

Hacia la construcción de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza para la planificación en el municipio de Bucaramanga, Colombia

DOI: 10.2436/20.8070.01.50

Mónica Lizeth Barrera Ortiz

Administradora Turística y Hotelera por la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia. Asesora de proyectos de la Fundación para el Desarrollo Sostenible de la Cultura, el Patrimonio y el Turismo, Colombia.

E-mail: mbarrera@unab.edu.co

Ricardo Varela Villalba

Master em Gestão Cultural por la Universidad de Barcelona, España.
Profesor de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.

E-mail: rvarela@unab.edu.co

Resumen

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes en los últimos años, convirtiéndose indiscutiblemente en un factor de desarrollo económico, social y cultural, de esta manera, los sistemas de información representan cada día una herramienta que contribuye a la generación de información y conocimiento en diferentes sectores, siendo el turismo uno de los sectores con mayor dinámica y crecimiento que indudablemente debe contener información actualizada que permita la acertada toma de decisiones. Este trabajo de investigación está orientado a diagnosticar la necesidad, pertinencia y viabilidad de la formulación de un sistema de información turística para las tipologías de turismo cultural y turismo de naturaleza en el Departamento de Santander (Colombia), con el fin de desarrollar un sistema que permita un conocimiento específico de las características del comportamiento y las tendencias del turismo desde un análisis de la oferta y la demanda en cada una de las regiones o poblaciones turísticas del departamento de Santander. Este análisis lleva a generar una dinámica que puede ser fácilmente replicada en otros destinos turístico del país.

Palabras-claves: Turismo cultural, Turismo de Naturaleza, sistema de información turística, medición del turismo.

1 INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del cambio de siglo (aporta cerca del 11% del PIB mundial) y es un indiscutible factor de desarrollo e intercambio humano. En el contexto del mercado internacional, el turismo cultural y el turismo de naturaleza se consolidan como productos con mercado propio y como las tipologías turísticas con más perspectivas de crecimiento en países en vía de desarrollo, en este sentido, el turismo no puede ser ajeno a la evolución que está viviendo diferentes sectores económicos con relación al desarrollo de las tecnologías de la información.

El aprovechamiento de todos los espacios, lugares y paisajes que cuentan con recursos culturales y naturales con potencial turístico, son un medio de desarrollo del sector; es decir, de la cultura y la naturaleza como motores de crecimiento económico y componentes fundamentales a la hora de agregar valor a los destinos turísticos.

Una de las grandes dificultades a las que se enfrenta el sector turístico en el departamento de Santander y en general en el país, es al acceso de información, inventarios y estadísticas confiables y oportunas que ofrezcan a los diferentes actores, públicos o privados, información relevante sobre su estructura y comportamiento, que actúe como insumo y que proporcione los elementos de juicio suficientes para la toma de decisiones. Al mismo tiempo, que se caracterice por ser efectiva para la gestión y realización de inversiones en el sector por parte de entes públicos y privados.

Es evidente que tales decisiones (políticas públicas y estrategias privadas) sobrevienen como consecuencia de muy diversos factores, pero, entre ellos, puede ser determinante la orientación que ofrezcan los resultados de un atento y cuidadoso seguimiento evaluativo al fenómeno del turismo, en especial en las tipologías de turismo cultural y turismo de naturaleza, las cuales representan los subsectores más atractivos y de mayor importancia en el país.

2 METODOLOGIA

El presente artículo se basa en una investigación de tipo “cualitativa” y “aplicada” pues estuvo centrada en la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos de una determinada situación o problema. Asimismo, es una investigación “descriptiva” que consistió en señalar las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Esta investigación se soportó principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación, y la revisión documental.

2.1 Recopilación

La recopilación de información se basó en el desarrollo de las siguientes actividades, con el fin de lograr los resultados esperados:

Actividad 1: Determinar la importancia de la creación de un observatorio de turismo cultural y de naturaleza.

Técnica a utilizar: análisis documental, bibliográfico y conclusiones de las entrevistas.

Actividad 2: Identificar y valorar los actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística en Bucaramanga y su Área Metropolitana.

Técnica a utilizar: Está compuesta por un conjunto de entrevistas a personalidades del sector público, privado y mixto relacionadas con los sectores económicos objeto de estudio. Las entrevistas serán del tipo semiestructuradas, permitiendo establecer un nivel de formalidad menos exigente. El guion de la entrevista permitirá formular preguntas específicas dependiendo del interés y la implicación de cada uno de los entrevistados y considerando su entorno profesional y laboral.

