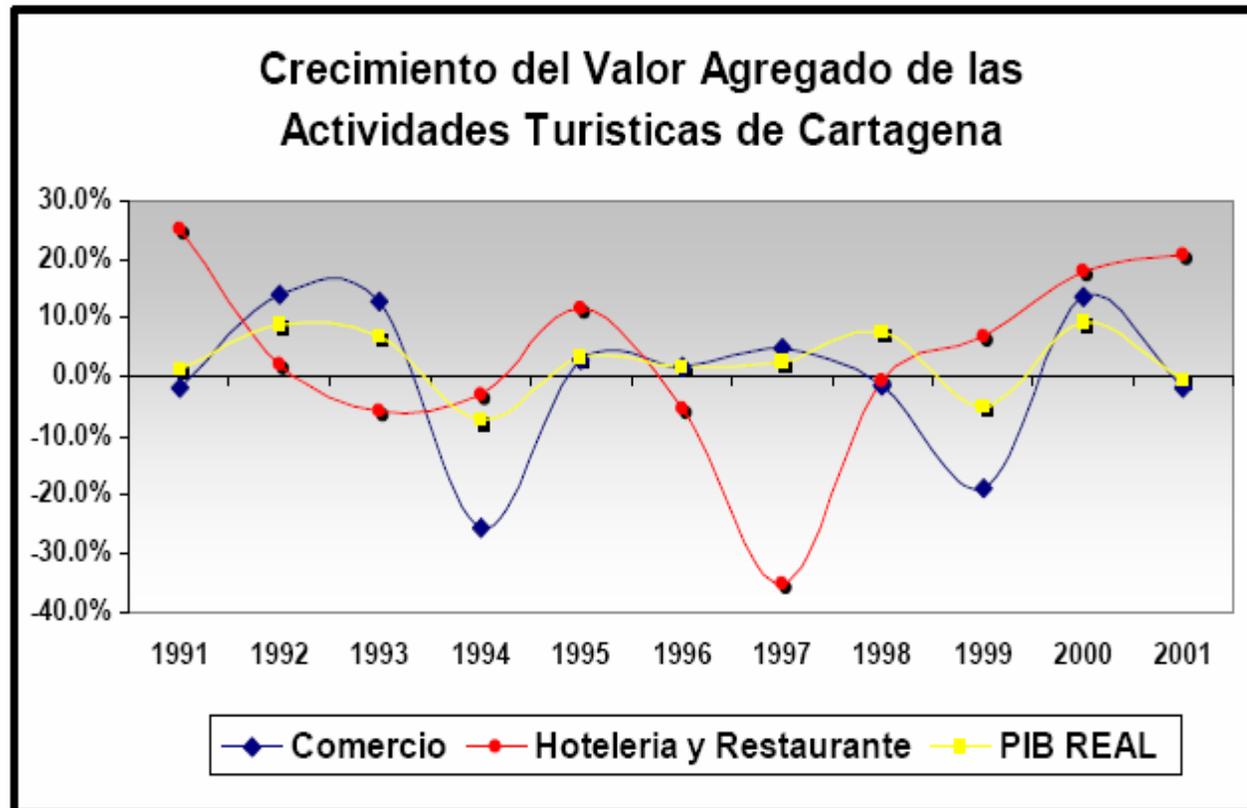
FUENTE: Tabla hecha por los autores, por documentos del observatorio del caribe y Cámara de comercio de Cartagena.

ANEXO D.



FUENTE: LA ECONOMIA DE BOLIVAR EN CIFRAS 1.995-2.002 Y COTELCO.

ANEXO E.



FUENTE: ESTADÍSTICAS DE LOS AUTORES DEL PLAN SECTORIAL DE TURISMO CARTAGENA DE INDIAS BASADOS EN LA TABLA DE DESEMPEÑO Y PARTICIPACION DEL VALOR AGREGADO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y EL PIB DE CARTAGENA.

