

ANÁLISIS DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN HOTELES DE GETSEMANÍ EN
EL PERÍODO DE 2009-2014

MARÍA ALEJANDRA CORONEL GONZALEZ

KELLY STEEL RUIZ

Monografía para optar al título de

Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA COLOMBO INTERNACIONAL

UNICOLOMBO

CARTAGENA DE INDIAS

2016

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

TABLA DE CONTENIDO

I.	RESUMEN.....	V
II.	PALABRAS CLAVE.....	V
1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.1.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
2.	OBJETIVOS.....	10
2.1.	GENERAL.....	10
2.2.	ESPECÍFICOS.....	10
2.3.	JUSTIFICACIÓN.....	11
3.	MARCOS.....	15
3.1.	MARCO CONCEPTUAL.....	15
3.2.	MARCO LEGAL.....	18
4.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	20
4.1.	METODOLOGIA.....	21
4.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	22
5.	OBJETIVO ESPECÍFICO 1 : IDENTIFICAR LOS HOTELES CONSTITUIDOS LEGALMENTE EN GETSEMANÍ DURANTE EL PERIODO 2009-2014.....	23

6. OBJETIVO ESPECÍFICO 2: COMPARAR EL PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA QUE HA TENIDO GETSEMANÍ EN RELACIÓN CON EL CENTRO HISTÓRICO DE CARTAGENA DE INDIAS	29
7. OBJETIVO ESPECÍFICO 3: EXPONER LAS POSIBILIDADES DE CRECIMIENTO CON LAS QUE CUENTA EL BARRIO DE GETSEMANÍ	37
8. CONCLUSIONES.....	41
9. BIBLIOGRAFÍA.....	43

I. Resumen

Hasta hace pocos años Getsemaní era considerado uno de los barrios más peligrosos de la ciudad de Cartagena de Indias y estigmatizado debido a la prostitución y el consumo de sustancias ilícitas en el área, sin embargo, debido a su historia y su ubicación estratégica, empresarios locales y extranjeros vieron el potencial turístico y hotelero de este sector haciendo del hoy en día uno de los barrios más concurridos de la ciudad.

II. Palabras claves

- Desarrollo turístico.
- Hoteles
- Getsemaní
- Turismo
- Crecimiento

1. Planteamiento del problema

En la actualidad, Cartagena De Indias es uno de los destinos del Caribe colombiano con mayor afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales como lo indica el Centro de Información Turística – CITUR– en su informe mensual de noviembre de 2015 donde se evidencia un crecimiento de 2.845 turistas internacionales que llegaron a la ciudad comparado con el mismo mes en el 2014.

Este crecimiento se debe en parte a la historia de la ciudad y la arquitectura colonial de su centro histórico, donde ocurrieron muchos acontecimientos relevantes para la historia de Colombia como lo fue la independencia de Cartagena de Indias el 11 de noviembre de 1811.

Getsemaní, como llamó Juan Pérez De Materano en el siglo XVI a la entonces isla, es uno de los barrios hoy en día que mayor relevancia tiene en la historia de la ciudad, siendo el lugar donde sucedieron hechos de gran envergadura como lo fue la reconquista de Pablo Morillo o la participación en la independencia de los hermanos Germán y Gabriel Gutiérrez De Piñeres quienes entre otras cosas, gestionaron la declaración de independencia absoluta de España. (Montero & Morillo Triviño, 2013, p.14).

Aquí radica la importancia histórica y cultural de Getsemaní evidenciada en la comunidad, las calles, las plazas y los callejones que llaman la atención de los turistas que van a visitarla, y que han hecho de ella en los últimos años un punto de encuentro entre culturas. Hace algunos años atrás Getsemaní fue estigmatizado por la ciudad debido a los problemas sociales que aquejaban la zona: venta de sustancias ilícitas, prostitución, inseguridad, entre otros. En ese entonces el barrio era considerado uno de los más inseguros de la ciudad lo

cual impedía llamar la atención de los inversionistas interesados en él y de los turistas que deseaban conocer.

El barrio pronto se vio afectado económicamente por el estigma social incluso de parte de los habitantes de la ciudad, quienes se atemorizaban al pasar por una de sus calles.

Sin embargo, al pasar de los años y gracias al desarrollo turístico de la zona Getsemaní se ha convertido en uno de los lugares más apreciado por los turistas y cartageneros quienes han encontrado en la zona un lugar para distraerse y conocer diferentes culturas. Pronto, Getsemaní se comercializó tanto que la revista norteamericana Forbes lo describió como el sitio más “cool” (agradable), estimulante y auténtico de la ciudad de Cartagena de Indias. (Donnelly, K, 2014).

Hoy en día es posible encontrar un restaurante, bar y hotel en casi todas las calles de Getsemaní, shows de Break dance en la Plaza de la Trinidad, sitios para todos los gustos y de todos los precios.

Es evidente el cambio que ha sufrido Getsemaní debido al desarrollo turístico y a la llegada de habitantes extranjeros a la zona. En diciembre de 2013 se ha llevado a cabo del Primer Festival Internacional de Arte Urbano “Ciudad Mural” en las calles del barrio, donde participa la comunidad, el sector privado, el sector público y la compañía Vertigo Graffiti. Este festival intenta mostrar diferentes facetas sociales de Getsemaní y busca la promoción del barrio en materia turística.

Dicho lo anterior, se hace pertinente realizar un análisis del crecimiento hotelero desarrollado en Getsemaní en el periodo 2009-2014 para evidenciar con cifras exactas del auge hotelero del barrio y sus posibles proyecciones a futuro del mismo. Este desarrollo hotelero se

debe al potencial turístico de la zona, que como anteriormente se menciona es de gran importancia histórico-cultural, además de ésta, la exención del impuesto de renta estipuló por el gobierno para incentivar el turismo en la ciudad impulsó a los inversionistas extranjeros a invertir no solo en Getsemaní sino también en otras partes de la ciudad como lo es la zona norte.

Con relación a lo anterior, se está construyendo en Getsemaní más específicamente en la calle de la Media Luna el único hotel 6 estrellas de la ciudad hasta el momento, su apertura está estipulada para a finales del presente año y contara con 102 habitaciones complementado con 15 cabañas en las islas del Rosario, dispondrá de 3 restaurantes, bar y terraza. El hotel hará parte de la lujosa cadena hotelera “Viceroy Hotel Group” y se estima que generara alrededor de 300 empleos directos lo cual beneficiara a la comunidad Getsemanisense según información del periódico El Universal de Cartagena De Indias.

El renacimiento de Getsemaní con el auge del desarrollo hotelero es la evidencia de que el turismo puede ayudar al surgimiento del barrio y su comunidad en la medida en que sus habitantes se beneficien de él por medio de la generación de empleos, los programas de responsabilidad social empresarial, capacitaciones para desempeñar cargos, entre otros. De ahí la importancia de realizar un estudio del desarrollo hotelero.

Por otro lado, este auge hotelero ha traído consigo el posicionamiento de otros negocios complementarios de ocio como son los restaurantes, las discotecas y demás actividades para los turistas que se hospedan en la zona lo cual han hecho de Getsemaní un barrio de ambiente multicultural.

Con el desarrollo hotelero de la zona se espera que se genere un impacto positivo en la vida de la comunidad de Getsemaní, mejorando la calidad de vida de sus habitantes de tal

manera que todos se beneficien de la actividad turística, que es entre otras, una de las premisas del turismo.

