

Análisis del sistema de información turística del Magdalena: caracterización del turismo interno y emisor (2016)

Touristic information system analysis from Magdalena: intern and emitter tourist characterization (2016)

 <https://doi.org/10.52948/sosquua.v3i2.515>

HUMBERTO CALABRIA ARRIETA*

Universidad del Magdalena
(Colombia)

ANGÉLICA LILIANA SILVA FRANCO**

Universidad del Magdalena
(Colombia)

* hcalabria@unimagdalena.edu.co

** asilvaf@unimagdalena.edu.co

Artículo de investigación

Recepción: 23 de abril del 2021

Aceptación: 16 de septiembre del 2021

Cómo citar este artículo

Calabria, H. y Silva, A. (2021). Análisis del sistema de información turística del Magdalena: caracterización del turismo interno y emisor (2016). *Sosquua*, 3(2),48-68.

Resumen:

Los Sistemas de Información Turística han sido priorizados en el Plan de Desarrollo Nacional 2017 -2019 y en el Plan Sectorial de Turismo en Colombia como herramientas válidas para la planificación y la gestión del sector turístico. La información que arrojan dichos sistemas es empleada por los territorios en la búsqueda de mecanismos para el diseño de estrategias que atraigan un mayor gasto turístico e inversiones para fortalecer los procesos de desarrollo socioeconómico. El departamento del Magdalena es un territorio potencial para el desenvolvimiento de actividades turísticas enmarcadas en su riqueza natural, cultural e histórica; el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo firmó un convenio con la Asociación Hotelera y Turística de Colombia Magdalena, para la implementación de un sistema de información en el ya mencionado departamento, el cual se encarga de caracterizar el turismo receptor, interno y emisor; así como el impacto laboral y la industria turística. El presente artículo ilustra la metodología y principales resultados obtenidos en la medición del turismo interno y emisor, como un componente que ilustra las tendencias y características de viajes de los magdalenenses, a fin de fomentar el conocimiento interno del potencial turístico para proyectar su promoción hacia el mundo.

Palabras clave: turismo; información; sistemas de información; estadística; OMT.

Abstract:

Tourist information systems have been prioritized in the 2017-2019 National Development Plan and the Sectoral Tourism Plan in Colombia as valid tools for the planning and management of the tourism sector. The information gotten from these systems is employed by the territories in search of mechanisms to design strategies that attract more touristic spending and investment to strengthen the processes of socio-economic development. Magdalena department is a potential area for the development of tourism activities framed on its natural, cultural, and historic wealth. The Commerce, Industry and Tourism Ministry signed an agreement with the Magdalena Hotel and Tourism Association of Colombia, for the systems implementation in this department; which is responsible for characterizing the different kinds of tourism (receiver, domestic and outbound), as well as the labor impact and the tourism industry. This article shows the methodology and main outcomes gotten from the measurement of domestic tourism, as a component that illustrates trends and characteristics of magdalenenses trips, to foment the internal knowledge of the tourist potential to project its promotion towards the world.

Keywords: tourism; information; information system; statistics; UNWTO.

Introducción

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, s.f.), la industria del turismo ha acelerado su crecimiento en los últimos años, convirtiéndose en un sector estratégico para la mayoría de los países, especialmente aquellos en vía de desarrollo. Estos han orientado sus acciones para incentivar la llegada de visitantes y turistas a sus territorios con el ánimo de generar empleo. Además, por las expectativas que este genera en materia de crecimiento económico y desarrollo inclusivo.

Empero, son pocas las naciones que han hecho un seguimiento exhaustivo a la caracterización del visitante, al comportamiento del sector turístico y su impacto; por lo que el diseño e implementación de esquemas de medición y análisis estadístico para el turismo es relativamente reciente. La evolución de la medición estadística sobre el turismo a nivel mundial evidencia que este sector se ha convertido en un tema estratégico en el desarrollo de las naciones, con impactos positivos sobre sus economías y empleo. No obstante, las regiones de menor desarrollo presentan dificultades para conocer e ilustrar el impacto real que tiene la actividad turística en su territorio.

Así, atendiendo la necesidad de tener unos lineamientos claros sobre la medición en el sector, la OMT en el año 2008 realizó las recomendaciones sobre el marco conceptual para la cuenta satélite de turismo, en las cuales se reconoce que debe contar con sistemas de medición de carácter estadístico y fiable. Por esta razón, siguiendo los lineamientos de la OMT, a través del viceministerio de Turismo y del Departamento Nacional de Planeación (DNP); Colombia aún a esfuerzos para desarrollar Sistemas de Información Turística (SITUR) que permitan caracterizar el comportamiento del sector turístico a nivel nacional, como se establece en el Plan Estadístico Sectorial de Turismo (PEST) (MinCIT y DNP, 2014).

Por otra parte, el desarrollo de estos SITUR regionales en el país es reciente. Específicamente en el departamento del Magdalena, la experiencia de implementar un SITUR inició en el mes de julio de 2015, mediante un convenio firmado entre la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO) capítulo Magdalena y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT, 2015). Esta actividad implica que los actores involucrados con el turismo conozcan esta herramienta como apoyo para recopilar, analizar y evaluar la información sobre el comportamiento del sector turístico regional.

En sintonía con ese marco, el MinCIT diseñó y ha puesto en marcha un sistema de indicadores para medir la competitividad en el sector turístico. Así, respondiendo a la necesidad del sector de contar con información que permita soportar la toma de decisiones en materia de planificación, organización y gestión del sector.