Actividad 3: Identificar y clasificar inventarios, base de datos y sistemas informativos que sirvan como guía para el desarrollo del proyecto.

Técnica a utilizar: análisis documental, bibliográfico y conclusiones de las entrevistas.

3 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

3.1 Turismo de naturaleza

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el turismo de Naturaleza se define como “aquel cuya oferta de productos y servicios se desarrolla en torno a un atractivo natural que rige por principios de sostenibilidad” (Ministerios de comercio, Industria y Turismo, 2012, p. 12).

Sin embargo, para el desarrollo del sector de turismo de naturaleza es importante el término definido por la Organización Mundial de Turismo (OMT) como “El turismo de naturaleza es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales”. Esta organización sugiere la clasificación en tres modalidades: 1). Turismo en la Naturaleza: actividades recreativas y de esparcimiento en la naturaleza sin degradarla. Ej: turismo rural; 2). Turismo sobre la naturaleza comprende actividades deportivas de diferente intensidad física utilizando los recursos naturales sin degradarlos. Ej: Turismo de aventura y 3). Turismo por la naturaleza: La motivación principal es la contemplación, disfrute y conocimiento del medio natural. Ej: Ecoturismo.

3.2 Turismo cultural

El turismo cultural se define según la Secretaria de Turismo de México (SECTUR) como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (Centro de Estudios Superiores en Turismo- (Cestur), 2002).

“El Desarrollo del turismo cultural en Colombia tiene como objetivo la sostenibilidad social y económica, la apropiación social del patrimonio cultural, y la participación activa de las poblaciones locales en la construcción de lineamientos de planes, programas y proyectos de este tipo de turismo; además del conocimiento, comprensión y disfrute responsable en preservación y mantenimiento de expresiones

culturales y naturales y propender la puesta en valor del patrimonio nacional” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Ministerio de Cultura, 2007).

3.3 Sistemas de Información

Siguiendo la definición de sistema de Carnota & Villanueva (Carnota Lauzan, 1987), entendemos el concepto de sistema como “el conjunto de elementos, propiedades y relaciones que perteneciendo a la realidad objetiva, representan para el investigador el objeto de estudio o análisis. Un sistema es un todo, y como tal es capaz de poseer propiedades o resultados que no son posibles hallar en sus componentes vistos de forma aislada (efecto sinérgico). Todo este complejo de elementos, relaciones y resultados se produce en determinadas condiciones de espacio y tiempo”. Todo sistema está conformado por elementos que pueden consistir en objetos físicos, máquinas, hombres y aún cosas inmateriales, como energía e información. Estos elementos deben actuar de manera armónica para lograr unos objetivos determinados (Medina León, 2002).

Estas características y funciones de los sistemas de información aplicados al sector turístico podrían definirse como un “proceso permanente y sistematizado de recopilación, tratamiento, ordenación y distribución de la información precisa para los objetivos de planificación, de acción y de evaluación turística para los distintos agentes turísticos públicos y empresariales de un destino” (Bigné Alcañiz & Font Aulet, 2000). Este concepto de sistema de información turística, va más allá de un sistema de estadísticas de turismo, pues, además de elaborar sus propias metodologías y operaciones para el sector, procura igualmente recoger y sintetizar la información provista por otros entes, permitiendo de esta forma el análisis y la difusión de la nueva información por los diferentes usuarios del sistema.

La información turística sistemática ha de ser consistente, perdurable, comparable tanto en el tiempo como entre distintas regiones. Para esto, el sistema ha de estar coordinado con los acuerdos internacionales existentes para la medición del sector. Igualmente, la información producida debe ser susceptible de comparación tanto en el tiempo (análisis de evolución, tendencia o estacionalidad) como en el espacio (comparación entre destinos) (Valdés, Del Valle, & Sustacha, 2011).

La Organización Mundial del Turismo OMT, al referirse al sistema de estadísticas de turismo SET, advierte que este “debería entenderse como la parte del Sistema Nacional de Estadísticas (SNE) que proporciona información fiable, coherente y adecuada sobre aquellos aspectos socioeconómicos relacionados con el turismo que se encuentran dentro de todas las estadísticas económicas y sociales relacionadas con otros campos, y a distintos niveles territoriales (nacionales –o federales cuando proceda-, subnacionales e internacionales)” (Organización Mundial del Turismo , 2012). El mismo organismo internacional recomienda que un Sistema de Información Turística “debería considerarse como el marco esencial de coordinación e integración de la información estadística producida por todos los agentes del turismo. Los conceptos, definiciones, clasificaciones, datos, indicadores, agregados y tablas de resultados relacionados con el turismo, concebidos para proporcionar una descripción exhaustiva del fenómeno turístico en todos sus aspectos (físico, social, económico, etc.) y una medición de su contribución económica dentro de un contexto de comparabilidad internacional, constituyen una parte estructural del Sistema Nacional de Estadística SNE” (OMT, 2014).

