



**Estudio del impacto de los patrimonios culturales en el flujo  
turístico.**

Por

Maria Camila Alzate Torres

Universidad Nacional de Colombia  
Facultad de Ciencias Humanas y Económicas  
Medellín, Colombia  
2017

**Estudio del impacto de los patrimonios culturales en el flujo  
turístico.**

Por

Maria Camila Alzate Torres

Tesis presentada como requisito parcial para optar por el título de:

**Magister en Ciencias Económica**

Directora:

Dra. Nora Elena Espinal Monsalve

Departamento de Economía

Universidad Nacional de Colombia

Facultad de Ciencias Humanas y Económicas

Medellín, Colombia

2017

## **AGRADECIMIENTOS**

El desarrollo de un trabajo investigativo de este tipo tiene detrás la participación de muchas personas que de una u otra forma confluyeron en mi vida durante su proceso de consolidación. Este trabajo fue llevado a cabo especialmente gracias al esfuerzo constante, la dedicación y los consejos certeros de la profesora Nora Elena Espinal, que además de ser mi directora de tesis ha sido una amiga y una madre en estos años de formación como académica y como persona.

Agradezco a mi familia: a mi madre, mi padre y mis dos hermanos, que presenciaron la evolución de este trabajo desde que era solo una idea en mi mente y que siempre me dejaron disponer de su compañía y apoyo incondicional.

Un agradecimiento especial a Daniel Restrepo, la persona que ha estado constantemente a mi lado, ayudándome a resolver las dudas académicas y espirituales que surgieron en este proceso. También quiero darle un agradecimiento a mi amigo y colega Andrey Ramos, quien ha sido incondicional y ha estado dispuesto a leerme desde que esta tesis era solo un bosquejo. Agradezco también a los compañeros del grupo de investigación “Economía, Cultura y Políticas”, quienes han sido la familia con la que me he formado y con la que espero seguir aprendiendo.

A todo el personal académico y administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y Económicas: por ser amigos, compañeros y por haber presenciado mi llegada al punto en el que estoy.

A todos, gracias totales.

## CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. ANTECEDENTES PARA EL ESTUDIO DEL TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA .....	7
a. Introducción al estudio del turismo .....	7
b. El Turismo Cultural. ....	10
c. La sostenibilidad en el Turismo Cultural .....	17
3. INSUMOS PARA LA DEMANDA DOMÉSTICA DE TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA .....	22
a. Caracterización del sector turístico en Colombia.....	22
b. La política del turismo cultural en Colombia .....	25
c. Estudios sobre la relación del patrimonio cultural y el turismo en Colombia	28
d. Turismo interno y activos culturales patrimoniales en Colombia. ....	32
4. ANÁLISIS EMPÍRICO.....	41
a. El modelo gravitacional aplicado a estudios del turismo .....	41
b. Tipo y fuentes de información.....	48
c. Modelo econométrico para la estimación de los determinantes de la demanda por turismo cultural doméstico en Colombia .....	50
5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	55
a. Resultados.....	55
b. Conclusiones .....	58
6. BIBLIOGRAFÍA.....	64
Anexo 1. Metodología de construcción de la Matriz Origen-Destino y resultados obtenidos.....	71

## **1. INTRODUCCIÓN**

El turismo es un sector económico que en las últimas décadas ha adquirido una relevancia a nivel internacional como generador de desarrollo económico. Este, como fenómeno social, se ha expandido gracias al aumento de disponibilidad de tiempo libre de las personas y al aumento del ingreso del que disponen para gastar en actividades de ocio, además de otros cambios en la estructura económica de las sociedad; esto en conjunto con los desarrollos tecnológicos llevados a cabo en sectores como el de transporte y de telecomunicaciones, que facilitaron las posibilidades que tienen las personas de viajar a nuevos lugares (Pulido Fernández, de la Calle Vaquero & Velasco González, 2013).

El aumento de información percibida por las personas y la concepción de mundo globalizado ha inducido en los últimos años cambios en la estructura de preferencias de estas a la hora de hacer turismo. Estos cambios en la demanda turística han impulsado un proceso de diversificación de la oferta, generándose nichos donde se desarrollan productos específicos adecuados a los intereses de los turistas. Teniendo en cuenta que unos de los principales atractivos turísticos en la actualidad son los bienes relacionados con el patrimonio cultural de las comunidades y la obtención de experiencias a través del intercambio cultural, es claro el interés en estudiar el turismo cultural como nicho específico.