En este orden de ideas, es posible afirmar que es indudable el potencial turístico que tiene Getsemaní debido a su cultura e historia que hacen de ella un lugar mágico tanto para los turistas como para los cartageneros. La espontaneidad de un típico barrio cartagenero ha cautivado a los extranjeros que constantemente visitan la zona, esto ha logrado que pronto Getsemaní haya superado sus problemas sociales para convertirse en un barrio muy concurrido del centro histórico y que ha llamado la atención de muchos inversionistas extranjeros quienes ven una oportunidad de negocio en la zona. Es por esto, que resulta importante analizar el crecimiento hotelero que ha tenido el barrio en los últimos años, específicamente en el periodo 2009-2014 para demostrar el auge hotelero que ha tenido durante ese tiempo.

1.1 Formulación del problema

¿Cuál ha sido el crecimiento hotelero en Getsemaní en el periodo 2009-2014?

2. Objetivos

2.1 General

Analizar el comportamiento de la oferta hotelera del barrio Getsemaní en el período 2009-2014 identificando el crecimiento de la zona y comparando los porcentajes de ocupación en relación con el centro histórico para evaluar las oportunidades de crecimiento de este sector de la ciudad.

2.2 Objetivos específicos

1. Identificar el número de Hoteles constituidos legalmente en Getsemaní durante el período 2009-2014.
2. Comparar el porcentaje de ocupación hotelero que ha tenido Getsemaní en relación con el centro histórico de Cartagena De Indias de 2009-2014.
3. Exponer las posibilidades de crecimiento con las que cuenta este sector de la ciudad.

2.3 Justificación

Getsemaní, es uno de los barrios más antiguos y tradicionales de Cartagena de Indias donde confluyen hoy en día una mezcla de culturas. Sus orígenes se remontan en el siglo XVI a mediados de 1572 cuando empieza la urbanización del sector histórico, este solía ser una isla rodeada por aguas de la Bahía de las Ánimas, la Ciénaga de San Lázaro, la Ciénaga de San Anastasio, el Caño de la Matuna y la laguna de Chambacú. Getsemaní la isla, se unía a los barrios de San Sebastián, Santa Catalina, la Merced y Santo Toribio, por el Puente San Francisco, estos sectores inician su urbanización también finalizando el siglo XVI. Sin embargo, se puede establecer el poblamiento y urbanización de la isla, cuando concluyen los trabajos del Claustro de San Francisco. Allí comienza la palpitante vida del sector.

Este sector conocido en sus principios como “el arrabal”, barrio donde habitaban extranjeros, mulatos, mestizos, negros, y cualquiera que se encontrara por fuera de la “élite” de la ciudad, sería sede de algunos de los acontecimientos de más importancia en la historia de Cartagena de Indias y de Colombia (Montero y Morillo , 2013).

Getsemaní seguiría siendo un barrio más de la ciudad hasta 1810 cuando se presentan los primeros disturbios independentistas exigiendo la renuncia del gobernador a la corona española y la creación de una junta de gobierno que posteriormente serían clave para la Independencia definitiva de Colombia. Aunque este acontecimiento no fue definitivo, se pospusieron varias batallas contra el ejército español y muchos de los promotores de estos actos fueron fusilados, estos acontecimientos dejaron a la ciudad en un estado de declive, aunque independiente del yugo español no sería superado hasta el siglo XX cuando comienza a dársele la importancia al

barrio por sus monumentos, plazas e iglesias, y los importantes hechos históricos aquí ocurridos (Ferrer y Morillo, 2013).

Es en el siglo XX después de un (1) siglo de la independencia de la ciudad se decide hacer conmemoración de todos los héroes Cartageneros con un parque que sería posteriormente conocido como el parque centenario y que se encuentra en Getsemaní.

En el año 1902 se decide que gracias a su ubicación en este barrio sería adecuado construir el mercado de la ciudad, sobre todo porque gran parte de los habitantes estaban involucrados con el comercio. Este mercado seguiría ahí hasta el año 1978 después de un incendio que acabó con gran parte de la construcción, gracias a esto se comenzó la construcción del Centro de Convenciones trayendo consigo uno de los primeros cambios significativos que sufriría Getsemaní y la ciudad (Ferrer y Moreillo,2013).

El desarrollo turístico de Getsemaní es una de las causas principales que ha favorecido el crecimiento y la popularización que está viviendo este sector de la ciudad, que ahora cumple con el beneficio de tener constantemente visitantes extranjeros y ser uno de los sectores más concurridos de la ciudad.

El aumento de hoteles ha beneficiado al barrio desde varios ámbitos. Si recordamos para los años 80 el barrio era conocido por su inseguridad, la venta de drogas, la prostitución y el parque centenario se encontraba en estado de abandono debido al temor que causaba tanto a locales como extranjeros a causa de los múltiples crímenes que se cometían allí.

El desarrollo turístico de Getsemaní se presenta por varios factores, uno de los principales es el aumento en la seguridad de la zona, con este cambio comenzaron a llegar visitantes al barrio. Esta seguridad también se vio reflejada en todo el país, haciendo que tanto el Barrio de Getsemaní como toda la ciudad se beneficiarán de un desarrollo turístico que a su vez hace crecer a la ciudad y al barrio como destino turístico.

El crecimiento hotelero que se evidencia en la ciudad a partir del año 2009 nos demuestra que la demanda hotelera ha ido creciendo a su vez que la inversión hotelera, tanto en la ciudad como en el barrio de Getsemaní se puede apreciar el aumento en el número de Hoteles y Hostales, así como de bares y tiendas en donde solían haber casas residenciales.

No debemos olvidar que el aumento en el número de hoteles y el fomento para la construcción de los mismos es incentivada por la Ley 788 de 2002 que consiste en una exención del impuesto sobre la renta por lo primeros 15 años, esta estrategia creada por el gobierno para la construcción de nuevos hoteles ha beneficiado enormemente tanto a Cartagena de Indias como a el barrio de Getsemaní en su desarrollo hotelero.

Otra de las causas para este aumento en la construcción hotelera fue la remodelación de uno de los principales puntos de la ciudad, el Parque Centenario siempre ha sido uno de las zonas características de la ciudad y al encontrarse frente a el Barrio Getsemaní también era conocido como punto de referencia, esta zona tuvo una remodelación completa y desde su apertura se ha convertido en un centro de actividades culturales. El aumento de estos visitantes a su vez atrajo a la industria de los bares y restaurantes haciendo de Getsemaní uno de los principales lugares para encuentros sociales y culturales.

Getsemaní es un punto de referencia para todos los turistas de la ciudad que quieren vivir y aprender más de cerca sobre la cultura e historia de Cartagena de Indias.

Es fundamental tener toda esta información en cuenta para resaltar la importancia que tiene este barrio de la ciudad y la manera que el apoyo de las autoridades pertinentes, ha contribuido a su desarrollo así como también el sentido de pertenencia de los mismo habitantes del mismo, logró transitar de un estado de alta peligrosidad y abandono a ser uno de los mejores, con mayor potencial y más exclusivos sectores de Cartagena de Indias.

Han sido gracias a todos estos cambios que comenzaron a implementarse nuevas modalidades de alojamiento en la zona, dicha modalidad es conocida como Hostales.