4 RESULTADOS

4.1 Pertinencia y necesidad de un Sistema de Información de turismo cultural y de naturaleza

La razón principal para comprender la importancia y beneficios de la creación de un sistema de información de turismo cultural y turismo de naturaleza, se fundamenta en la propagación de información concreta, con el objetivo de congregar datos, conocimientos, observación de la realidad y concepciones acerca de la evolución del turismo en una región. Permitiendo en un tiempo y un espacio definido un monitoreo de indicadores en ámbitos sociales, económicos, ambientales y culturales de la oferta y la demanda. Sustentado en datos estadísticos, que brindan una visión integral y detallada del fenómeno turístico.

La pertinencia del sistema está relacionada específicamente con la adecuación o alineación que el sistema tendría dentro de las políticas públicas y la planeación estratégica de desarrollo y sectoriales de turismo en el ámbito nacional y departamental.

Figura 1: Pertinencia de un Sistema de Información



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta el Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 “Todos por un nuevo país” dedica un objetivo a Incrementar la productividad de las empresas colombianas a partir de la sofisticación y diversificación del aparato productivo, en el cual, luego de manifestar que el turismo es un eje transversal para el desarrollo del país, formula las siguientes estrategias 1) internacionalizar los sectores productivos de bienes y servicios; 2) fortalecer las capacidades tecnológicas de las empresas; 3) racionalizar la regulación para la competitividad empresarial; 4) promover el desarrollo regional

sostenible; 5) profundizar el financiamiento y la formalización empresarial; y, 6) incentivar el desarrollo de una economía naranja. Los resultados esperados se basan en el incremento de los ingresos de las cuentas de viajes y transporte de la balanza de pagos, potencializar el turismo como instrumento para el desarrollo regional sostenible y en paz, trabajando en el mejoramiento de la competitividad para el desarrollo del turismo regional, para estos fines, creará el Programa Nacional de Fortalecimiento de las Capacidades Regionales de Gestión Pública del Turismo; destinará recursos financieros para la investigación de mercados y fortalecerá en conjunto con el DANE las estadísticas del sector. Por la concreción del contenido del Plan, es evidente la articulación de esta iniciativa con la planificación nacional.

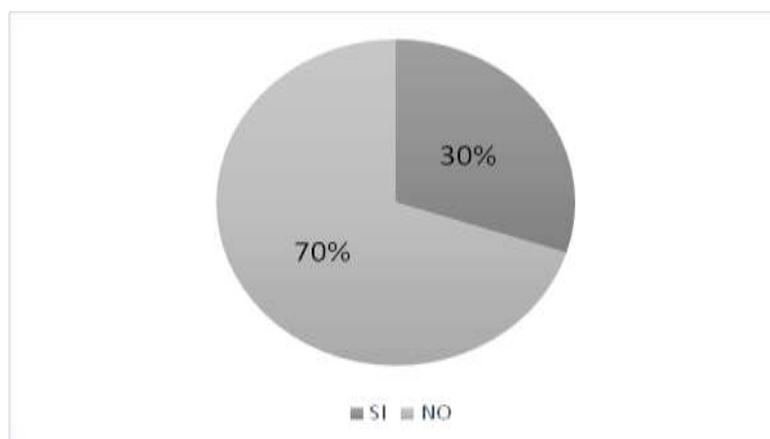
A nivel regional, la primera apuesta de productividad se evidencia en la agenda Interna para la Productividad y Competitividad de Santander, en donde, en el sector servicios es el turismo quien se plantea como escenario prospectivo: “El departamento de Santander en el 2015 se habrá consolidado como el destino turístico nacional con mayor oferta de productos y servicios turísticos, que combinarán el patrimonio histórico, cultural y religioso de la región y la belleza de sus parques naturales (páramos, cañones, selvas y humedales), con los deportes de aventura” (DNP, 2010). Plantea como primera necesidad del sector la falta de “planificación del sector”, manifestando la necesidad de la estructuración de herramientas informativas que permitan una correcta orientación pública de esta apuesta regional.