En Colombia, el turismo es un sector económico que aún está en proceso de consolidación y que tiene posibilidades de potencializarse como motor del desarrollo económico. Sin embargo, aún son pocos los trabajos que buscan estudiar el turismo

en el país. Este estado incipiente de la investigación turística es lo que nos motiva a llevar a cabo el presente trabajo. Las características del sector turístico en Colombia, muestran que el 80% de la demanda turística nacional proviene del turismo doméstico, por lo que es de gran relevancia estudiar el comportamiento de este tipo de flujos y sus determinantes. El objetivo de la presente investigación es analizar las características del turismo doméstico en Colombia, y además, inscribiéndonos en el marco del turismo cultural y teniendo en cuenta la riqueza cultural dentro del país, buscamos estudiar qué relevancia tienen los bienes del patrimonio cultural como atractivos turísticos. Este estudio es relevante dado la información del sector turístico que deriva de este y las recomendaciones de política que pueden llevar a explotar el potencial económico del sector turístico en Colombia y a la posibilidad de diversificar los ingresos generados por esta actividad en Colombia.

Para cumplir con el objetivo planteado en esta investigación, en primer lugar se plantea la construcción de una matriz de flujos origen-destino para el turismo doméstico en Colombia, teniendo como base la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) aplicada por el DANE entre los años 2012 y 2013. Posterior a esto, se plantea el uso de un modelo de interacción espacial, o modelo gravitacional para estudiar los determinantes de los flujos turísticos entre los diferentes departamentos del país. Este modelo plantea que los flujos turísticos dependen positivamente del tamaño de cada región (tanto región de origen como región de destino) y negativamente de la distancia que las separa. Además, se cuenta con una versión ampliada del modelo en la cual se permite incorporar otras variables explicativas

entre las cuales se incluyen la dotación de atractivos (naturales, culturales y acceso a playas), la infraestructura turística y la accesibilidad, para caracterizar la oferta y demanda por turismo doméstico.

Este trabajo se divide en cinco capítulos, incluyendo la presente introducción. El segundo capítulo busca exponer las características del fenómeno turístico, hacer una introducción al turismo cultural y recalcar la importancia del concepto de sostenibilidad en este. En el tercer capítulo se expone el caso particular de Colombia, donde se habla del estado del sector turístico nacional, cuál es la política de turismo cultural propuesta por las entidades gubernamentales competentes, y se exponen los activos culturales con los que cuenta Colombia, y los estudios previos que confirman la relevancia de la relación entre el turismo y el patrimonio cultural a nivel nacional. En el cuarto capítulo se expone el modelo de interacción espacial o modelo gravitacional a utilizar en la investigación, la estrategia empírica y los datos a utilizar; y por último, en el quinto capítulo se exponen los resultados y conclusiones. Además de esto, se cuenta con un anexo donde se explica la metodología de la construcción de la matriz origen-destino de los flujos turísticos y los resultados obtenidos para el país.

## **2. ANTECEDENTES PARA EL ESTUDIO DEL TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA**

### **a. Introducción al estudio del turismo**

La globalización ha llevado a que la concepción de las fronteras de los territorios cambie y dé lugar a un entorno donde las distancias son cortas y las posibilidades

de interacción son mayores. En este contexto se ha dado un auge en las relaciones de intercambio a nivel nacional e internacional entre las que se encuentra el turismo.

Una definición de turismo que resulta práctica para su tratamiento desde el enfoque deseado es aquella dada por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS por sus siglas en inglés) en 1976 donde se presenta el turismo como un hecho social, humano, económico y cultural irreversible que propicia un intercambio cultural nacional e internacional y del que participan los campos del patrimonio y los monumentos. Así, el turismo es inherente al desarrollo de las comunidades y posee un carácter transversal. A pesar de que el turismo no es un fenómeno nuevo, este se ha transformado a la par con las dinámicas sociales, culturales y económicas de las comunidades.

En la actualidad el turismo se ha posicionado como un sector económico que, según datos presentados por la Organización Mundial del Turismo (UNWTO por sus siglas en inglés), ha llegado a representar cerca del 9% del PIB mundial y es responsable de 1 de cada 11 puestos de trabajo a nivel mundial (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014), siendo uno de los principales estímulos para los países desarrollados y en vías de desarrollo (Brida, Monterubbianesi & Zapata-Aguirre, 2011). Este nuevo papel del turismo en el ámbito económico ha repercutido también en Colombia, donde en el año 2013 el consumo turístico representó un 1,3% del PIB nacional (Ministerio de Turismo, 2015).