En este sentido, el MinCIT (2009) subraya que ante la importancia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), y la innovación

en el turismo, señalados por las tendencias del turismo a nivel mundial; se requiere adelantar acciones de divulgación y sensibilización sobre las nuevas tecnologías aplicadas a la gestión turística. Lo anterior, con el objetivo principal de fomentar el uso de herramientas como internet y las recientes formas de información y comercialización; además de los canales de distribución y los sistemas integrales de gestión. Para desarrollar dichos procesos, el MinCIT ha considerado consolidar la información que permita caracterizar el comportamiento del turismo como actividad económica, haciendo uso de las TIC. De esta manera creó el CITUR, del cual dependen los SITUR que se han venido implementando en diversas regiones y departamentos del país. A través de los SITUR, el Gobierno colombiano espera contar con mayores elementos de información, estadísticas y datos que faciliten la formulación, evaluación, seguimiento y coordinación de políticas dirigidas al desarrollo del turismo.

De acuerdo con el MinCIT (2009), los SITUR constituyen una estrategia para alcanzar un turismo de clase mundial. El principal aporte de estos instrumentos es que soportan la toma de decisiones para la planificación y gestión del sector, lo cual debe acompañarse con sólidos compromisos por parte de los actores turísticos (como el Estado, empresas privadas, prestadores turísticos, prestadores no turísticos pero relacionados con la actividad, turistas y residentes).

Por otra parte, experiencias de otros países han motivado la implementación de los SITUR en Colombia como México, cuyo Sistema de Información Estadística (DATATUR) permite conocer información detallada sobre llegadas de viajeros, flujos aéreos y marítimos, viajeros domésticos, actividades de alojamiento, entre otras variables que, a su vez, derivan investigaciones y publicaciones que sugieren acciones de mejora o fortalecimiento del potencial turístico de ese país. No en vano, de acuerdo con la OMT (2016) México es el noveno destino a nivel mundial en llegadas de turistas internacionales y décimo sexto en ingresos. Colombia desea ascender su posición competitiva en turismo. Por ello utiliza los SITUR como instrumentos de seguimiento y soporte para identificar el potencial turístico, superar dificultades y mejorar la calidad en la prestación del servicio para atraer no solo un mayor número de turistas, sino también una mayor cantidad de divisas.

Por ello, en regiones como el Caribe colombiano se ha considerado estratégico, desarrollar una instancia que permita implementar un SITUR y de innovación en el sector. De acuerdo con Aguilera et al. (2006), el turismo es una oportunidad para que el Caribe se desarrolle social y económicamente, teniendo en cuenta que posee múltiples atractivos capaces de captar la atención de turistas nacionales e internacionales. Asimismo, cuenta con una privilegiada localización geográfica frente al mar Caribe; su capacidad hotelera y oferta de turismo está consolidada en el territorio nacional; posee una extensión de 1.600 kilómetros (km) de costa en zonas de gran

interés turístico y ambiental. Por último, goza de una riqueza natural que la hace acreedora de tres declaratorias de reserva de biosfera por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). También se destaca por el carácter de sus habitantes, identidad, historia y cultura, lo que lo posiciona dentro de los siete países megadiversos de América.

Por lo anterior, el MinCIT suscribió en el año 2015 un convenio con COTELCO Magdalena para la creación y puesta en marcha del SITUR en dicho departamento. Este proyecto obedece a la necesidad sentida por el sector de contar con información veraz, oportuna y actualizada sobre el comportamiento de la actividad turística para facilitar los procesos de toma de decisiones. Este proyecto involucra la articulación de diversos actores y busca caracterizar el comportamiento tanto de la demanda como de la oferta turística dentro de los parámetros de la formalidad; por lo que SITUR Magdalena ayudará a que destinos como Santa Marta puedan tener información confiable sobre generación de empleo, aumento del turismo doméstico y receptivo, caracterización del visitante, entre otras variables (MinCIT, 2015).

El presente documento ilustra el proceso de implementación de dicho SITUR y los principales resultados de medición para el turismo interno y emisor, el cual corresponde a las características de viajes dentro y fuera del departamento del Magdalena que sus residentes realizan; siguiendo la metodología basada en los lineamientos estadísticos de la OMT, MinCIT y el PEST, desarrollado por el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE).

Metodología

Los SITUR son herramientas para recopilar información sobre el comportamiento de la actividad turística, teniendo en cuenta su impacto económico, social, ambiental y territorial. El auge de las TIC ha incursionado con mayor fuerza en la industria sin chimeneas, puesto que al momento de tomar decisiones de viaje el consumidor valora la facilidad para encontrar referencias sobre el destino y planificar su viaje. Según Perdue (1985), la facilidad y coste de acceso a la información mide la satisfacción del turista.

Así, según las necesidades de la demanda o de la oferta turística, existen diversos tipos de sistemas de información turística; desde aquellos que se enfocan en la recopilación de datos y generación de estadísticas para medir el impacto del sector, hasta aquellos que involucran la georreferenciación o sistemas expertos de inteligencia artificial. En los últimos se integran información actualizada, sistemática y global, para adecuar la oferta turística a los requerimientos del cliente soportando las preferencias de presupuesto o gasto (Moutinho et al., 1995).

Además, los parámetros de medición del turismo son definidos por la OMT y se compilan en la cuenta satélite de turismo (CST), procedimiento idóneo para la medición del turismo y el análisis de la industria turística

en un país determinado (OMT, 2016). Por consiguiente, en el año 2008 la OMT publicó la Metodología de referencia cuenta satélite de turismo: recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, en el que se definieron los procedimientos estándar a nivel internacional.

Dicho documento proporciona conceptos, definiciones, clasificaciones e indicadores que articulan los marcos conceptuales de la CST, así como cuentas nacionales, balanza de pagos y otras estadísticas del sector. También proporciona el marco general de las fuentes de datos y metodología empleada para la recopilación y estadísticas básicas de turismo. Por lo anterior, estos lineamientos definen los parámetros de información a recopilar y analizar por las regiones, al momento de contribuir con la caracterización del turismo nacional.

En el caso de Colombia, el MinCIT ha diseñado una serie de lineamientos metodológicos para la medición del turismo en las regiones. Teniendo en cuenta las recomendaciones de la OMT, ha solicitado a cada uno de los SITUR adoptar una serie de instrumentos de medición e indicadores a la realidad socioeconómica de cada territorio.