Con base en lo expuesto, es posible afirmar que la estructuración de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza en Santander es pertinente, en la medida de su adecuación con todos los ejercicios nacionales y regionales de planificación (análisis de fuentes secundarias) y con la percepción de los actores gremiales santandereanos (análisis de fuentes primarias).

Para identificar la necesidad de la construcción de un sistema de información en la ciudad de Bucaramanga, se aplicó una encuesta a 45 empresarios del sector turístico del área Metropolitana de Bucaramanga. La encuesta fue cerrada y circulada por medios virtuales, previo contacto con los empresarios para explicar el motivo y la finalidad académica de la misma, obteniendo los siguientes resultados:

Ante la pregunta 1, ¿Sabe usted que es un Sistema de Información Turística?, los encuestados contestaron así:

Gráfico No. 1. ¿Sabe usted que es un Sistema de Información Turística?

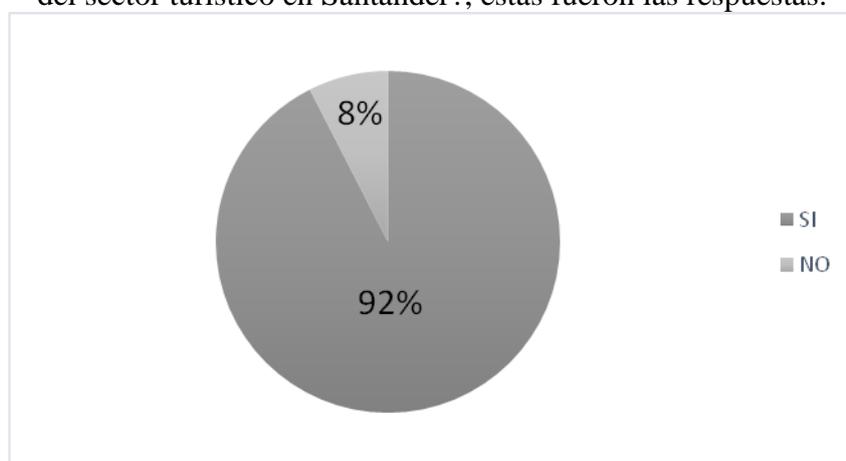


Fuente: elaboración propia.

La circunstancia de que el 70% de la muestra de empresarios no sepa que es un SIT, deja entrever una cultura empresarial que para sus decisiones no se basa en información derivada del entorno a través de una analítica de la información disponible, así como también denota una desinformación sectorial de las iniciativas que en este ámbito hay en la región (por ejemplo, el proyecto Sistema de Información Turística de Santander SITUR).

Para contestar las siguientes preguntas, en el mismo formato de encuesta se les ilustró a los encuestados sobre lo que era un sistema de información turística, sus características generales y los beneficios potenciales, entendiendo que, sin ese conocimiento previo, no tendría sentido proseguir con la encuesta y verificar la percepción de necesidad entre los empresarios.

Gráfico No. 2, ¿Cree usted que la creación de este sistema es benéfica para el desarrollo del sector turístico en Santander?, estas fueron las respuestas:



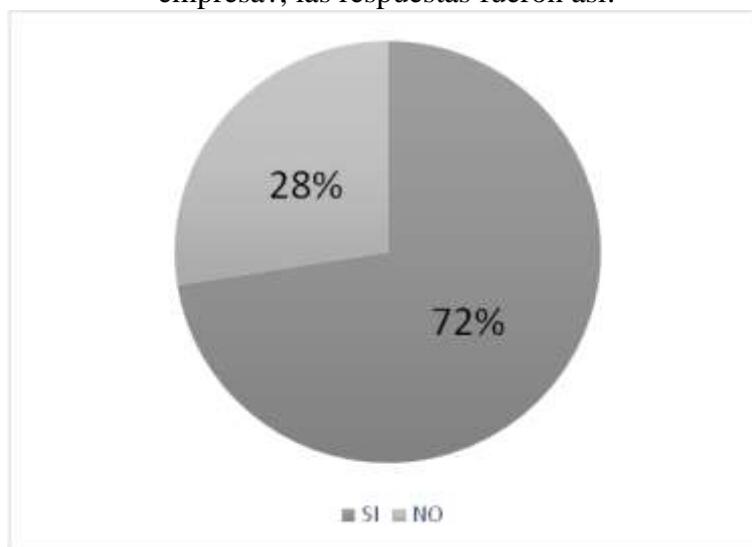
Fuente: elaboración propia.