Este incremento de la participación del turismo en las economías a nivel mundial ha sido propiciado por cambios en las condiciones sociales y económicas que impactan

sobre los principales determinantes de la demanda turística, tales como: la renta de los individuos, las características socio demográficas de los lugares de origen y destino, y los costos de transporte y de transacción en general (Demelas, 2009). Así, en los países desarrollados se ha evidenciado un incremento de la renta percibida por las personas y a su vez un incremento del tiempo de ocio disponible el cual puede ser invertido en viajar. Este hecho puede indicar que el turismo es un bien relativamente lujoso que depende del nivel de ingresos percibidos, del endeudamiento a corto plazo y del ahorro discrecional (Pulido San Román, 1966).

Otros de los factores que han impulsado la demanda por turismo son cambios en la estructura social, tales como la reducción del tamaño familiar y los cambios en la distribución etaria de los países. Además, el desarrollo tecnológico y la integración mundial repercuten en sectores económicos que están relacionados con el sector turístico, principalmente el sector del transporte y las telecomunicaciones (Demelas, 2009), promoviendo el abaratamiento de los costos de viaje y el incremento de la competitividad de los sectores asociados a la prestación de servicios al turista gracias al incremento de la información disponible para el consumidor, impulsándolo a acercarse a un modelo de mercado competitivo.

La evolución de los determinantes de la demanda turística antes mencionados ha llevado a que se incorporen al mercado del turismo nuevos consumidores que antes no podían tener acceso a los productos que se ofrecían, motivando variaciones en la oferta turística diversificando bienes y servicios para la satisfacción de los nuevos demandantes de productos turísticos. Por lo tanto, es relevante delimitar en qué consiste el producto turístico y la manera en que este es adquirido por el turista a la

hora de realizar un viaje. En la definición adoptada por la UNWTO se indica que el turismo está compuesto por las diferentes “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual... con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. Es decir, el producto del turismo no es un único bien, sino un paquete de bienes y servicios que adquieren los turistas en el transcurso de su viaje.

Según Galvis Aponte & Aguilera Díaz (1999), el producto turístico se puede descomponer en: transporte al destino, alojamiento, servicios complementarios (alimentación, guías turísticas, compras, tours, recordatorios, entre otros) y las atracciones del destino (bosques, playas, paisaje, fauna y flora típica, museos, monumentos históricos, escenarios deportivos, entre otros lugares de ocio). Así, el paquete de bienes y servicios que llegan a componer el producto turístico está determinado por las motivaciones de cada uno de los consumidores, y estas motivaciones a su vez manifiestan las preferencias de los individuos que buscan satisfacer sus intereses personales. La información derivada de las actividades que elige realizar cada uno de los turistas en su tiempo de viaje brinda información valiosa para establecer patrones de consumo turístico en cada destino y también sirve de insumo para realizar una clasificación de este sector en diferentes tipos.

#### **b. El Turismo Cultural.**

Gracias al incremento del acceso a la información, el turismo que inicialmente se concebía como una actividad homogénea e indiferenciada, inició un proceso de diversificación y especialización de acuerdo a las necesidades particulares de cada

individuo para satisfacer su búsqueda de elementos auténticos y estéticos, dando paso a los diferentes nichos que constituyen el “turismo de intereses especiales” (SIT por sus siglas en inglés). Este SIT fue definido por Douglas et al (2001) como “la provisión de ocio personalizado y experiencias recreacionales guiadas por los intereses específicos expresados por individuos y grupos”, entre los cuales se incluyen tipos como: el turismo cultural, turismo de aventura, turismo de crucero, turismo de salud, turismo de golf, turismo de comida y vino, turismo rural, entre otros.

El patrón de consumo turístico ha venido otorgándole relevancia a los atractivos del patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas (ICOMOS, 1999). Esto acompañado de la fuerte tendencia de consumir bienes y servicios culturales en el tiempo de viaje, tanto por su papel en la conservación de los elementos identitarios de las culturas, como por ser un consumo complementario al que pueden acceder los turistas que viajan por motivaciones no culturales. Esta focalización en las actividades culturales y el incremento de su participación en el producto turístico a nivel mundial, nos lleva a preguntarnos por el turismo cultural.

El turismo cultural puede ser considerado como el conjunto de relaciones que establecen los actores turísticos con el objetivo de promocionar y hacer llegar al turista las manifestaciones culturales, artísticas y patrimoniales *in situ* (Pulido Fernández *et al*, 2013), sin embargo, existe un debate a la hora de abordar la problemática de cómo definir y delimitar el turismo cultural. Múltiples autores (Bonink, 1992; Munsters, 2010; Baud e Ypeij, 2009; Richards, 1996; entre otros) han participado de la discusión en torno a la definición del turismo cultural y de las actividades que deberían incluirse bajo esta categoría. Bonink (1992) presenta sus

aproximaciones a la definición de turismo cultural tomando como base dos definiciones de cultura: una primera definición está orientada a la cultura como producto, donde es central la identificación de monumentos y sitios históricos; y otra orientada a la cultura como proceso, que tiene en cuenta las experiencias a las que se exponen los turistas culturales al entrar en contacto con las formas de vida de las comunidades (Throsby, 2001).