Así, a partir de la demanda creciente de turistas en esta dimensión subnacional (OMT, s.f.), el MinCIT sugiere seguir los lineamientos dados por la OMT para la medición del turismo en las regiones. Este interés obedeció al enfoque de regionalización que países como Canadá, Australia y del Norte de Europa; los cuales fueron elaborando sistemas de medición regionales con un carácter de producto derivado de la CST nacional. Otros desarrollos más recientes, como los hechos en España, adaptan la CST como un producto independiente y a partir de información concreta de la región, se reproduce a escala regional el esquema básico de las recomendaciones de medición.

No obstante, se presenta heterogeneidad de métodos y resultados. En ese sentido, se hace difícil la comparación de variables e indicadores con el marco nacional y entre regiones. En este sentido, en el Plan Sectorial de Turismo (PEST, 2014) el MinCIT prioriza el programa de fortalecimiento del CITUR, en el cual se acoge la metodología de medición de la cuenta satélite de turismo regional elaborada por la OMT junto con los instrumentos de apoyo de recopilación de información y medición del sector propuestos por la red internacional sobre economía regional, movilidad y turismo (INROUTE, por sus siglas en inglés); y los lineamientos del PEST.

Además, actualmente los SITUR en Colombia se encuentran en un proceso de estandarización para la implementación del Statistical Data and Metadata Exchange (SDMX): un estándar de medición para el intercambio de datos y metadatos estadísticos; busca establecer un estándar reconocido para garantizar el acceso a los datos y su manejo, asegurando que se acompañen de metadatos que puedan ser accesibles y utilizables. Este estándar es reconocido dentro de la norma de la Organización Internacional de Normalización (ISO, 2005) 17369, la cual ofrece un enfoque integrado para

el intercambio de datos, permitiendo implementaciones interoperables dentro y entre sistemas relacionados con el intercambio, reporte y difusión de datos estadísticos y metadatos.

Este modelo ha sido aplicado por entidades estatales y supranacionales de estadística para facilitar la estandarización de mediciones que involucran datos estadísticos y metadatos relacionados. El MinCIT ha señalado que es su deseo estandarizar la medición del impacto del turismo desde las regiones, por lo que desde el CITUR recopila la información que reporta cada región que tiene un SITUR en desarrollo. El objetivo del Ministerio es lograr que todos los departamentos implementen SITUR para alcanzar la homogenización de datos estadísticos y de medición del turismo, con el ánimo de conocer el comportamiento del país en la CST y así soportar de mejor forma las políticas en materia de fortalecimiento de la actividad turística para disfrutar las bondades y ventajas de su desarrollo de manera sostenible y competitiva.

En este marco, desde CITUR se dan los lineamientos metodológicos para los SITUR; los cuales determinan cuatro criterios de medición: turismo receptor; turismo interno y emisor; empleo e industria turística; con el ánimo de caracterizar el turismo como actividad económica, desde el punto de vista, tanto de la demanda como de la oferta. Es precisamente dentro de estos criterios de medición dentro de los cuales se construye la información de caracterización del turismo en las diferentes regiones de Colombia. En el caso del departamento del Magdalena, el SITUR intenta definir el comportamiento del sector y su impacto, con algunas limitaciones prácticas. Sin embargo, permite contar con estadísticas claras para estimar algunos elementos claves de la CST.

Actualmente en Colombia el MinCIT, a través del viceministerio de turismo, ha creado nueve SITUR en el país (algunos de muy reciente creación). En ese sentido, el país se encuentra en un proceso de consolidación y definición de estándares de medición, atendiendo a las realidades de cada región y procurando robustecer al CITUR con información estadística de calidad e indicadores sectoriales que aporten un mayor conocimiento del sector en el marco de la metodología nacional y de la OMT.

No obstante, dentro de los ejercicios de medición que se están desarrollando en los SITUR, se está empleando la siguiente metodología estándar, pero en proceso de revisión y mejoramiento:

- Se emplean fuentes de información primaria y secundaria con el fin de medir y caracterizar el comportamiento del turismo en cada región, desde los siguientes ámbitos: turismo receptor, interno y emisor, empleo e industria turística. Las fuentes secundarias se obtienen de instituciones y entidades que desarrollan algunas mediciones relacionadas con el turismo, como es el caso del MinTIC, Migración Colombia, Parques Nacionales Naturales, Sociedad Portuaria (cruceros), Puntos de Información Turística (Programa del Fondo Nacional de Turismo [FONTUR]) y Aeropuerto Simón Bolívar.

- En el caso del turismo receptor se desarrollan encuestas a turistas y visitantes de forma mensual. El número de encuestas obedece a un muestreo no probabilístico, tomando como marco muestral los diferentes puntos y atractivos turísticos que más visitan los turistas tanto nacionales como internacionales. El número de encuestas por aplicar es definido por el MinCIT, y se establecieron 2.000 encuestas mensuales.
- En cuanto al turismo interno y emisor, se aplican encuestas a los residentes y se usa un muestreo estratificado para caracterizar los viajes de 600 hogares, a través de una medición trimestral que coincide con los periodos de temporadas turísticas (diciembre, enero, semana santa y junio-julio).
- En la caracterización del empleo y de la industria turística se aplican encuestas a los gerentes y jefes de talento humano de los establecimientos que cuenta con Registro Nacional de Turismo (RNT) activo; aplicando encuestas a 400 prestadores de servicios turísticos de forma mensual, pero con medición de resultados trimestral.

De acuerdo con lo anterior, el instrumento de evaluación-medición del turismo interno y emisor es resultado de un proceso de estandarización desarrollado por el MinCIT bajo los lineamientos de medición turística de la OMT y del Plan Estadístico Sectorial del DANE. Cada región en Colombia que implementa un SITUR debe adaptar el instrumento a las condiciones de cada territorio, conservando el mismo esquema de preguntas y variables, las cuales han sido previamente definidas en los Comités Técnicos de Estadísticas citados por CITUR Nacional. Para el caso de SITUR Magdalena, se siguió el modelo de cuestionario creado por SITUR Santander, primero de Colombia y referente desde el MinCIT para los demás en Colombia, en cuanto a los aspectos técnicos y de medición.