La mayoría (92%) de los encuestados manifestó que la creación de un sistema de información turística departamental es necesaria para desarrollar el sector, circunstancia que evidencia que una vez enterados de la naturaleza y características generales del sistema, lo perciben como necesario en sentido general.

Aunque la mayoría (72%) cree que el sistema puede ayudar al crecimiento de su empresa, interpretamos la disminución de este porcentaje con relación a la pregunta anterior, como el desconocimiento en la cultura empresarial santandereana de los beneficios específicos que puede reportarle la disposición de información pertinente y, como se evidenció en la primera pregunta de la encuesta, también denota una incipiente o nula cultura de toma de decisiones basada en información sistemática. Con todo, se verifica que el empresario “percibe” la importancia de la información sectorial para el desarrollo individual de sus negocios.

Teniendo en cuenta lo expuesto en este numeral, concluimos que para los diferentes actores (públicos, mixtos y privados) del sector turismo es necesaria la creación de un sistema departamental de información turística.

Gráfica No. 3. ¿Cree usted que el sistema podría ser útil para el crecimiento de su empresa?, las respuestas fueron así:



Fuente: elaboración propia.

4.2 Identificación y valoración de los actores a involucrar para la viabilidad del sistema

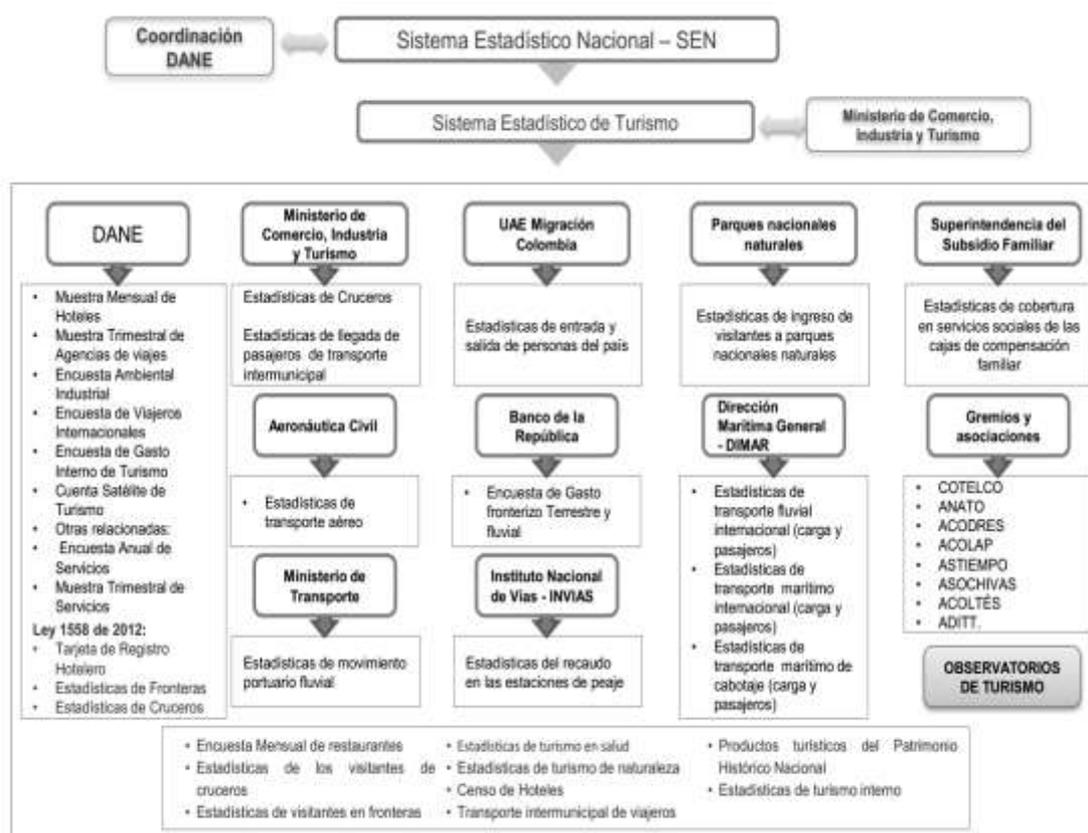
La recolección de información, permite visualizar el panorama de las organizaciones necesarias para estructurar un sistema de información turística departamental.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE

Es la primera organización a involucrar para la estructuración del sistema es el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, ente del orden administrativo nacional encargado de la gestión del Plan Estadístico Sectorial de Turismo 2013 – 2016 y al que tendrá que integrarse necesariamente cualquier ejercicio regional de estadísticas sectoriales. El objetivo de este plan sectorial es “disponer de información estadística de turismo, que se caracterice por ser de calidad, complementaria, oportuna, representativa y coordinada entre los generadores y demandantes de información, con el fin de facilitar los procesos de toma de decisiones en el sector” (DANE , 2013, p. 8).