De manera similar, la UNWTO plantea dos enfoques para definir el turismo cultural: uno a partir de una definición amplia, y otro de una definición estricta. La definición estricta abarca el movimiento de personas por motivaciones culturales tales como asistencia a artes escénicas, tours culturales, viajes a festivales y eventos culturales, visita a sitios y monumentos, viajes a entornos naturales, entre otros (Richards, 1996). La definición amplia incluye todos los movimientos que realizan las personas para satisfacer la necesidad humana por la diversidad, que al ser satisfecha eleva el nivel cultural del individuo y crea nuevo conocimiento, experiencias y encuentros. (Richards, 1996).

Es evidente que dentro de estas definiciones de turismo cultural cabe cualquier tipo de actividad que esté mínimamente relacionada con los factores de identidad o las manifestaciones culturales de cada comunidad. Pero, para la realización de estudios empíricos en turismo cultural, es necesario delimitar las actividades o activos culturales que conforman los atractivos turísticos de cada destino y así poder evaluar su poder de atracción y el impacto de la promoción de estos atractivos en las economías locales. Revisando la literatura, se encuentra que la delimitación de las actividades incluidas en el producto turístico suele ser a criterio del investigador

y muchas veces obedece a fines metodológicos para el desarrollo de los objetivos planteados. Siguiendo a Mallor, González-Gallarza y Fayos Gardó (2013), se relaciona en la tabla 1 una revisión de las diversas tipologías existentes dentro del turismo cultural con el fin de mostrar la amplia diversidad de objetos de estudio que son recogidos dentro de este.

**Tabla 1. Tipologías de turismo cultural, revisión conceptual**

	Trabajo	Moda	Arquitectura	Artesanía	Historia	Idioma	Religión	Educación	Tradición	Ocio	Arte y música	Gastronomía	Patrimonio	Museos	Escultura	Festivales	Baile	Teatro	Eventos
Ritchie y Zins (1978)	x	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
Irish Board Tourism (1988)			x	x	x						x		x						
ECTARC (1989)			x	x		x	x				x		x	x	x	x	x	x	
Munsters (1994)					x					x	x		x	x					x
de Cluzeau (2000)				x	x	x	x	x	x	x		x		x		x			x
Richards (2001)				x	x				x			x	x	x					
Greffe(2002)			x	x							x	x	x	x		x		x	x
WTO (2005)						x	x	x					x	x		x	x	x	x

Fuente: (Mallor, *et al*, 2013)

Donaire (2012) consideró que se podían establecer cuatro tipos básicos de turismo cultural: el primero es el turismo culto, que es aquel realizado por turistas motivados y preparados que interpretan cualquier expresión en su sentido último, haciendo así de su contacto con las otras sociedades una experiencia de turismo cultural. En segundo lugar, se encuentra el turismo de cultura o monumental, este es aquel en el que la elección del destino está determinada por los bienes o las manifestaciones

culturales que haya en este, haciendo énfasis en los sitios que desea visitar el turista en su viaje. El tercer tipo es el turismo del patrimonio, donde el objetivo del viaje es la visita o contemplación de bienes del patrimonio cultural y de aquellos patrimonios considerados “herencia cultural del pasado” (Donaire, 2012). El último tipo es el turismo de las culturas, en el cual el fin del viaje es la comprensión de otra cultura viva con sus manifestaciones, recogidas en los patrimonios inmateriales.

Si tomamos como atractivo principal los bienes del patrimonio histórico y cultural, nos encontramos con que el turista está sujeto a una oferta rígida, donde los bienes del patrimonio histórico son únicos y limitados, y los turistas demandan principalmente servicios derivados de la existencia de este patrimonio (Bedate Centeno, Sanz Lara, y Herrero Prieto, 2001; McIntosh, Hinch, y Ingram, 2001). Esta dotación que tiende a ser rígida en el corto plazo, hace que ciertos destinos tengan una ventaja comparativa respecto a otros a la hora de atraer turistas, centrada en su dotación de atractivos culturales (Patuelli, Mussoni & Candela, 2013). El impacto económico producido por ese stock fijo de activos patrimoniales depende de la gestión y puesta en valor de los patrimonios, y las estrategias adoptadas para la diversificación de la oferta turística con el fin de dinamizar la demanda.