Esta modalidad de alojamiento se define como un servicio de una categoría inferior a la de un hotel en donde se proveen las facilidades básicas, que consisten principalmente en hospedaje y comedor. Los Hostales están enfocados principalmente a los viajeros conocidos como “mochileros”. Al ser este público considerado como informal estos establecimientos también tienden a serlo y a pesar de atraer a gran número de turistas su falta de organización no permite el acceso a información veraz sobre el crecimiento o porcentajes de ocupación con los que cuentan por lo tanto no se comparan en el siguiente trabajo.

Cabe resaltar que es también gracias a estos Hostales que se ha incrementado considerablemente en la última década atrayendo a todo tipo de turistas y brindando la oportunidad a personas con menores recursos de visitar y conocer la ciudad.

3. Marcos

3.1 Marco conceptual

1. **Getsemaní:** Barrio dentro del centro histórico de la ciudad de Cartagena De Indias, declarado patrimonio histórico de la humanidad por la UNESCO en 1984.
2. **Desarrollo turístico:** “El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y los servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (Pearce Douglas, 1991,p.14)
3. **Hotel:** "Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público" (Gerald Lattin 2009, p.18.)
4. **Hostal:** Etimológicamente el vocablo **hostal** proviene del latín “**hospitālis**”. La palabra **hostal** se utiliza para nombrar a la **instauración o establecimiento que, usualmente es de menor categoría que un [hotel](#), donde se hospedan o alojan personas, llamadas huéspedes también, y así proporcionándoles un conjunto de servicios básicos** que los mismos deben [pagar](#). Un **hostal**, también conocido como **hostel**, es un sitio que **brinda albergue o alojamiento a viajeros o mochileros, y que comúnmente estimulan a realizar actividades al aire libre y hasta el intercambio cultural entre jóvenes de distintos países.** (Concepto de definición, 2016)
5. **Turista:** “Un *visitante (interno, receptor o emisor)* se clasifica como *turista (o visitante que pernocta)*, si su viaje incluye una pernoctación” (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).

6. **Turismo:** “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).
7. **Empleo:** “El *empleo en las industrias turísticas* puede medirse como un recuento de las personas empleadas en las industrias turísticas, en cualquiera de sus empleos, como un recuento de las personas que desempeñan su *empleo* principal en las *industrias turísticas*, como un recuento de los *empleos* en las *industrias turísticas*, o como cifras equivalentes a tiempo completo” (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).
8. **Sector turismo:** “El sector turismo, tal y como se contempla en la CST, es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los *visitantes*. Estas industrias se denominan las *industrias turísticas* debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa” (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).
9. **Turismo receptor:** “Engloba las actividades realizadas por un *visitante* no residente en el *país de referencia*, como parte de un viaje turístico receptor” (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).
10. **Turismo emisor:** “El *turismo emisor* abarca las *actividades* realizadas por un *visitante* residente fuera del *país de referencia*, como parte de un viaje turístico *emisor* o de un *viaje turístico* interno”. (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).
11. **Análisis económico:** “El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos),

fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST, y el ‘impacto económico’ del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos”. (Organización Mundial del Turismo, 2005-2007).

3.2 Marco Legal

Nuestro trabajo se fundamenta en la Ley 300, general del turismo específicamente en los siguientes capítulos:

CAPITULO 1. OBJETO, IMPORTANCIA Y PRINCIPIOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

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

Artículo 2. Principios: Son principios rectores de la actividad turística los siguientes:

Desarrollo social, económico y cultural. El turismo conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Desarrollo sostenible. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Así como también al Reglamento de Patrimonio Inmueble cubija las áreas del Centro Histórico de Cartagena (barrios Centro, San Diego y Getsemaní) e inmuebles declarados Monumentos Nacionales en virtud de la Ley 163 de 1959 y su Decreto reglamentario 264 de 1963, y aquellas áreas que a partir de este reglamento sean declarados Monumentos Nacionales y/o Distritales, así como las áreas de influencia.

4. Diseño metodológico

En la primera parte del trabajo se realizará inventario sobre los hoteles constituidos en Getsemaní en el periodo 2009-2014 lo cual nos permitirá conocer realmente la oferta hotelera de la zona en ese periodo de tiempo. Por otro lado, las estadísticas de SITCAR serán de mucha ayuda en la medida en que nos mostrarán el comportamiento de la industria hotelera durante ese tiempo al igual que la base de datos de entes como la Corporación Turismo Cartagena de Indias, la Asociación hotelera y turística de Colombia- COTELCO y la Cámara de Comercio de Cartagena de Indias.

4.1 Metodología

La primera parte del presente trabajo está referida a la realización de un inventario de los hoteles legalmente constituidos en Getsemaní de tal manera que se tenga un referente sobre cuántos hoteles se encuentran en la zona durante el periodo de 2009-2014, esto realizará por medio de datos proporcionados por entidades gubernamentales como la Cámara de Comercio de Cartagena De Indias. Luego se realizará una comparación de los porcentajes de ocupación de los Hoteles en el Barrio de Getsemaní y el centro histórico de Cartagena de Indias que nos permitirá conocer el estado real del desarrollo de los hoteles en este sector de la ciudad. Y por último se expondrán las oportunidades de crecimiento del sector turístico en hoteles por medio de datos estadísticos proporcionados por el Sistema de información turística de Cartagena de Indias- SITCAR- o el centro de información turística CITUR para evidenciar por medio de estas cifras el crecimiento hotelero que llegara a tener el Barrio de Getsemaní.

4.2 Tipo de investigación

Nuestro trabajo de grado es de tipo descriptiva ya que se tomaran datos estadísticos y reportes donde se presenten como ha sido el desarrollo turístico a nivel local y cómo esto ha favorecido al desarrollo del Barrio Getsemaní.

Según Sabino (1986) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada” (Sabino, 1986, Pag, 51)

5. IDENTIFICAR LOS HOTELES CONSTITUIDOS LEGALMENTE EN GETSEMANÍ DURANTE EL PERIODO 2009-2014

En Getsemaní se ha venido presentando un auge hotelero los últimos años. A continuación se enumeran los hoteles creados cada año de 2009 hasta 2014, de acuerdo con una caracterización propia:

- En el año 2009 se crearon los siguientes hoteles:

1. Arsenal Hotel Boutique (Casa del arsenal)

Dirección: Getsemaní, calle 25 no 8b- 58

Tamaño: Pequeña

2. Casa santa Ana Hotel Boutique Spa

Dirección: Getsemaní, calle 29 el carretero no 10b-34.

Tamaño: Pequeña

3. Hotel Centenario de Cartagena

Dirección: Getsemaní ave centenario no. 30-42

Tamaño: Micro

4. Hotel Casa Ebano-967

Dirección: Cra 31 09-67, Barrio Getsemaní

Tamaño: Micro

- En el año 2010 se crearon los siguientes hoteles y hostales:

1. Casa Canabal Hotel Boutique S.A.S.

Dirección: Barrio Getsemaní k.10 no. 31-39

Tamaño: pequeña

- En el año 2011 no se registra ningún hotel constituido en la cámara de comercio.