La medición estadística de caracterización del turismo interno y emisor se hace en las temporadas de diciembre y enero, semana santa y en los meses junio y julio, teniendo en cuenta las siguientes variables principales:

- Perfil sociodemográfico de los visitantes (edad, género, estrato y nivel de estudios).
- Identificar la tipología del visitante: excursionista en el caso que no pernote y turista en el caso que pernote).
- Motivo de no viaje.
- Determinar el motivo principal de viaje (motivo personales y profesionales).
- Estimar el tamaño medio del grupo de viaje y su composición (promedio de personas).
- Estimar la duración media de la estancia (duración en noches de alojamiento comercial y no comercial).
- Conocer los lugares visitados (municipios y sitios de interés).

- identificar el tipo de actividades realizadas durante el viaje.
- Determinar el tipo de alojamiento utilizado (comercial y no comercial).
- Conocer los medios de transporte para llegar y movilizarse en el destino (aéreo, marítimo y terrestre).
- Identificar las formas de organización del viaje (con o sin paquete turístico).
- Estimación del gasto de la estancia del viaje (gasto promedio, gasto por tipo).
- Formas de financiamiento del viaje (de acuerdo con la composición del grupo).
- Canales de comunicación utilizados por los visitantes antes, durante y después del viaje.
- Redes sociales para compartir la experiencia del viaje.
- Frecuencia del viaje.
- Percepción del viaje.
- Determinar el nivel de satisfacción del viaje.

A partir de dichas variables se obtienen los siguientes indicadores principales:

- Número de viajes turísticos internos.
- Número de viajes turísticos emisores.
- Tamaño medio de los grupos de viaje.
- Duración media de la estancia.
- Gasto medio por día.
- Gasto medio total.
- Duración media de la estancia en establecimientos de alojamiento comercial.
- Duración media de la estancia en establecimientos de alojamiento no comercial.

Metodología

La metodología aplicada para esta actividad consta de dos momentos. En el primero se recoge información básica del hogar como el número de integrantes, estrato edades, nivel de estudios, si viajo (o no) en la temporada respectiva y el motivo de no viaje. Esta encuesta es aplicada al jefe de hogar o quien se delegue en el momento de la visita a la residencia. Posteriormente, se remite un correo electrónico a las personas que han realizado viajes en las temporadas señaladas según las encuestas obtenidas en el primer momento, para que diligencie una encuesta virtual (segunda parte) que caracteriza el viaje según las variables mencionadas.

Sin embargo, con el ánimo de aumentar y asegurar la tasa de respuesta, se procedió a unir los dos momentos y así evitar pérdida de esfuerzos y tiempos en llamadas y visitas repetitivas a los hogares. La cantidad de encuestas a aplicar (600 hogares) fue definida por el MinCIT. No obstante,

se aplica un muestro probabilístico de tipo estratificado de fijación proporcional según la distribución por estratos. De tal manera, los 600 hogares encuestados fueron ajustados a la proporción obtenida de la población.

En cuanto al transcurso de recopilación de información para obtener los datos que permitan caracterizar el turismo interno y emisor del Magdalena; se realizan visitas previas a los hogares definidos a través del muestreo aleatorio estratificado. Estas visitas son realizadas por estudiantes de los programas de administración de empresas turísticas y hoteleras y tecnología en gestión hotelera de la Universidad del Magdalena; quienes han sido seleccionados para que desarrollen esta tarea como parte de sus actividades de prácticas profesionales. En cada visita se hace una socialización del proyecto al jefe de hogar y se explica el proceso de recopilación de información. En un segundo lugar se aplica el instrumento de obtención de datos. El marco temporal de realización de estas visitas es definido por el MinCIT, posterior a las temporadas turísticas, generalmente entre dos y tres semanas. Cabe indicar que involucrar estudiantes en proceso de profesionalización en el ámbito turístico garantiza que el turista, empresario o residente (según la encuesta que se aplique) conozca más, o se informe sobre las actividades, lugares, productos y oferta turística de la región. Entonces, además de recopilar la información, quienes aplican los instrumentos también ejercen el rol de promotores del turismo.

Por último, es necesario comentar que los resultados del proceso de medición se hacen evidentes y se socializan en la plataforma virtual creada por el SITUR Magdalena. Este portal además de ilustrar los resultados estadísticos exalta los principales atractivos, prestadores turísticos e información relevante para el turista que visita el departamento. Todo ello es coherente con el desarrollo de las TIC que han incursionado con gran auge para su aplicación en el ámbito turístico. Diversos autores como Baldacci (2000), Buhalis (2000), Proll (2000), Collins (2003) y Brown (2004, como se citó en Ortega y Rodríguez, 2007); señalan que existen un número importante de proyectos y trabajos sobre sistemas de gestión de destinos y sistemas de información geográfica e hipermedia. Estos facilitan el acceso a la información de los destinos turísticos; los cuales responden a las demandas del turista para conocer y disfrutar los atractivos y la oferta turística que los destinos les ofrecen. De esta manera, derivando mayores gastos turísticos por parte de los visitantes y, en consecuencia, mayores beneficios económicos para estos lugares.

Resultados

Turismo interno y emisor (2016): Santa Marta, Magdalena.

Los resultados de las mediciones realizadas por el SITUR Magdalena se presentan al público a través del portal web. La información presentada

se puede consultar a través del enlace, por medio del cual se accede a los resultados de las mediciones realizadas para: turismo receptor, turismo interno y emisor y la caracterización del empleo y de la industria turística del Departamento del Magdalena. Esta información es soportada en un servidor principal que se encuentra en el estado de Florida, Estados Unidos, el cual sustenta toda la actividad que SITUR realiza. Además, este servidor cuenta con copia de seguridad de la información, la cual garantiza que esté siempre disponible al público. Para las consultas por medio de otros dispositivos, el portal cuenta con un diseño web adaptable al dispositivo que se emplee para su visualización. Gracias a ello, la información está disponible para ser consultada desde dispositivos móviles o de escritorio.