Para que el turismo cultural genere un verdadero impacto en la comunidad de destino aprovechando esta ventaja comparativa, es necesario que las entidades públicas a cargo del manejo de los patrimonios culturales y los operadores turísticos que se encargan de su promoción, lleven a cabo un desarrollo y difusión del producto en el que se incluyan tanto la perspectiva del turista como del local, en aras de proponer un turismo sostenible (McKercher & Ho, 2012). Con respecto al

desarrollo del producto del turismo cultural, es necesario tener en cuenta que así como el producto del turismo está conformado por los diferentes bienes y servicios asociados a la infraestructura turística; adicional a esta, el principal componente del producto del turismo cultural es la oferta cultural del destino.

Dicha oferta está compuesta tanto por elementos tangibles (museos, archivos, parques, conjuntos arquitectónicos, iglesias, entre otros) como por los valores de identidad de las comunidades, los rituales, fiestas y otras celebraciones, entre otros valores propios de las diferentes culturas (Munsters, 2010). Estos elementos tangibles e intangibles que conforman el patrimonio cultural de las comunidades pasan por un proceso social de adaptación con el fin de satisfacer la demanda de los turistas, donde además se debe contemplar la incorporación de procesos sostenibles cultural, ambiental, social y económicamente, con el fin de no ir en contravía del desarrollo regional y de no ir en detrimento de la identidad de las comunidades locales (McKercher & Ho, 2012).

Entre las ventajas económicas y sociales del turismo cultural se destacan su participación en el desarrollo económico y en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes a través de la distribución de los ingresos generados por el gasto de los turistas tanto en actividades directamente relacionadas con el producto turístico como en los sectores alternos, la generación de empleos, la entrada de divisas que equilibren la balanza de pagos, el aumento de la inversión no solo en el mantenimiento de los bienes del patrimonio cultural sino también en las industrias alternas al turismo como lo son la de infraestructura y los servicios asociados al

turismo, aumentando la oferta de servicios que no solo está disponible para los turistas sino también para la población local (Pulido Fernández *et al*, 2013).

También hay que considerar entre estos efectos positivos del turismo cultural, la promoción y la conservación de los bienes de patrimonio cultural, los rituales y costumbres de las comunidades (McKercher & Ho, 2012; Brida, *et al*, 2011), la promoción del intercambio cultural para el enriquecimiento de las experiencias tanto del turista como del ente local y la dinamización local que deriva del intercambio cultural (Pulido Fernández *et al*, 2013). Potencializa además los destinos turísticos por medio de la expansión de su base de demandantes al ampliar la oferta de servicios, tornándolos atractivos a una mayor cantidad de personas. De igual forma, reduce la estacionalidad de las temporadas turísticas y genera motivaciones para que los turistas aumenten su tiempo de estadía en el lugar de destino (Patuelli *et al*, 2013).

Una mala gestión del turismo cultural genera impactos negativos en las comunidades receptoras tales como: el incremento de los precios, la priorización de la inversión en sectores asociados a la actividad turística dejando a un lado las necesidades locales, inestabilidad en el mercado laboral como resultado de la estacionalidad de la actividad turística y la retención de los ingresos en manos de agentes externos como propietarios de las empresas ofertantes de los servicios turísticos (Pulido Fernández *et al*, 2013). Además, si el turismo cultural se toma solo como fuente de crecimiento económico mal gestionado y excesivo, puede poner en peligro la naturaleza del patrimonio y sus características identitarias.

Los turistas, aunque interesados en las tradiciones y elementos culturales de un destino, llevan consigo valores propios que pueden tener un efecto invasivo y distorsionador sobre las ceremonias y los ritos de las comunidades receptoras (Tillotson, 1988). Estos valores identitarios son objeto de transformación con el fin de cumplir con las características de un producto turístico, proceso en el que se ve afectado su valor cultural (McKercher & Ho, 2012), lo que lleva a una pérdida en doble vía: para los locales al degradar su identidad cultural, y para los turistas quienes ven afectada la experiencia que obtienen del acercamiento a otras culturas (ICOMOS, 1999). Estas consideraciones son ineludibles a la hora de formular políticas de desarrollo turístico, garantizando que la promoción y divulgación del patrimonio no afecte su valor como representación de la identidad y la herencia de las comunidades. Se hace necesario pues un modelo de desarrollo sostenible en el turismo que propenda por la implementación de políticas públicas que disminuyan los efectos negativos del turismo sobre la cultura local.