Las estadísticas sectoriales son producidas por el DANE a partir de la información suministrada por todo el ecosistema sectorial del país, tal y como se muestra en el siguiente mapa conceptual que recoge la articulación de los diferentes entes que componen y articulan el sistema:

Figura 2: Sistema Estadístico de Turismo de Colombia



Fuente: MOVE 2013

Como se puede observar en el gráfico, los “observatorios de turismo” están implicados en este ecosistema informativo como generadores de información para el sistema estadístico de turismo del país, por lo que el sistema que este proyecto pretende formular, estaría necesariamente implicado dentro de esta estructura organizacional de la información que recoge el DANE. La figura también nos muestra el grado de implicación que los gremios tienen en la producción estadística del sector.

Centro de Información Turística de Colombia CITUR

En el contexto nacional, nuestro sistema tendrá que estar integrado al Centro de Información Turística de Colombia CITUR, portal informativo gestionado por el Viceministerio de Turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo). CITUR es un sistema integral para el manejo de las estadísticas de turismo de Colombia, que facilita el seguimiento del comportamiento del turismo y genera datos para la formulación, evaluación, seguimiento y coordinación de políticas dirigidas al desarrollo del sector, haciendo uso de las tecnologías de la información. El centro se constituyó con la finalidad de consolidar y difundir la información estadística sectorial producida por el DANE, por lo que no se trata de un ejercicio estadístico diferente, sino de un tratamiento diferente de la información producida por aquel y de un intento de

centralizar la información sectorial en una plataforma virtual de fácil acceso para cualquier usuario.

Sistema de Información Turística de Santander SITUR

Con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y con la financiación del Fondo de Nacional de Turismo de Colombia FONTUR, en el año 2013 se hace el primer ejercicio del Sistema de Información Turística de Santander - SITUR Santander, proyecto que metodológicamente se planteó desde el grupo de investigación iMarketing de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga.

El proyecto “busca dotar a la región de una herramienta considerada fundamental para convertir al turismo en una apuesta competitiva regional y contribuir a los esfuerzos que hace el gobierno nacional para hacer de Colombia un destino de talla mundial” (SITUR, 2013). En entrevista hecha a Guillermo Rincón Velandia, Director del SITUR, manifiesta en relación con los antecedentes del proyecto, que en diversos foros convocados por organismos gremiales y gubernamentales responsables de hacer del turismo un sector competitivo en Santander, se han señalado entre otras debilidades, la falta de información oportuna del impacto económico, cultural, social y ambiental del turismo en Santander. Se reconoce que la falta de información no permite anticipar los efectos de la nueva realidad de la industria, impide formular con anticipación políticas gubernamentales orientadas a mejorar la infraestructura y la calificación del talento humano, retrasa la innovación y no incentiva la llegada de nuevos inversionistas.

El Sistema de Información de Turismo de Santander – SITUR tiene como propósito hacer el seguimiento de la industria del turismo, estudiar el impacto que genera en el ámbito económico, ambiental, social y cultural como consecuencia de la llegada de flujos de visitantes y ayudar a la promoción de Santander como destino turístico con el fin de propiciar el uso de la información en la formulación de proyectos de inversión, la definición de políticas a nivel gubernamental y la generación de valor, que permita hacer del turismo una alternativa viable para el mejoramiento de la calidad de vida de la región. Para Rincón Velandia, el objetivo concreto del sistema es conocer y entender los flujos de visitantes que vienen a Santander y estimar el nivel de gasto.