Los estudios del turismo interno y emisor están orientados a conocer los comportamientos de los hogares del departamento de Magdalena en relación con la realización de viajes a otros municipios del departamento, ciudades en el interior del país o viajes al exterior durante el año 2016 en tres temporadas: de diciembre 2015 a enero de 2016; en Semana Santa 2016 y entre junio y julio de 2016, las cuales constituyen las temporadas vacacionales en Colombia. Para su realización se tomó información primaria de los hogares y de sus miembros con base en diferentes características de análisis relevantes para el estudio del sector turístico en la región, mediante la aplicación de una encuesta a cada uno de los miembros del hogar que realizaron viajes en el periodo señalado, teniendo como finalidad principal:

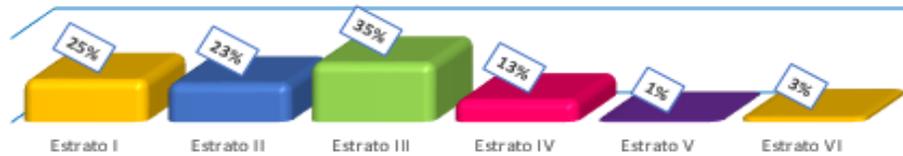
- Cuantificar los flujos de viajeros magdalenenses que viajan a los principales destinos turísticos ubicados en interior del departamento.
- Cuantificar los flujos de viajeros magdalenenses que viajan a los destinos turísticos ubicados al interior de Colombia y otros países en el mundo.
- Caracterizar la realización de los viajes en función de aspectos relevantes que presenta la población estudiada que viaja y que no viaja, según características.

Caracterización general de los hogares.

Siguiendo las especificaciones del MinCIT, se utilizó un muestreo probabilístico de tipo estratificado, de acuerdo con la proporción porcentual distribuida por estratos del total de habitantes de Santa Marta, que se ajustaron desde una población de 600 hogares. Los datos por estrato fueron tomados de reportes de la Oficina de Planeación del Distrito de Santa Marta; para la muestra se tiene que el 35% de estos pertenecen al estrato 3, mientras que en un 25% y un 23% se encuentran los estratos 1 y 2 respectivamente; los tres con el mayor porcentaje de participación. Los estratos 4, 5 y 6, se ubican con 13%, 1% y 3% respectivamente con el porcentaje menor de participación, según lo observado en la figura 1:

Figura 1.

Estrato socioeconómico hogares encuestados turismo interno y emisor 2016

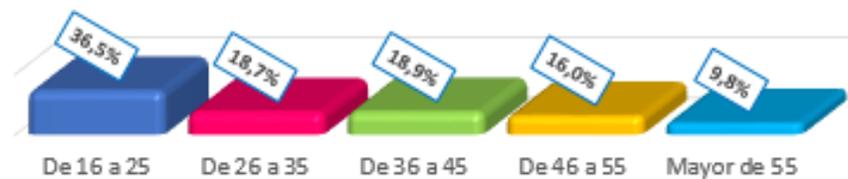


Nota. SITUR (2017).

En lo que tiene que ver con las edades de los viajeros en el departamento del Magdalena, la mayor parte tienen edades en el rango de 16 a 25 años (36.5%), seguidos por los de 36 a 45 años (18.9%). Luego están los de 26 a 35 años (18.7%), de 46 a 55 años (16%) y edades superiores o iguales a los 56 años (9.8%), tal como se evidencia en la figura 2. El 57% de la dinámica del turismo en la región es por parte de los viajeros que se ubican por debajo de los 36 años.

Figura 2.

Edad de los viajeros



Nota. SITUR (2017).

En la figura 3 se observa que el principal nivel de estudio realizado por los viajeros son los superiores o universitarios (59.6%), seguidos por los de educación media (25.7%), básica secundaria (9.4%) y básica primaria (4.7%).

Figura 3.

Nivel de estudio de los viajeros



Nota. SITUR (2017).

Turismo interno y emisor: resultados 2016. Tamaño medio del grupo de viaje.

Para la clasificación del turismo interno, se puede apreciar en la figura comparativa número 1 que, en cuestión del tamaño del grupo de viaje, el más habitual fue viaje individual, siendo que el 55% del turismo interno se dio de esta manera; le sigue el viaje en pareja (20%); luego los grupos de cuatro personas (13%); los grupos de 3 personas (9%); y por último los que viajaban en grupos de personas (1%). De la misma forma para la clasificación del turismo emisor en el año 2016 en la ciudad de Santa Marta, Colombia. Allí se aprecia que el más habitual fue viaje individual, siendo que el 53% del turismo interno se dio de esta manera; le sigue el viaje en pareja (17%); luego los grupos de cuatro personas (12%); los grupos de 3 personas (11%).

Figura 4.

Tamaño medio del grupo de viaje turismo interno y emisor (2016)



Nota. SITUR (2017).

Motivo principal de viaje.

La figura 5, muestra claramente que, para el turismo interno en el año 2016, el motivo principal de viaje fue predominante la visita de familiares y amigos y las vacaciones, recreo y ocio con un 57% y 34%; mientras que asistir a eventos religiosos, vender bienes o prestar un servicio y realizar compras personales, presentaron un 3%, 2% y 1% respectivamente. De la misma forma en el motivo principal de viaje para turismo emisor fue predominante la visita de familiares y amigos y las vacaciones, recreo y ocio con un 57% y 34%, al igual que en turismo interno.

Figura 5.