- En el año 2012 se crearon los siguientes:

2. Hotel Villa Colonial Cartagena

Dirección: Calle de las maravillas # 30-60 Getsemaní

Tamaño: pequeña

3. Casa Villa colonial

Dirección: Getsemaní calle de la media luna # 10 - 89

Tamaño: pequeña

4. Hotel Casa Mara

Dirección: Getsemaní calle del espíritu santo # 29 - 139

Tamaño: micro

5. Casa del Toro, Hotel-Bar-Lounge

Dirección: Calle san Juan 25-136 Getsemaní

Tamaño: micro

- En el 2013 se crearon los siguientes:

1. Allure Bon Bon Hotel by Karisma

Dirección: Calle del arsenal no. 10-32, Barrio Getsemaní

Tamaño: Pequeña

2. Allure Chocolat Hotel by Karisma

Dirección: Getsemaní, cl del arsenal 8b-67 p 1 apt 1

Tamaño: Pequeña

3. Hotel el Pedregal

Dirección: Calle lombá n° 26a-124 Getsemaní

Tamaño: Micro

4. Hotel Casa Pedro Romero

Dirección: Calle carretero # 10-55, Barrio Getsemaní

Tamaño: Micro

- En el 2014 se crearon 9 hoteles más en Getsemaní.

1. Hotel San Roque Cartagena

Dirección: Getsemaní calle media luna no. 10c-48

Tamaño: micro

2. Hotel Casa Tere Boutique

Dirección: Cl. La magdalena 9 23, Barrio Getsemaní

Tamaño: micro

3. Hotel Casa Baluarte

Dirección: Getsemaní calle de la media luna # 10-81

Tamaño: micro

4. Casa la Sierpe

Dirección: Getsemaní, calle la sierpe no 29-09

Tamaño: micro

5. Casa Mary

Dirección: Getsemaní calle del guerrero no. 29 - 89

Tamaño: micro

6. Casa Relax Bed and Breakfast

Dirección: Getsemaní, calle del pozo no 25-105

Tamaño: micro

Para un total de 19 hoteles creados en 5 años de 2009 a 2014, de los cuales 7 son empresas pequeñas y 12 son micro empresas según la información suministrada por la Cámara de Comercio de Cartagena de Indias.

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo: las empresas pequeñas se caracterizan en que poseen una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores y activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes, en cambio las micro empresas poseen una Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores y activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Como lo destaca la Asociación hotelera y turística de Colombia (COTELCO) “Getsemaní, uno de los barrios tradicionales de Cartagena, de gran legado histórico y belleza colonial, sigue destacándose como uno de los sectores más atractivos para los turistas nacionales y extranjeros que buscan ambientes renovadores y mágicos” (COTELCO, 2009)

Según el informe de COTELCO, Getsemaní ha avanzado en materia de calidad y variedad en cuanto a la oferta turística, mejorando así la seguridad de la zona e incentivando a los nativos a involucrarse de la actividad económica que le ha dado un nuevo aire al barrio. (Caracol radio, 2015). COTELCO destaca crecimiento turístico en barrio Getsemaní en Cartagena de Indias.

El crecimiento de la industria es tal que en 2013 se creó la Asociación Hotelera de Getsemaní- ASOHGET, cuya finalidad es el respaldo mutuo de los hoteles en Getsemaní ante cualquier situación que los pueda afectar y en vista de que el gremio hotelero ha aumentado conforme los años.

Con el anterior inventario se evidencia que la mayoría son microempresas con lo cual se infiere que el segmento de mercado objetivo es el llamado “mochilero”, que hace parte del sector informal de la hotelería llamado hostelería.

Un hotel, según Navarro (2008), es un “Establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica”, asimismo, Mincetur (2004) expresa que es un “edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los viajeros, alojarse durante sus desplazamientos” (p, 115).

Navarro expresa que un hotel boutique “atrae actualmente tanto a las cadenas hoteleras como hoteles independientes, ofrece servicios limitados, precios medios y diseños innovadores y creativos” (Navarro, 2008, pág. 28).

Por otro lado, un hostel es un establecimiento con habitaciones compartidas en las que usualmente se hospedan jóvenes que conviven entre sí en áreas comunes del hostel.

Estos tres tipos de establecimientos juegan un papel importante en el gremio hotelero de Getsemaní ya que ofrecen distintas opciones de hospedaje al viajero según su capacidad económica, preferencias o el propósito de su viaje. Los hostales por su parte ofrecen al turista habitaciones compartidas a muy bajo costo y un ambiente social único donde pueden compartir con otros visitantes de la zona, estos tipos de establecimientos son muy abundantes en Getsemaní ya que es el sitio preferido por los turistas “mochileros” para visitar a Cartagena, puesto que es la zona más económica del centro histórico.

Por otra parte, los hoteles de la zona brindan servicios más amplios a los turistas como son: baños privados, servicio de alimentación, servicio de wifi de cortesía, servicio a la habitación y algunos ofrecen lavandería. Estos son más costosos que los hostales debido a su variedad de servicios y exclusividad de los mismos.

Los hoteles boutique por su parte son alojamientos cómodos que aparte de brindar servicios como los antes mencionados, venden los artículos del hotel al cliente, como por ejemplo: almohadas, cuadros, amenities, etc.

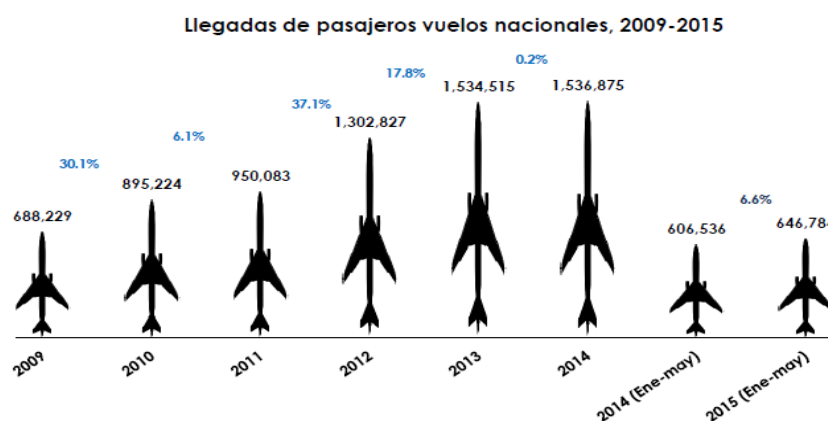
Para finalizar, es importante tener en cuenta que los tres tipos de hoteles antes mencionados enriquecen la oferta hotelera de Getsemaní, ampliando la cobertura de su mercado. Ahora bien, es notable que la oferta hotelera de Getsemaní está marcada por la Hostelería, debido a que la mayoría de los turistas que se hospedan en Getsemaní buscan tarifas más económicas que las del centro histórico.

6. COMPARAR EL PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA QUE HA TENIDO GETSEMANÍ EN RELACIÓN CON EL CENTRO HISTÓRICO DE CARTAGENA DE INDIAS

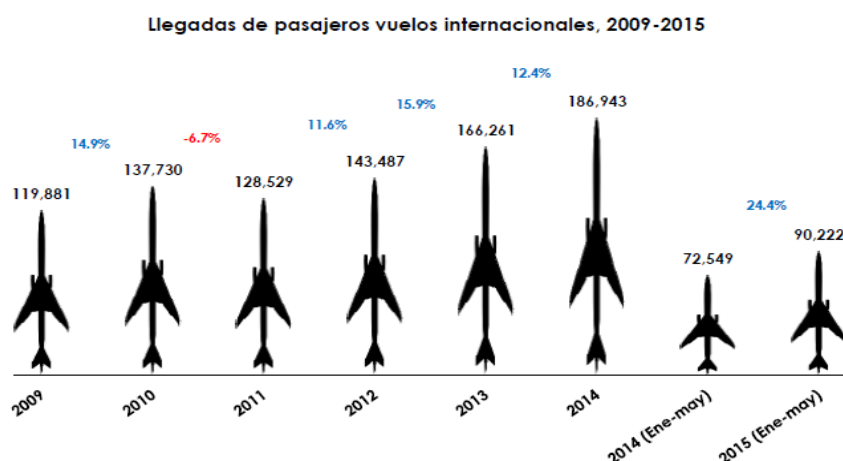
Cartagena de Indias ha ido progresando en los últimos años como destino de excelencia tanto para turistas nacionales como internacionales y el barrio de Getsemaní a su vez se ha comenzado a desarrollar turística y económicamente en los últimos años.