### **c. La sostenibilidad en el Turismo Cultural**

El término de desarrollo sostenible recoge en su campo de acción decisiones técnicas, económicas y políticas, ampliando la posibilidad de sostenibilidad no solo a nivel medioambiental, sino también cultural, social y económico (Sancho Pérez, 2005). Desde la década de los 60 se enfatiza y se reconoce el valor como recurso económico tanto del patrimonio cultural como de los recursos naturales, y su capacidad para coadyuvar a los procesos de desarrollo de los territorios como factor de progreso. Se reconoce además la intensa vinculación entre la gestión patrimonial y turística haciendo referencia al concepto de conservación activa, es decir,

favorecedora de las actividades económicas; concepto que se contrapone a la conservación pasiva como aquella que solo persigue objetivos conservacionistas de los bienes culturales.

El reconocimiento de esta relación entre el patrimonio cultural y ambiental, y sus implicaciones se hacen explícitas en las conocidas Normas de Quito de 1967, donde se establece una relación directa del patrimonio cultural con las actividades económicas que conciernen al complejo turístico, y el hecho que los monumentos de interés arqueológico, histórico y artístico constituyen también recursos económicos al igual que las riquezas naturales del país, por lo que se hace necesario un tratamiento adecuado en el marco de la planificación del desarrollo. Posteriormente la UNESCO, después de analizar las razones culturales, educativas y sociales, justifica el uso de la riqueza monumental en función del turismo e insiste en los beneficios económicos que se derivan de esta política en las áreas territoriales correspondientes.

En los años 80 se pone de relieve la importancia que tiene la adecuada gestión del patrimonio cultural sobre el empleo, derivada de la integración del patrimonio cultural en la cadena productiva de los territorios adquiriendo relevancia los aspectos ligados al desarrollo local y la valorización del patrimonio como la condición de sostenibilidad de sus nuevos usos y funciones, y la capacidad del mismo para impulsar actividades económicas generadas a partir de la demanda del turismo cultural. En esta década el deterioro en el medio ambiente planteó la preocupación por la creación de políticas ambientales y empieza a aplicarse en el contexto mundial el concepto de desarrollo sostenible, buscando la maximización

de los beneficios netos del desarrollo económico bajo la consideración del mantenimiento de los recursos naturales a lo largo del tiempo, integrando las políticas medioambientales con las estrategias de desarrollo (López López, 2005).

Posteriormente, en la década de 1990 se llega a un enfoque global del papel que desempeñan los recursos naturales y los recursos culturales coherentemente con las necesidades sociales, económicas, ecológicas y culturales en áreas locales rurales o urbanas. Se resalta además la importancia de la complementariedad entre los recursos naturales y culturales de un lado, y las actividades turísticas de otro. Se advierte que " el turismo cultural puede constituir una amenaza para la salvaguardia de la vitalidad y el carácter particular de la ciudad histórica ya que incide sobre los recursos frágiles y no renovables, si esta actividad se desarrolla sin la ayuda de objetivos dirigidos al desarrollo de un turismo responsable. (Llamamiento de EVORA)." (Hernández Pavón, 2011).

En el año 1993 se inicia la aplicación de la Agenda 21<sup>1</sup> y se empieza a implementar la sostenibilidad en el sector turístico, aplicando la idea de un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos en busca de la conservación de los valores naturales y culturales. Se encuentra en el turismo un sector clave a través del cual encaminar medidas medioambientales y de desarrollo sostenible, reconociendo que su impacto en el desarrollo económico de las regiones va más allá del campo de acción de las actividades pertenecientes al sector turístico (López

---

<sup>1</sup> Programa 21 es un plan de acción exhaustivo que habrá de ser adoptado universal, nacional y localmente por organizaciones del Sistema de Naciones Unidas, Gobiernos y Grupos Principales de cada zona en la cual el ser humano influya en el medio ambiente. Información adicional puede ser encontrada en: <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/>

López, 2005). Se establece que el turismo sostenible deberá estar enfocado *“hacia la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida”* (World Tourism Organization, 1993).

El turismo sostenible es comúnmente asociado únicamente con el turismo de pequeña escala como el turismo natural y el cultural. Esta suposición no es acertada ya que el turismo sostenible se establece como un objetivo alcanzable en todas las tipologías del sector, independiente de si estas generan movimientos a mayor o menor escala (Blancas Peral, González Lozano, Guerrero Casas & Lozano Oyola, 2010). La interpretación de la sostenibilidad como una opción aplicable a cualquier tipo de turismo debe actuar sobre cuatro dimensiones conceptuales: la social, la económica, la cultural y la medio ambiental; garantizando la protección de los recursos naturales, sociales y culturales; además de satisfacer las necesidades presentes y futuras (Sharpley, 2000; Liu, 2003).