Motivo principal del viaje turismo interno y emisor (2016)



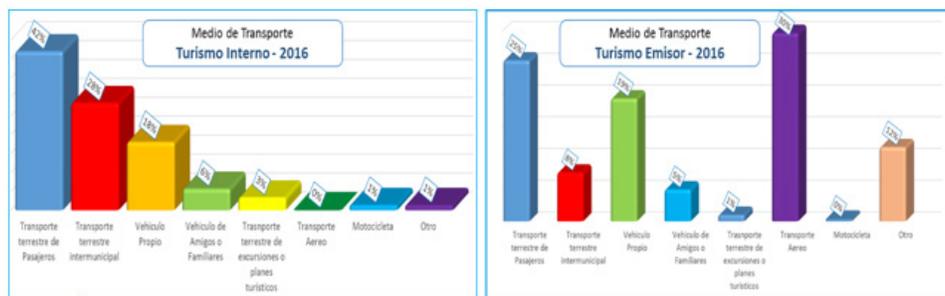
Nota. SITUR (2017).

Medio de transporte.

Los medios de transporte empleados por los viajeros para su desplazamiento al interior del departamento del Magdalena, Colombia, fueron el transporte terrestre de pasajeros con un 42% y el transporte terrestre intermunicipal con 28%. Para el caso de los vehículos propios el 18% de los encuestados dicen haberlo empleado. En lo respectivo al desplazamiento fuera del departamento del Magdalena se tiene que el transporte aéreo (30%) fue el más utilizado por los viajeros, seguido por el transporte terrestre de pasajeros con un 25%, tal como se evidencia en grafica siguiente:

Figura 6.

Medio de transporte utilizado en turismo interno y emisor (2016)



Nota. SITUR (2017).

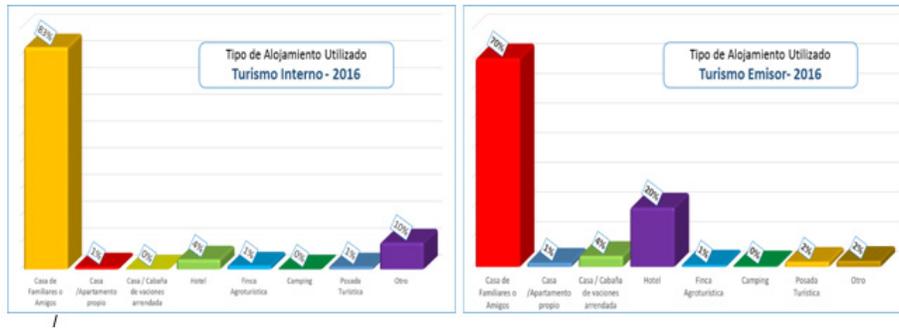
Tipo de alojamiento utilizado.

El tipo de alojamiento más empleado por los viajeros en turismo interno durante el año 2016 fue la casa de familiares y amigos. El 83% de estos empleó este tipo de alojamiento, contrastando armónicamente con el motivo principal del viaje en el cual asintieron en más de un 50%, quienes viajan

para visitar familiares o amigos. Para el caso de turismo emisor, igualmente el tipo de alojamiento más empleado fue las casas de familiares o amigos (70%) y los hoteles (20%).

Figura 7.

Tipo de alojamiento utilizado en turismo interno y emisor (2016)



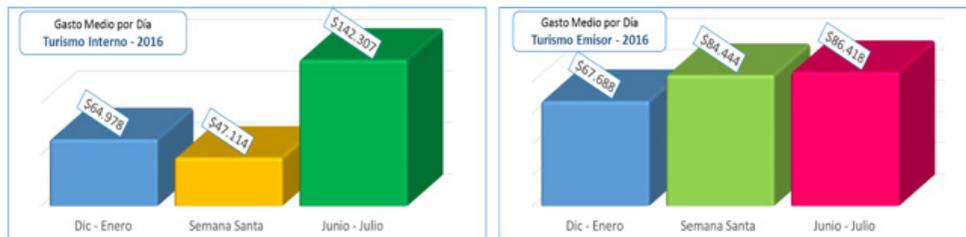
Nota. SITUR (2017).

Gasto medio por día.

El gasto medio por día empleado por los viajeros durante la realización de sus desplazamientos dentro del departamento del Magdalena, Colombia, durante las tres temporadas vacacionales analizadas, muestra claramente que la temporada de junio y julio de 2016 el gasto medio por día de los viajeros fue de \$142.307 pesos colombianos (COP). Así, ubicándose como el gasto más alto empleado durante el 2016. En cambio, para Semana Santa del mismo año los viajeros gastaron en promedio \$44.114 COP diariamente. Para el gasto fuera del departamento del Magdalena, los viajeros gastaron en la temporada de junio y julio de 2016 \$86.418 COP, ubicándose como el gasto más alto, mientras que para Semana Santa los viajeros gastaron en promedio \$84.444 COP diariamente, el menor gasto fuera del departamento se ubicó en la temporada diciembre 2015 a enero 2016.

Figura 8.

Gasto medio por día en turismo interno y emisor (2016)



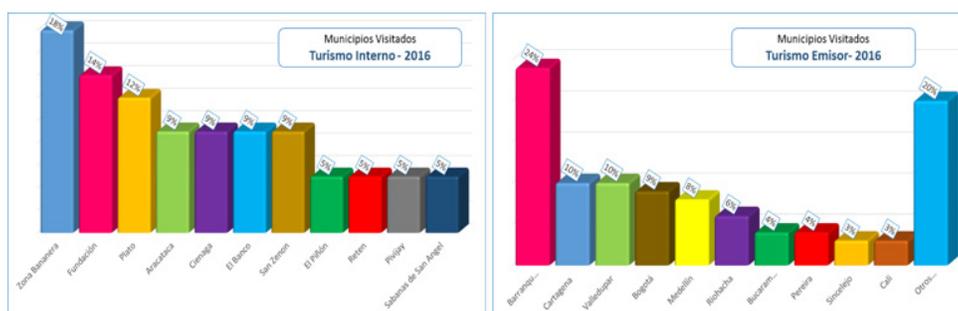
Nota. SITUR (2017).