Como podemos observar en el inventario anterior el comportamiento del desarrollo hotelero ha ido en aumento desde el 2009, y para el año 2014 ya se encontraban constituidos legalmente 19 hoteles.

De acuerdo al informe de la Corporación Turismo Cartagena de Indias los visitantes tanto nacionales como extranjeros han ido en aumento. Como lo demuestra el siguiente gráfico el número de visitantes aumentó desde el 2009 al 2014 en casi 1 millón de visitantes adicionales nacionales. Mientras en la segunda gráfica se puede observar que el aumento en pasajeros de vuelos internacionales ha tenido un aumento moderado (Corporación Turismo de Cartagena de Indias, 2015).



Gráfica 1 Fuente: SACSA. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)



Gráfica 2 Fuente: SACSA. Elaboración Corpoturismo – Sistema de Información Turística (SITCAR)

De acuerdo a la OMT (Organización Mundial de Turismo encargada de la promoción del turismo responsable, sostenible y accesible para todos) se considera al Turismo como uno de los pilares de las economías, sobre todo en los países en vía de desarrollo, recaudando hasta el 9% del PIB a nivel mundial y siendo una de las industrias que mayor cantidad de empleos genera al año.

Según la OMT la industria turística a nivel mundial se encuentra en periodo de crecimiento constante y se prevé que hasta el 2030 crecerá en promedio entre 3% y 4% por año.

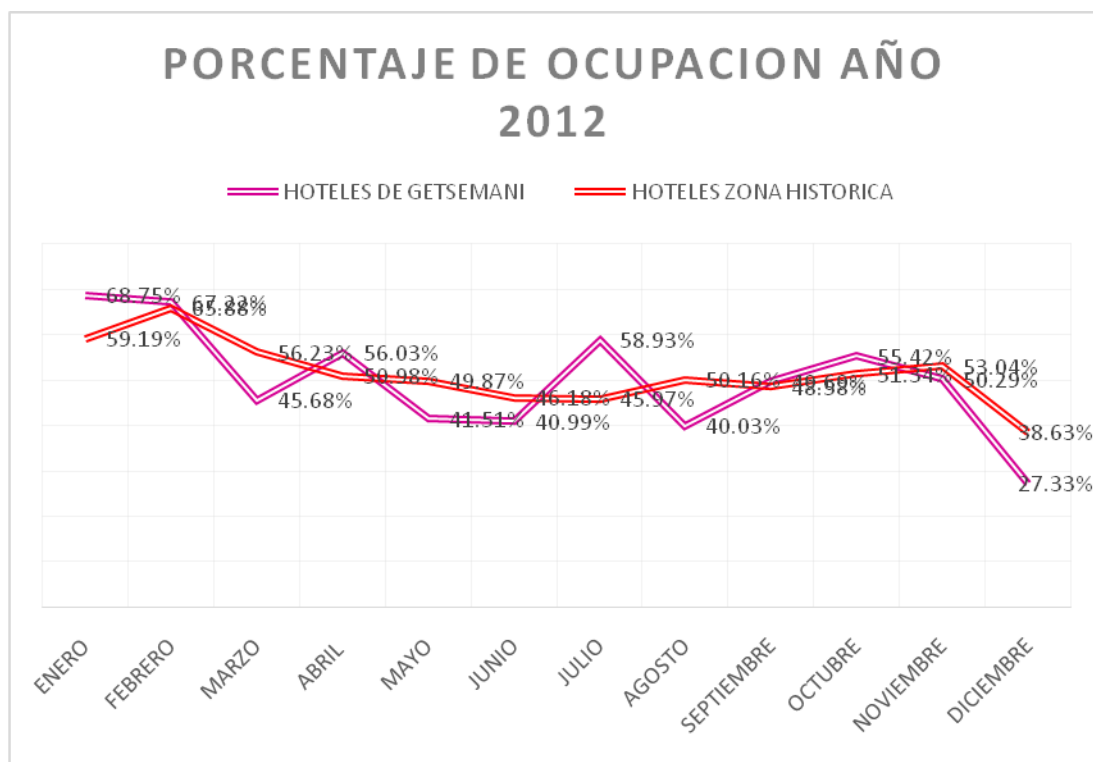
Cartagena de Indias no ha sido la excepción, se puede afirmar que el incremento en el número de pasajeros ha ido en aumento desde la remodelación del Aeropuerto Internacional Rafael Núñez, gracias a esta remodelación y a la rebaja en las tarifas aeroportuarias, se han creado más rutas nacionales e internacionales lo que ha potencializado el aumento de visitantes nacionales y extranjeros.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien se encarga de la promoción de las empresas y del turismo de la diferentes regiones de Colombia ha presentado informes sobre el crecimiento de los diferentes sectores económicos del país, en estos informes demuestra que en los últimos años el sector de Comercio, hoteles y restaurantes es el creador de aproximadamente el 27% de los trabajos a nivel nacional superando casi en un 10% al segundo sector que más empleos genera en el país que es el sector de Servicios comunales es por esto que el sector de Comercio, hoteles y restaurantes es el mayor generador de empleos en toda Colombia y se considera el creador a su vez de entre el 2,8% y el 4% del PIB anual del país. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

Teniendo en cuenta las estadísticas del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas) y La Cámara de Comercio de Cartagena de Indias, quien se encarga de promover el desarrollo y la competitividad regional, el promedio de empleos formales directos generados por el sector de Comercio, hoteles y restaurantes llega a ser del 30% de la población de las personas ocupadas que equivaldrían a aproximadamente a 123.000 personas, adicional se estima de acuerdo a el crecimiento que está teniendo este sector en Cartagena de Indias se llegara a generar un empleo por cada habitación disponible. (DANE, Cámara de Comercio Cartagena de Indias)