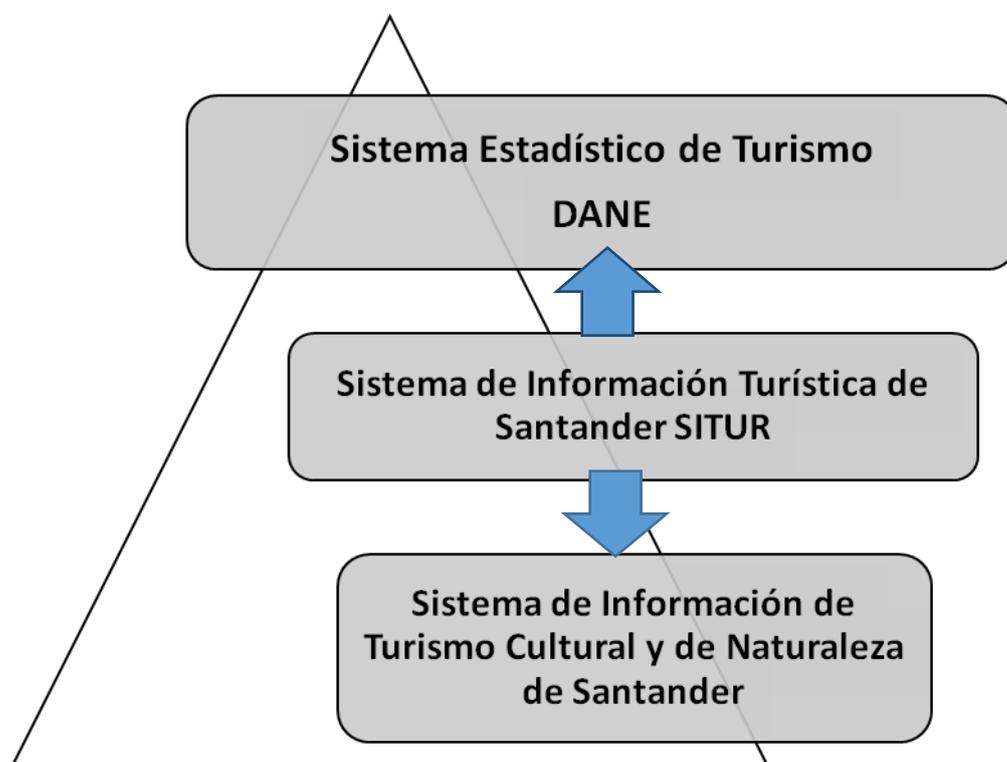
SITUR toma como referencia para su operación metodológica los lineamientos definidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) específicamente en lo relacionado con el Marco Conceptual para la Cuenta Satélite de Turismo (TSA): Marco Metodológico Recomendado (CST: RMC 2008); la propuesta de la Red Internacional sobre Economía Regional, Movilidad y Turismo (INRouTe) y la Organización Mundial del Turismo (OMT) “Una mirada más cercana al Turismo: Medición y Análisis Subnacional - Hacia un conjunto de Directrices de la OMT”.

4.3. Articulación del Sistema de Información de Turismo Cultural y de Naturaleza en Santander en el ecosistema informativo nacional y regional

El Sistema de Información Turístico de Santander- SITUR Santander es el actor principal dentro del cual se puede crear un subsistema de información de turismo cultural y de naturaleza. Para el desarrollo metodológico se tendrá que determinar nuevos indicadores relacionados con las tipologías de turismo cultural y de naturaleza para derivar datos específicos de entrada al sistema.

Un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza en Santander estaría articulado en el sistema informativo nacional en la forma que se presenta en el siguiente gráfico:

Figura 3: Articulación del Sistema de Información de Turismo Cultural y de Naturaleza en Santander en el ecosistema informativo nacional y regional.



Fuente: Elaboración propia

A manera de conclusión de este numeral, podemos afirmar que la creación de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza en Santander es viable, en la medida de la comprobación de la existencia de un sistema informativo de turismo regional que constituiría su matriz.

5 CONCLUSIONES

Los Sistemas de Información de turismo cultural y turismo de naturaleza deben considerarse la primera opción para la planificación y toma de decisiones en los destinos turísticos, para conservar, apreciar y valorar el patrimonio cultural de estos. Dado esto, es necesaria la creación de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza, que se articule con el sistema de información turística de Santander- Situr para ser económicamente sostenible.

Se considera viable la creación de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza, pero es necesario primero educar al sector turístico para que comprenda la importancia y los beneficios de la estructuración de uno en el Área Metropolitana de Bucaramanga. Dado que, para los diferentes actores (públicos, mixtos y privados) del sector turismo un Sistema de Información de turismo cultural y de naturaleza es

percibida como una herramienta para el mejoramiento de la oferta y la demanda cultural, al mismo tiempo, para evaluar las necesidades estadísticas que padece el sector turístico en el departamento de Santander.