Municipio visitado.

Para el caso de los municipios más visitados por los viajeros al interior del departamento del Magdalena en las temporadas turísticas del año 2016, se registra que la zona Bananera, Fundación y Plato: los municipios preferidos para realizar desplazamientos con un 18%, 14% y 12% respectivamente, mientras que los municipios de Ciénega, Aracataca y el Banco se ubicaron con un 9%. Para el caso del turismo emisor se presentan las ciudades de Barraquilla, Cartagena y Valledupar como los destinos preferidos por los viajeros que se desplazaron fuera del departamento del Magdalena, con un 24% y 10% respectivamente. Por otra parte, el 20% manifiesta que visitó otros municipios y solo el 4% y 3% tuvieron como destino principal del viaje las ciudades de Bucaramanga, Pereira y Sincelejo y Cali respectivamente.

Figura 9.

Municipio visitado en turismo interno y emisor (2016)



Nota. SITUR (2017).

Conclusiones

El turismo ha pasado de ser una actividad alternativa a la industrialización tradicional, para convertirse en un sector económico estratégico tanto en países desarrollados como en vía de desarrollo. En efecto, el turismo aporta el 9% del PIB a nivel mundial (1 de cada 11 empleos); 6% de las exportaciones mundiales y para el 2030 se espera la movilización de 1.800 millones de personas (OMT, 2014). Por tanto, este sector requiere que la información sea actualizada, flexible y fácil de usar por parte del turista. En este sentido, los sistemas de información facilitan la búsqueda para que el turista planifique y disfrute su viaje, pero también permiten que más allá de la cuantificación y datos, se tengan análisis adecuados e indicadores que aseguran la fiabilidad y la medición del impacto del turismo.

El SITUR Magdalena constituye una valiosa herramienta para soportar la toma de decisiones en pro de mejorar o fortalecer el turismo como actividad económica, puesto que a partir de la caracterización del perfil del turista, de los intereses turísticos de residentes tanto para el turismo inter-

no como emisor y de la oferta turística y su impacto en el empleo; los actores del turismo (Gobierno, empresas privadas, prestadores turísticos, turistas y residentes) pueden desarrollar acciones estratégicas que incrementen la competitividad regional, haciendo uso del potencial endógeno turístico bajo criterios de mayor calidad y sostenibilidad. De igual forma, es valioso para conocer el comportamiento del turismo como actividad económica, lo cual implica un importante avance en cuanto a la toma de decisiones para mejorar la competitividad del sector. Por primera vez, el Magdalena cuenta con estadísticas reales y verídicas que siguen los lineamientos de la OMT y del Plan Estadístico Sectorial, a fin de medir el impacto y aporte del turismo en la economía regional.

Si bien lo anterior ha sido un avance valioso que ha motivado el mayor conocimiento sobre el aporte del sector, su reciente implementación no permite aún evidenciar de manera clara los impactos del turismo a nivel regional y su comparativo anual. Asimismo, SITUR Magdalena, al igual que otros sistemas, recién inició el proceso de identificación de prestadores de servicios turísticos que no tienen RNT activo y que constituyen una parte significativa de la oferta turística local, caracterizada por los altos niveles de informalidad. Se espera que, con el proceso de georreferenciación de prestadores turísticos, los activos con RNT y aquellos que no lo tienen se puedan articular de mejor forma con los objetivos del Mapa Regional de las Oportunidades (MARO), para lo que se requiere una directriz clara desde el Gobierno Nacional que identifique la canasta exportadora de bienes no minero-energéticos relacionados con la actividad turística en el departamento.

En Colombia, los SITUR contemplan la identificación de atractivos turísticos y de prestadores de servicios turísticos activos con el RNT; su reciente aplicación aún no permite señalar impactos claros en cuanto al impulso o incremento de exportaciones no minero-energéticas. Lo anterior se considera como una falencia que debe ajustarse en los SITUR, especialmente en un departamento como Magdalena, que cuenta con un puerto marítimo para el embarque y transporte de carbón; cuya actividad económica ha desencadenado negativos impactos ambientales y afectado la calidad de vida de poblaciones aledañas como la comunidad de Don Jaca (Tierra Digna et al., 2015). Encontrar alternativas a este tipo de actividades económicas permitirán reducir de manera significativa los actuales problemas de desviación y contaminación de los cuerpos hídricos, aguas subterráneas, mares y ciénagas; pérdida de la vocación agrícola y pesca artesanal; incremento de enfermedades respiratorias y vulnerabilidad de la salud auditiva, entre otros factores negativos.

Ante su reciente creación e implementación es apresurado definir la incidencia del SITUR Magdalena en el ranking de competitividad y crecimiento económico del departamento. Sin embargo, se infiere por las experiencias en otras regiones y territorios del mundo, que su correcto desarrollo deriva

acciones claves para mejorar la prestación del servicio, calidad, seguridad, formalidad y otros métodos que sin duda permiten mejorar su posicionamiento competitivo. Lo anterior sin hacer caso omiso a los aspectos fundamentales para el desarrollo del turismo como la conectividad y la paz.

En el caso puntual de Colombia, en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país" se definen metas claras para que el sector turístico propenda por la construcción de territorios de paz. En este sentido, el plan contempla la ruta "Camino a Teyuna" la cual comprende a Ciudad Perdida (Magdalena) como un territorio piloto para implementar las estrategias "Turismo, paz y convivencia" y "Seguro te va a encantar". Con la implementación de SITUR Magdalena se evidencia la efectividad de dichas estrategias al suministrar por primera vez información desde el territorio sobre el comportamiento de la actividad turística. Concretamente, se refleja la llegada de un número significativo de turistas, especialmente extranjeros interesados en conocer la oferta turística regional, en especial, Ciudad Perdida, la Sierra Nevada de Santa Marta y el Parque Nacional Natural Tayrona (SITUR, 2017).