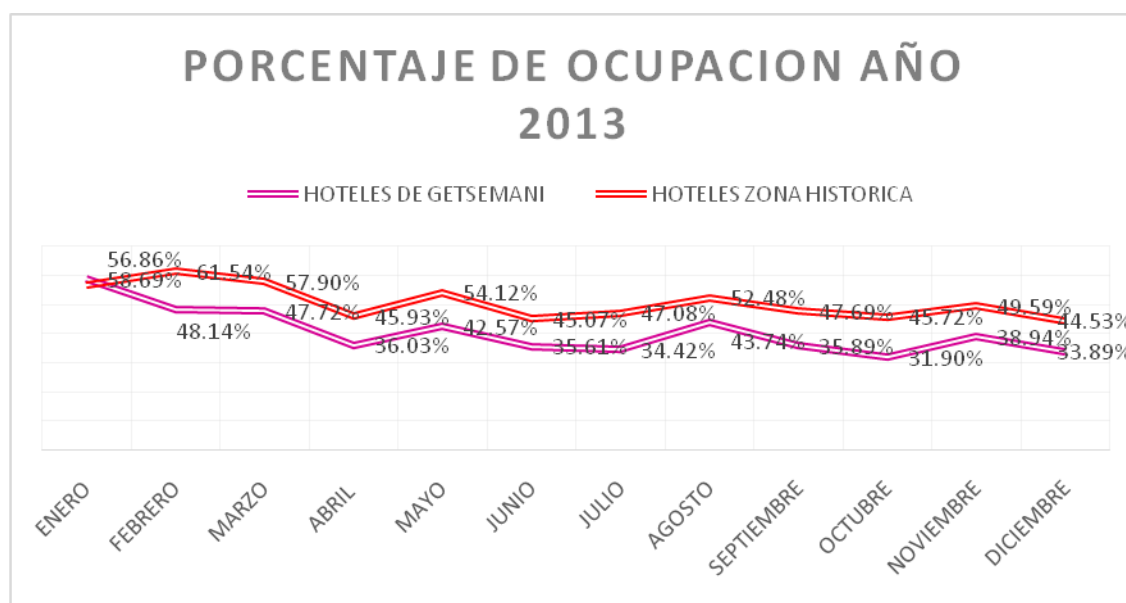
A pesar del crecimiento que ha tenido el barrio de Getsemaní es necesario realizar una comparación para poder apreciar realmente como ha sido su desarrollo en el campo hotelero. Teniendo en cuenta que una comparación es el análisis de dos o más objetos para descubrir sus diferencias o semejanzas (Diccionario, 2013) se puede apreciar cómo ha sido el desarrollo hotelero de Getsemaní a lo largo del presente trabajo, la evolución que ha tenido en materia turística, más específicamente en los hoteles como se puede identificar en el inventario mencionado en el primer objetivo.

Ahora bien, para obtener una visión más amplia de la evolución hotelera en Getsemaní, a continuación se presentarán unas estadísticas comparativas entre los Hoteles del barrio de Getsemaní y el centro histórico desde 2012 a 2014.



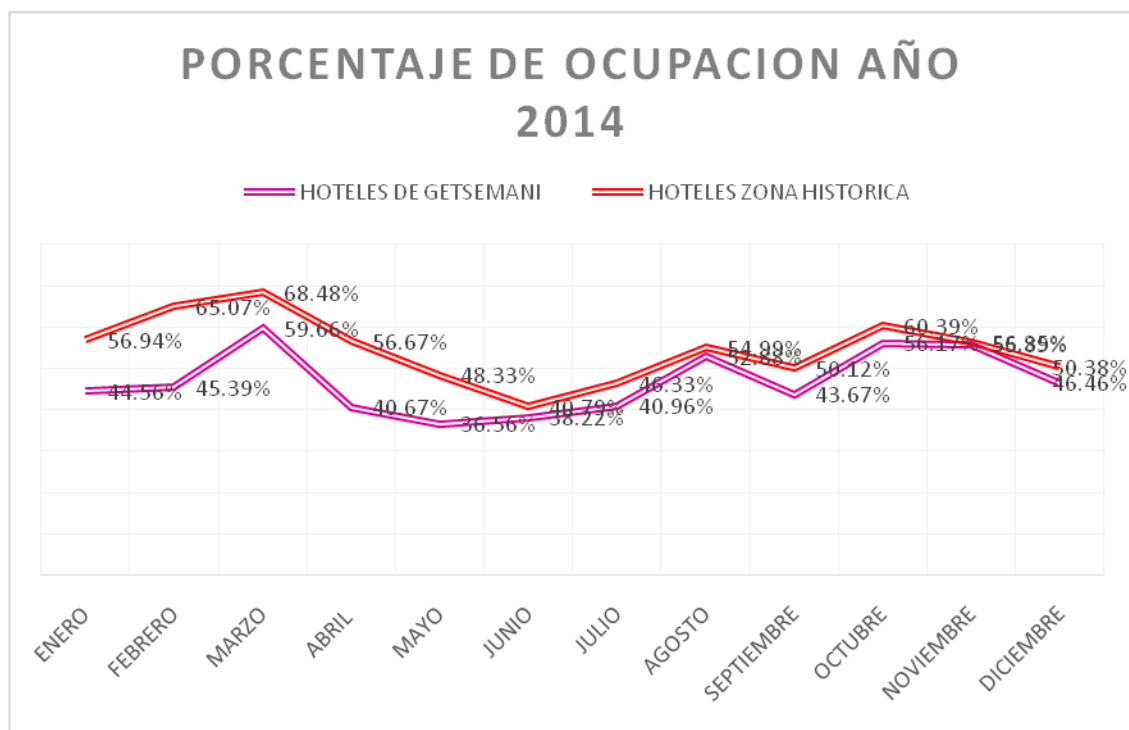
Fuente: Información suministrada por COTELCO

En la primera gráfica sobre el porcentaje de ocupación en el año 2012 se evidencia el comportamiento del sector hotelero en estos dos sectores de la ciudad, se puede ver como la ocupación hotelera de Getsemaní es muy cambiante en comparación del Centro Histórico que se mantiene dentro de los rangos 40% - 50%.



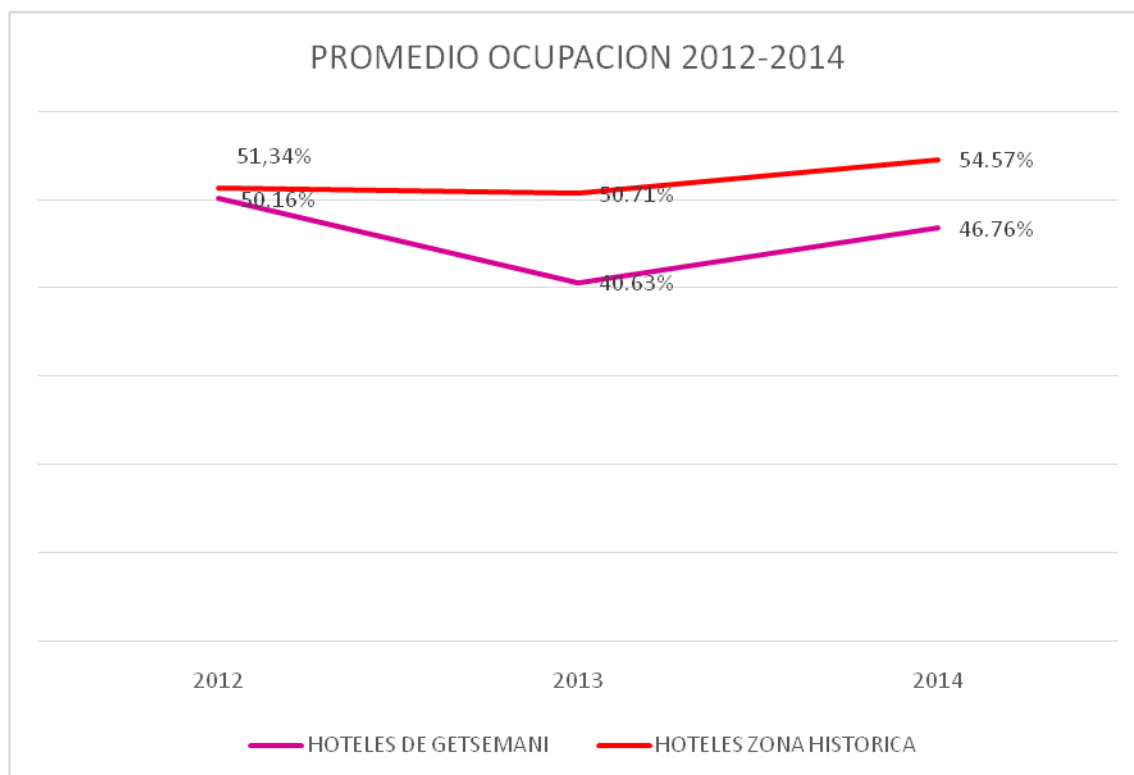
Fuente: Información suministrada por COTELCO

En el segundo gráfico correspondiente al año 2013 se evidencia una estabilidad en comparación con el año 2012, pero el centro histórico sigue liderando en porcentaje de ocupación de 44,53 % a 61,54%. Se puede notar que el mes de mayor ocupación es Enero con un porcentaje de: 58,69% en Getsemaní y Febrero con 61,54% en el centro histórico. De igual manera el mes de más baja ocupación es Octubre en Getsemaní con un porcentaje de: 31,90% y Diciembre en el Centro Histórico con un porcentaje de: 44,53%.