Entre los requerimientos de un modelo turístico sostenible planteados por la UNWTO, encontramos que de la misma forma que se propone el uso óptimo y la conservación de los recursos ambientales, se resalta la tarea de mantener la autenticidad sociocultural de las comunidades residentes, la conservación del patrimonio cultural y los valores tradicionales. En este punto se hace evidente que el turismo sostenible además de buscar la preservación del medio ambiente, también propende por conservar los activos culturales de las comunidades

receptoras del turismo, de manera que en el proceso de intercambio cultural no se vean perjudicadas las manifestaciones de su identidad.

La relación del desarrollo sostenible con el turismo cultural es ineludible. Se tiene que el turismo cultural estimula el sentido de identidad y revitaliza los aspectos del patrimonio cultural que de otra forma se podrían perder, todo esto a través de la promoción de los valores tradicionales de las comunidades y el contacto de los turistas con estos. A la par con la conservación de los valores identitarios de las comunidades, un turismo sostenible promovería la generación de empleos por medio de la creación de negocios asociados al circuito turístico que generen beneficios económicos para las comunidades; de igual forma, permitiría que las regiones reestructuren su vocación económica al dar lugar a actividades diferentes a la industria o la agricultura.

El turismo cultural debe ceñirse al concepto de capacidad de carga económica, es decir, mantenerse en un punto de equilibrio donde los beneficios económicos no se vean sobrepasados por los impactos negativos derivados de esta actividad: esto es, que no se generen distorsiones económicas perjudiciales para la comunidad (Sancho Pérez, 2005; López López, 2005). Por esto es importante hacer estudios de sostenibilidad turística para diseñar mecanismos que incentiven una interacción donde el interés del turista por las culturas y las tradiciones locales generen una retroalimentación y un deseo de conservación de estas manifestaciones, evitando la modificación del estilo de vida de los locales y una pérdida de los valores originarios de las comunidades a causa de la gran afluencia de turistas.

### **3. INSUMOS PARA LA DEMANDA DOMÉSTICA DE TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA**

#### **a. Caracterización del sector turístico en Colombia.**

En Colombia el sector turístico, a pesar de no tener una gran participación en el PIB (1,3% del PIB nacional para el año 2013, según datos del Ministerio de Turismo (2015)), ha sido reconocido como un sector relevante para el desarrollo económico del país. Esto se evidencia con la elaboración y publicación de la Ley 60 de 1968 y la ley 300 de 1996 (la Ley marco del Turismo en Colombia, con sus sucesivas reformas) del Congreso de la República de Colombia, como herramientas jurídicas a nivel nacional y en las cuales se resalta que impulsar el sector turístico es también optar por la búsqueda de una mejora en la calidad de vida a través de la generación de ingresos y empleos en las comunidades receptoras. Zuñiga y Castillo (2012), presentan que entre 2007 y 2010, hubo un incremento del 24,8% en los ingresos generados por el turismo en Colombia, sin embargo sigue existiendo una baja densidad turística, y los flujos turísticos del país representan una baja participación en el total mundial.

La Ley 300 de 1996 establece que las regiones son los entes encargados de elaborar y adoptar planes de desarrollo para efectuar el uso eficiente de sus recursos, y de igual forma delega a las Asambleas Departamentales expedir las disposiciones relacionadas con el turismo y los sectores complementarios a este como lo son el transporte, la gestión del ambiente y las vías de comunicación. De esta forma, se establece que son los departamentos los encargados de tomar las

decisiones de planificación, desarrollo y fomento del turismo por medio de la puesta en valor de sus atractivos turísticos teniendo en cuenta su acervo patrimonial y sus condiciones particulares. El plan sectorial de Turismo (2002 – 2006) define los productos turísticos básicos como atractivos estratégicos del país las siguientes categorías: Sol y Playa, Historia y Cultura, Agroturismo, Ecoturismo, Deportes y Aventuras, Ferias y Fiestas, y Ciudades Capitales<sup>2</sup>.

Colombia, según datos del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, tiene principalmente una gran dotación de bienes naturales y culturales, ubicándose en el puesto 24 de 141 en ambos indicadores para el año 2015<sup>3</sup>, lo que indica que Colombia tiene gran cantidad de atractivos de los cuales puede disponer para potenciar la demanda turística. A pesar de estos atractivos naturales y culturales, el turismo de sol y playa es el tipo de turismo que tiene una mayor preferencia en los demandantes del mercado nacional (Zuñiga & Castillo, 2012). Este hecho demuestra la carencia de una política que promueva el potencial turístico que representa la riqueza natural y cultural del país, lo que da lugar a pensar en las posibilidades de diversificación de la oferta de productos turísticos que tiene el país para atraer mayor cantidad de turistas internacionales y así mismo, dinamizar la demanda interna por turismo hacia departamentos diferentes a los costeros.