Además, en la actualidad y enmarcadas en el posconflicto, las áreas que anteriormente eran ocupadas por grupos armados, ahora muestran una mayor receptividad de turistas tanto nacionales como extranjeros. No obstante, desde SITUR Magdalena se ha evidenciado que es necesario reforzar el interés de los propios habitantes del departamento para que conozcan sus municipios y oferta turística, puesto que los flujos de turismo interno aún son incipientes comparados con otros territorios como por ejemplo los departamentos de Santander y Antioquia

SITUR Magdalena, aunque es una herramienta efectiva para la medición y evaluación del comportamiento del sector turístico, requiere del compromiso activo de los actores locales y del Gobierno Nacional para que el turismo supere las dificultades actuales, tales como los altos niveles de informalidad, la baja calidad en la prestación del servicio, inseguridad, infraestructura, señalización, entre otras debilidades que se han identificado en el proceso de recopilación de información. El impacto de SITUR Magdalena se hará más evidente en la medida que se mantenga y actualice constantemente la información y se complemente con variables asociadas a la vocación económica y competitividad del departamento. Mientras se desarrolla la estandarización de los SITUR en Colombia, es necesario que el MinCIT continúe apoyando la creación y sostenibilidad de los SITUR y comprometa a los gobiernos regionales en su sostenimiento.

Los principales resultados de caracterización del turismo interno y emisor realizados por SITUR Magdalena, para caracterizar los viajes turísticos realizados por los residentes dentro y fuera del Magdalena, en las temporadas vacacionales de diciembre de 2015 a enero de 2016, Semana Santa 2016 y junio y julio 2016, son los siguientes:

El principal motivo por el cual se realizaron viajes en el año 2016 fueron los personales, dentro de los cuales se destaca el visitar a familiares y amigos para turismo interno y emisor. Por otra parte, el alojamiento empleado por los viajeros fue tanto en turismo al interior del departamento del Magdalena, como por fuera de este. En este caso, la casa de familiares o amigos se contrasta con el motivo principal del viaje y además se relaciona con su duración y el gasto medio por día de cada viajero.

Asimismo, el municipio más visitado es Zona Bananera, seguido de Fundación, Plato y Aracataca, en los cuales los turistas realizan actividades como visitar los cascos urbanos del municipio, visita a monumentos y asistencia a festividades y eventos. Los países más visitados fueron Colombia, Venezuela y Estados Unidos, de los cuales el 98% se desplazó dentro del país, para la realización de viajes durante el año 2016.

Por otro lado, las ciudades más visitadas por los viajeros emisores fueron Barranquilla, Cartagena y Valledupar en la costa Caribe colombiana. Del interior del país se destaca la ciudad de Bogotá. Lo anterior refleja la movilidad al interior del país para la realización de viajes turísticos por medio de los integrantes de los hogares encuestados, que realizaron uno o más viajes en la temporada analizada.

En ese sentido, el medio de transporte empleado para los desplazamientos dentro del departamento del Magdalena es el transporte terrestre de pasajeros y para desplazarse fuera de este los viajeros prefieren el transporte aéreo. De igual forma dentro y fuera de este también se emplea el vehículo propio. Finalmente, se destaca que los residentes magdalenenses prefieren conocer y visitar destinos cercanos al departamento, especialmente por motivos de celebraciones y festividades municipales. Los viajeros suelen ubicarse en estratos medios y son población joven.

Referencias

- Aguilera, M., Bernal, C y Quintero, P. (2006). *Documentos de trabajo sobre economía regional. Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano*, 79. Banco de la República, Centro de Estudios Regionales (CEER). <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/DTSER-79.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2015). *Plan Nacional de Desarrollo 2014- 2018 "Todos por un nuevo país"*. DNP. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%201%20internet.pdf>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT) y Departamento Nacional de Planeación (DNP). (2014). *Plan Estadístico Sectorial de Turismo 201-2018 "Turismo para la construcción de la paz"*. MINCOMERCIO y DNP. [http://www.citur.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=UH9fyFiXFVs%3D&tabid=75\(2009\)](http://www.citur.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=UH9fyFiXFVs%3D&tabid=75(2009)). Competitividad: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial.

- Ministerio de comercio industria y turismo (MinCIT). (2009). *Documento de política*. MinCIT. <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=67&name=Competitividad-Desafio2009.pdf&prefijo=file>
- (2015, 22 de septiembre). Magdalena contará con sistema de información turística. Bogotá, Colombia. MinCIT. <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=34813&dPrint=1>
- Moutinho, L., Curry, B., Davis, F. y Rita, P. (1995). *Computer Modelling and Expert Systems in Marketing*. Routledge.
- Organización Internacional de Normalización (ISO). (2005). *Statistical data and metadata Exchange (SDMX) (ISO/TS 17369:2005)*. <https://www.iso.org/standard/40555.html>
- Organización Mundial del Turismo – (OMT). (s.f.). *El Turismo: Un fenómeno Económico y Social*. <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos*. OMT. [http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415991\(2016\)](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415991(2016))
- Panorama OMT del Turismo Internacional*. OMT <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>
- Ortega, E. y Rodríguez, B. (2007). *La comunicación en los destinos turísticos: percepción de los residentes en España* [Ponencia]. El comportamiento de la empresa ante entornos dinámicos: XIX Congreso anual y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM, Madrid, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2482215>
- Perdue, R. (1985). Segmenting State Travel Information Inquirers by Timing of the Destination Decision and Previous Experience. *Journal of Travel Research*, 23(3), 6-11. <https://doi.org/10.1177/004728758502300302>
- Sistema de Información Turística – (SITUR). (2017). *Estadísticas Nacionales. Visitantes a parques nacionales naturales*. Centro de Información Turística de Colombia (CITUR). https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_parques_naturales/all/18#gsc.tab=0
- Tierra Digna. (2015). Centro de Estudios para la Justicia Social Tierra Digna. <http://tierradigna.org/pdfs/informe-carbon.pdf>