Fuente: Información suministrada por COTELCO

En esta gráfica observamos el comportamiento de los hoteles en el 2014 y se puede apreciar que por primera vez en noviembre los dos sectores están nivelados en un porcentaje de 56%, adicionalmente se podría decir que en términos generales el centro histórico lidera en ocupación con respecto a el barrio de Getsemaní. Por otro lado, el barrio de Getsemaní disminuye su porcentaje de ocupación promedio con respecto al año 2013 mientras que el centro histórico se mantiene.



Fuente: Información suministrada por COTELCO

En esta gráfica se comparan las ocupaciones de los dos sectores desde 2012 a 2014, con la cual se puede decir que el barrio de Getsemaní tuvo una mayor afluencia de turistas en el 2012 que en el 2013 y 2014, sin embargo, logró reponerse del porcentaje del año 2013 con 40,63% ya que en el 2014 subió 6,13 puntos porcentuales con 46,76% de ocupación.

Mientras que el centro histórico por su parte, mantiene su porcentaje de ocupación los tres años manteniéndose en más del 50%.

Para concluir, el barrio de Getsemaní ha estado por debajo del porcentaje de ocupación con respecto al centro histórico sin embargo, ha aumentado la afluencia de los turistas en la zona debido a los factores sociales e históricos que hacen parte del mismo barrio y del cual sin duda se

espera un gran desarrollo hotelero en los próximos años. El centro histórico por su parte mantiene la ocupación durante los tres años aunque esta no supere el 60%.

7. EXPONER LAS POSIBILIDADES DE CRECIMIENTO CON LAS QUE CUENTA EL BARRIO DE GETSEMANÍ

El Barrio de Getsemaní se ha desarrollado en los últimos años demostrando un crecimiento tanto en el número de Hoteles construidos como en el aumento de locales comerciales tales como restaurantes, bares y discotecas, haciendo de su oferta turística más variada y amplia hoy en día.

Una de las posibilidades de crecimiento es la creación de rutas turísticas donde se pretende enseñar la historia y tradiciones del barrio, las actividades culturales como “El Festival Internacional de Arte Urbano” que pretende atraer tanto a locales como extranjeros para representar de forma gráfica la esencia del barrio, y el impulso que entidades como PROCOLOMBIA y FONTUR realizan en sus páginas web, han servido para dar a conocer el barrio de Getsemaní como parte importante de Cartagena de Indias (Procolombia, 2015)

Gracias al apoyo que todas estas entidades le han dado al barrio de Getsemaní podemos apreciar también cómo ha sido el crecimiento económico en el barrio.

Esta promoción ha tenido tal impacto que varios foros y revistas electrónicas han hecho publicaciones y han presentado artículos sobre Getsemaní donde se recomiendan sus restaurantes, discotecas, bares, tiendas y hoteles los cuales también han aportado al aumento de visitantes a la zona.

Hay dos artículos que resaltan el cambio de Getsemaní y sus opciones, uno es de la Revista Forbes en su artículo “Get to know Getsemani, Cartagena’s coolest new neighborhood”

donde destaca sitios de interés, la arquitectura, comida y actividades que se pueden realizar tanto en Cartagena de Indias como en el barrio en especial (Forbes, 2016).

El segundo artículo “Renacimiento de Getsemaní: el auge del turismo cultural en Cartagena” el cual recopila opiniones de locales y propietarios de los nuevos establecimientos del barrio nos muestra otra cara donde también se promueven los aspectos culturales del barrio y las opciones que este puede llegar a ofrecer a todo tipo de visitantes. (Pulzo, 2014)

Todos estos reconocimientos a nivel mundial son de suma importancia para posicionar a Getsemaní en la mente del turista como un lugar al que deben conocer una vez en Cartagena.

Otra de las posibilidades de crecimiento, como lo muestra el cuadro siguiente, con las que cuenta este sector es la llegada de nuevas cadenas hoteleras mundialmente reconocidas como la cadena de Hoteles de Lujo Canadiense “Four Seasons” que contará aproximadamente con 100 habitaciones y será inaugurada entre el 2016-2017 y el primer Hotel de 6 Estrellas del país traído por el Grupo Hotelero Viceroy será llamado “Obra Pía” y contará igualmente con 100 habitaciones. Funcionará en un antiguo convento, hospital, orfanato y colegio del siglo XVII, que hoy está en ruinas y que será restaurado. La inversión es de unos 50 millones de dólares. (Sitcar, 2014).

Proyectos hoteleros en Cartagena de Indias, 2013-2017

	Nombre	Zona	Apertura*	Habitaciones	Estado	Categoría STR**
1	Hampton by Hilton	Bocagrande	2013	135	En funcionamiento	Upper Midscale
2	Los Corales (GHL)	Crespo	2014	250	En funcionamiento	ND
3	Radisson Ocean Pavilion	Zona Norte - Morros	2014	233	En funcionamiento	Upscale
4	Hotel Bastión (GHL)	Centro Histórico	2014	52	En funcionamiento	ND
5	Holiday Inn Express Bocagrande	Bocagrande	2015 abril	200	En funcionamiento	Upper Midscale
6	Intercontinental	Bocagrande	2015 mayo	250	En funcionamiento	Luxury
7	Ibis	Marbella	2015 mayo	190	En funcionamiento	Midscale
8	Viaggio	Mamonal	2015 junio	176	En funcionamiento	ND
9	Proyecto Santa Catalina	Centro Histórico	2016	53	En standby	ND
10	Hyatt Regency	Bocagrande	2016	260	En construcción	Upper Upscale
11	Estelar Bocagrande	Bocagrande	2016	350	En construcción	Upscale
13	Hilton Conrad - Karibana	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2016	250	En construcción	Luxury
14	Tcherassi Hotels	Centro Histórico	2016	42	En construcción	ND
15	BD Cartagena	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2016	268	En construcción	ND
16	Viceroy - Convento Obra Pia	Getsemaní	2017	102	En construcción	Luxury
17	Delano - Morgans Hotel Group	Barú	2017	186	ND	Luxury
18	Sheraton - Complejo Ocean Towers	Bocagrande	2017	250	En construcción	Upper Upscale
19	Hotel B3 Manga	Manga	2017	128	Inicia construcción 2015	ND
20	Hotel La Quinta	Zona Norte - Morros	2017	108	Inicia construcción 2015	Upper Midscale
21	Melia - Karmairí	Zona Norte - Manzanillo del Mar	2017	154	Inicia construcción 2015	Upscale
22	Four Seasons	Getsemaní	2017	100	Inicia construcción 2015	Luxury
23	Best Western Plus - Complejo Air Port Plaza	Crespo	2017	95	Inicia construcción 2015	Upper Midscale
24	Hotel Marriot - Cartagena Global Center	Marbella	2017	202	Inicia construcción 2015	Upper Upscale
25	Aviator Barú	Barú	2017	72	Inicia construcción 2015	ND
26	Hotel AC Marriot Complejo Amura	Bocagrande	2017	215	ND	Upscale
Total habitaciones nuevas 2013-2017				4.321		