Es pertinente la creación de un observatorio de turismo cultural y de naturaleza debido a que es tendencia mundial la medición del turismo como herramienta de seguimiento y para la planificación, formulación y evaluación del sector turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Association for Tourism and Leisure Education ATLAS. (2008). *From Cultural Tourism to Creative Tourism. Part 2*. London: Greg Richards and Julie Wilson.

BACHLEITNER, R., & ZINS, A. H. (1999). Cultural Tourism in Rural Communities: the residents perspective. *Journal of Business Research* No. 44, 199 y 209.

Carnota Lauzan, O. &. (1987). *Proyección de Sistemas Automatizados de Dirección*. La Habana: Pueblo y Educación.

DANE . (2013). Plan Estadístico de Turismo DANE. *3a Conferencia Internacional sobre Medición y Análisis Económico del Turismo Regional* (pág. 8). Medellín: MOVE 2013.

DANE. (2014). *Departamento Nacional de Estadística*. Obtenido de Departamento Nacional de Estadística: <https://www.dane.gov.co/index.php/pib-cuentas-nacionales/cuentas-satelite/95-cuentas-nacionales/cuentas-satelite-/2841-cuenta-satelite-de-turismo>

Departamento Nacional de Planeación. (2010). *DNP*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo>

Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo. (2006). *El Turismo de Naturaleza: retos y oportunidades*. México D.F.: Secretaria de Turismo de México SECTUR.

DNP. (2010). *Agenda Interna de Productividad y Competitividad*. Bucaramanga: DNP.

Gobernación de Santander. (2012). *Plan de Desarrollo 2012 - 2015*. Bucaramanga: Gobernación de Santander.

Medina León, A. &. (2002). *La Empresa como Sistema Productivo. Criterios para la Caracterización y Clasificación*. Matanzas: Universidad de Matanzas

MINCIT. (2011). *Plan Sectorial de Turismo 2011 - 2014*. Bogotá: MINCIT.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2012). *Política de Turismo de Naturaleza de Colombia*. Bogotá D.C: MINCIT.

OMT. (2014). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://statistics.unwto.org/es/content/sistema-de-estadisticas-de-turismo-0>

OMT, B. (20 de Enero de 2014). *Organización mundial del Turismo OMT*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-01-20/el-turismo-internacional-supera-las-expectativas-con-52-millones-llegadas-a>

Organización Mundial del Turismo . (2012). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de Organización Mundial del Turismo : <http://statistics.unwto.org/es/content/sistema-de-estadisticas-de-turismo>

Organización Mundial del Turismo. (2002). *Declaración de Quebec sobre Ecoturismo*. Quebec: OMT.

Organización Mundial del Turismo OMT. (2002). *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible*. Madrid: OMT.

RICHARDS, G. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research* No. 23, 261 - 283.

Sáinz, D. (2012). Yellowstone, el emblemático parque norteamericano. *Viajes National Geographic* N° 151, 23 - 26.

Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. (2004). *Estudios de productos turísticos. El turismo de naturaleza en España y su Plan de impulso*. Madrid: Secretaría General de Turismo de España.

SECTUR, S. d. (2001). *Secretaría de Turismo de México SECTUR*. Obtenido de Secretaría de Turismo de México SECTUR: http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf

UNESCO. (1982). *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. México D.F.: UNESCO.

Valdés, L., Del Valle, E., & Sustacha, I. (2011). El Conocimiento del Turismo en el Ámbito Regional. *Cuadernos de Turismo* No. 27, Universidad de Murcia.

Viceministerio de Turismo. (2014). *MINCIT*. Obtenido de www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=27753

WTO. (2004). *Survey of Destination Management Organisations Report*. Madrid: World Tourism Organization .

The construction of an information system of cultural and nature tourism for planning in the municipality of Bucaramanga, Colombia

Abstract

Tourism has become one of the most important economic activities in recent years, becoming a factor of economic, social and cultural development. Information systems represent each day a tool that contributes to the generation of information and knowledge in different sectors, with tourism being one of the most dynamic sectors and growth that should undoubtedly contain updated information to the right decision. This research is aimed at diagnosing the need, relevance and feasibility of the development of a tourist information system for the types of cultural tourism and nature tourism in the Department of Santander (Colombia), in order to develop a system that allows specific knowledge of the behavioral characteristics and trends of tourism from an analysis of supply and demand in each of the regions or tourist towns of the department of Santander. This analysis leads to generate a dynamic that can be easily replicated in other tourist destinations.

Keywords: Cultural Tourism, Nature Tourism, Tourism Information System, measurement of tourism.

Artigo recebido em 08/11/2016. Aceito para publicação em 25/03/2017.