ANEXO F. SUBSECTORES ACTIVIDAD TURISTICA DE CARTAGENA- Octubre de 2004

| Actividades Económicas | No. De Empresas | No. De Empleados | Ventas (millones de \$) | Activos (millones de \$) |
|---|------------------------|-------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Establecimientos de Alojamiento y hospedaje | 192 | 2.364 | 105.002.515.344 | 288.220.244.253 |
| Restaurantes | 720 | 1458 | 22.818.409.274 | 34.373.974.219 |
| Bares | 12 | 12 | 45.321.000 | 67.670.000 |
| Discotecas | 21 | 42 | 609.922.859 | 903.166.582 |
| Transporte turístico | 25 | 108 | 6.931.101.203 | 4.031.275.856 |
| Agencias de Viajes | 53 | 352 | 11.084.647.150 | 17.669.508.144 |
| Casinos | 25 | 133 | 4.508.170.642 | 8.698.999.024 |
| Joyerías | 64 | 142 | 5.001.568.105 | 5.700.271.500 |
| Artesanías | 90 | 105 | 786.047.133 | 800.493.994 |
| Casas de Cambio | 34 | 57 | 445.883.271 | 1.364.748.422 |
| Total empresas del sector turístico | 1.236 | 4.773 | 157.233.585.981 | 361.830.351.994 |
| Total empresas registradas | 16,372 | 63.047 | 5.724.745.417.717 | 11.959.540.248.243 |
| Porcentaje empresas del sector turístico | 8% | 8% | 3% | 3% |

FUENTE: CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA.

ANEXO G.

| EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR PAISES GENERAL | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------|------------------|-------------------|--|-------------------|--|-------------------|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | | | | | | | | | | |
| | Miles de Dólares FOB | | | | | | | | | | |
| Periodo = Ene - Dic | | | | | | | | | | | |
| Fecha de proceso :26/Abr/2004 | 1991 | 1993 | 1995 | | 1997 | | 1999 | | 2001 | 2002 | 2003 |
| TOTAL | 7.244.282 | 7.123.447 | 10.201.064 | | 11.549.029 | | 11.617.041 | | 12.329.896 | 11.938.882 | 13.092.220 |
| COMUNIDAD ANDINA | 778.410 | 1.138.622 | 1.986.866 | | 2.120.117 | | 1.651.024 | | 2.770.728 | 2.323.018 | 1.905.093 |
| Venezuela | 429.766 | 696.102 | 966.993 | | 989.780 | | 923.259 | | 1.741.961 | 1.123.288 | 694.333 |
| Ecuador | 126.884 | 216.359 | 427.780 | | 541.299 | | 330.217 | | 709.848 | 814.038 | 778.966 |
| Perú | 212.599 | 209.288 | 566.839 | | 543.137 | | 357.927 | | 276.997 | 348.523 | 395.374 |
| Bolivia | 9.160 | 16.872 | 25.254 | | 45.901 | | 39.621 | | 41.922 | 37.169 | 36.421 |
| MERCOSUR | 94.447 | 124.950 | 177.475 | | 231.117 | | 228.206 | | 219.381 | 129.745 | 117.491 |
| Brasil | 53.389 | 59.521 | 104.417 | | 131.502 | | 166.898 | | 167.004 | 109.978 | 92.848 |
| Argentina | 35.450 | 61.439 | 60.944 | | 90.216 | | 50.250 | | 37.263 | 13.206 | 18.898 |
| Uruguay | 4.985 | 1.773 | 8.721 | | 5.495 | | 8.090 | | 10.421 | 5.387 | 4.354 |
| Paraguay | 623 | 2.218 | 3.393 | | 3.904 | | 2.969 | | 4.692 | 1.174 | 1.391 |
| CHILE | 156.264 | 94.076 | 138.546 | | 194.237 | | 152.390 | | 167.805 | 174.064 | 188.201 |
| TLC | 2.689.626 | 2.777.914 | 3.779.877 | | 4.519.743 | | 5.937.479 | | 5.659.685 | 5.634.285 | 6.332.244 |
| México | 55.290 | 79.485 | 89.694 | | 113.969 | | 201.851 | | 262.145 | 310.433 | 358.163 |
| EEUU | 2.553.703 | 2.653.471 | 3.526.566 | | 4.262.311 | | 5.615.502 | | 5.255.029 | 5.159.671 | 5.797.576 |
| Canadá | 80.633 | 44.957 | 163.617 | | 143.463 | | 120.125 | | 142.512 | 164.181 | 176.505 |