Fuente: Corporación Turismo Cartagena de Indias según proyectos identificados y en desarrollo a enero de 2016, con fecha de apertura prevista hasta 2017. No incluye proyectos de menos de 40 habitaciones. *Fecha Estimada. NC: No ha iniciado construcción y/o confirmación pendiente.. **STR es la firma líder a nivel mundial en investigación de mercados en el sector hotelero. Esta clasificación puede ser descargada en: <https://www.hotelnewsnow.com/chainscales.pdf>

Estos nuevos proyectos hoteleros ayudarán a la inclusión de un nuevo segmento de mercado en Getsemaní diferente al llamado “mochilero” que traerá consigo un cambio de percepción del barrio, además de atraer nuevos inversionistas para desarrollar negocios de restauración, agencias de viajes, entre otros. Todo esto llama la atención de inversionistas extranjeros a la zona lo cual favorecerá a Cartagena y especialmente al Barrio de Getsemaní.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, y que se proyecta la entrada de nuevas cadenas hoteleras internacionales a la ciudad, se puede afirmar que Cartagena de Indias, y el barrio de Getsemaní, cuenta con la capacidad para ser un destino atractivo para turistas nacionales y extranjeros ya que su cultura, historia y costumbres atraen cada vez a más turistas.

8. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo, hemos evidenciado el estado actual de la hotelería en Getsemaní, así como también su desarrollo y las proyecciones a futuro para la industria.

De acuerdo al objetivo general: “Analizar el comportamiento de la oferta hotelera del barrio Getsemaní en el periodo 2009-2014 identificando el crecimiento de la zona y comparando los porcentajes de ocupación en relación con el centro histórico para evaluar las oportunidades de crecimiento de este sector de la ciudad”, al finalizar este trabajo hemos concluido varios aspectos importantes de la hotelería en Getsemaní:

1. Se crearon en total 19 hoteles en Getsemaní, dentro del periodo 2009-2014 de los cuales 7 son pequeñas empresas y 12 son micro empresas, lo cual nos muestra una realidad del gremio hotelero Getsemanisense: El mercado “mochilero” es el de mayor afluencia en esta zona, el barrio es visto por los turistas y locales como una zona de bajo costo.

El gremio hotelero de Getsemaní sigue luchando para conseguir la categorización de una estrella a sus hoteles y así prestar un mejor servicio, esto con el fin de volverse más competitivos debido a que gran parte de su mercado son extranjeros. Getsemaní puede albergar unos 2.000 turistas en 680 habitaciones, repartidas entre 49 hoteles y hostales y 165 casas coloniales. El objetivo es convertir a Getsemaní en una marca que venda un excelente servicio, según Gustavo Idarraga líder del gremio hotelero Getsemanisense (El Tiempo, 2015).

2. El porcentaje de ocupación hotelera de Getsemaní ha estado por debajo del centro histórico en lo que respecta del 2012 al 2014, según datos de COTELCO, el porcentaje promedio de Getsemaní ha no supera los el 50,16% mientras que el del centro histórico está en 54.57% quien lidera los tres años aunque no pase del 54%.

Hay que tener en cuenta que el tipo de cliente que se aloja en el centro histórico es diferente al de Getsemaní, ya que en el centro encuentran tarifas más elevadas debido a la calidad del servicio y variedad. Getsemaní por otro lado, vende tarifa a muy bajo costo pero con servicios limitados.

3. Las oportunidades de crecimiento en Getsemaní son muy amplias, el sector está en un auge turístico excepcional, donde cada día se crean más establecimientos turísticos y la inversión extranjera está muy interesada en la zona. Evidencia de esto son los nuevos proyectos hoteleros de Getsemaní como la Obra Pia, un hotel que dará prestigio a Getsemaní, considerado de 6 estrellas se espera que atraiga más oportunidades para el desarrollo turístico de la zona y también para los raizales.

Al finalizar esta monografía, hemos llegado a la conclusión de que el barrio Getsemaní ha tenido un crecimiento hotelero alto, y parte de ello se debe al auge turístico en el que se encuentra. Existen varios aspectos a mejorar para el sector, como la categorización de sus hoteles o la seguridad, sin embargo, Getsemaní tiene un encanto producto de su historia y cultura que atrae a los inversionistas a establecerse en la zona.

9. BIBLIOGRAFIA

Caracol Radio, (2016).http://travel/noticia_cotelco-destaca-crecimiento-turstico-en-barrio-getseman-139 23.04.2016- 22:04.

Donnelly, K. (2014). Get To Know Gethsemane, Cartagena's Coolest New Neighborhood. Marzo 09, 2016, de Revista Forbes Sitio web: <http://www.forbes.com/sites/fathom/2014/06/28/get-to-know-getsemani-cartagenas-coolest-new-neighborhood/#544e84970fa1>.

Concepto definicion (2015) Definición de Hostal. Obtenido de: <http://concepto definicion.de/hostal/>

Diccionario. (2013). Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/comparar> .

Fiesta en Getsemaní en Cartagena. La alegría se vive en las calles. Colombia es realismo mágico. Obtenido de <http://www.colombia.travel/es/que-hacer/caribe/cartagena-de-indias/experiencias/fiesta-en-getsemani-en-cartagena> .

Gerald Lattin (2009), Administración Moderna de Hoteles y Moteles, p.18.

Procolombia (2015) Los murales del barrio Getsemaní contarán la historia de Cartagena. Obtenido de <http://www.procolombia.co/print/18055>

Procolombia (2015) Fiesta en Getsemaní en Cartagena. La alegría se vive en la calles. Colombia es realismo mágico. Obtenido de <http://www.colombia.travel/es/que-hacer/caribe/cartagena-de-indias/experiencias/fiesta-en-getsemani-en-cartagena>

Montero & Morillo Triviño(2013), Getsemaní Patrimonio Vivo del Centro Histórico de Cartagena de Indias.

Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: (2005-2007). Glosario básico. Abril 22, 2016, de Organización Mundial del Turismo Sitio web:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Pearce Douglas (1991) Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas.

Corporación Turismo Cartagena de Indias. (2015) Retos y realidades. El sector Turístico en Cartagena de Indias. Obtenido de http://www.cartagenadeindias.travel/corporacion-institucional_sitcar-5

Pulzo(2014) Renacimiento de Getsemaní: el auge del turismo cultural en Cartagena. Obtenido de <http://www.pulzo.com/estilo/renacimiento-de-getsemani-el-auge-del-turismo-cultural-en-cartagena/185181>

Sabino, C. (1986) El proceso de investigación. Metodología de la investigación Obtenido de <https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/>

Sitcar(2014). Cartagena de Indias. Obtenido de http://www.cartagenadeindias.travel/corporacion-institucional_sitcar-5

Forbes(2014) Get to know Getsemani, Cartagena's coolest neighborhood. Obtenido de <http://www.forbes.com/sites/fathom/2014/06/28/get-to-know-getsemani-cartagenas-coolest-new-neighborhood/#566e292770fa>