A pesar de la gran dotación de atractivos turísticos con lo que cuenta el país, Colombia no es un destino consolidado a nivel internacional. Esto puede ser debido

---

<sup>2</sup> En este producto se incluirían subproductos como: compras, salud, congresos, convenciones e incentivos (Toro, 2003).

<sup>3</sup> La información del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo del año 2015 para Colombia, puede ser verificada en el siguiente link: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/economies/#economy=COL>. Consultada el 21 de noviembre de 2016.

a la imagen que se tiene del país en el extranjero, donde Colombia es asociada con bajos índices de seguridad, enfrentamiento entre el Estado y los grupos guerrilleros, el tráfico de drogas y el desplazamiento forzado (Kokalj, 2007; Carvajal Prieto, 2014), situación que se espera cambie radicalmente a partir de la firma del proceso de paz con la guerrilla de la FARC. Además de esto, Colombia presenta debilidades en factores claves del sector tales como la falta de infraestructura turística para soportar una mayor demanda a nivel nacional e internacional, la poca articulación existente entre los actores de la actividad turística para llevar a cabo acciones conjuntas en pro del mejoramiento del sector, la baja sensibilización de los actores turísticos sobre el impacto del turismo en el desarrollo social, económico y ambiental, la poca promoción o mercadeo del país como destino turístico, la dificultad de acceso a los sitios turísticos y la escasez de sitios de información turística (Peña, 2009).

En el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, se reconoce especialmente la necesidad de optar por un turismo que sea sostenible y que propenda por la conservación de los recursos naturales y culturales de las comunidades. Además de esto, se opta también por una diversificación de los bienes y servicios asociados al turismo, donde se conserven, transmitan y compartan las costumbres y tradiciones de las comunidades con el fin de crear ambientes propicios para el turista. Se reconoce la posibilidad de explotar los recursos del país para la diversificación del turismo hacia nichos turísticos específicos, entre los cuales están el turismo natural y el turismo cultural, buscando superar la estacionalidad que genera el turismo de sol y playa.

Estas debilidades y otros aspectos relativos al mejoramiento del equipamiento turístico del país son tratados también en el Plan Sectorial. Este plan tiene como objetivo general el *“posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, por su multiculturalidad y megadiversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014, p. 32). La directriz nacional apuesta por divulgar y posicionar sus diferentes atractivos como motores turísticos, enmarcándose en las políticas de sustentabilidad que se están poniendo en marcha a nivel mundial.

La búsqueda por diversificar el sector turístico en Colombia está reflejada en las diferentes políticas del Sector Turismo planteadas por el Ministerio del Turismo. Entre estas políticas hay una relativa al turismo cultural a nivel nacional, donde se reconoce el turismo como puente de interacción entre las culturas de los visitantes y las comunidades locales y donde *“todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007). Es por esto que se propone analizar los postulados de esta política y el cómo se ha planteado este tipo particular de turismo a nivel nacional.

#### **b. La política del turismo cultural en Colombia<sup>4</sup>**

---

<sup>4</sup> La información contenida en el siguiente apartado está guiada por la política: *“Turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo”*, definida por el Ministerio de Turismo. Este puede ser consultado en la siguiente dirección:

La política de turismo cultural en Colombia, elaborada en el 2007 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, busca fortalecer las relaciones del sector turístico y el cultural con el fin de lograr un desarrollo sostenible del patrimonio cultural de la Nación colombiana. El objetivo del desarrollo del turismo cultural en Colombia es *“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 las expresiones culturales y naturales y propende la puesta en valor del patrimonio nacional.”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007, p. 4).

La promoción del turismo cultural en Colombia se encuentra justificada en las amplias ventajas comparativas en atributos y características relacionadas con los atractivos culturales, sobretodo en relación con el patrimonio intangible conservado de civilizaciones pasadas y tradiciones culturales vivas actualmente. Sin embargo, estos activos culturales en la actualidad no tienen la suficiente difusión como atractivos turísticos y por tanto no están generando una afluencia de turistas culturales como sí lo han logrado otros destinos como Perú, donde se tiene que el 86% de los turistas extranjeros realizan actividades culturales tales como visitar sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos, museos, y otros sitios que permitan un acercamiento a la historia del país (World Tourism Organization, 2016); o México, donde la cultura ha llegado a representar el sexto

---

<http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=199> Consultada el 7 de febrero de 2016.

lugar en cuanto a motivación principal para el turismo doméstico y el cuarto para el turismo internacional (Centro de Estudios Superiores en Turismo de la SECTUR, 2003).

La anterior situación se evidencia en las cifras de la Encuesta de Turismo a Hogares realizada por el Registro Nacional de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y el DANE en el 2003, donde se encontró que solo el 10% de los colombianos que viajan realizan actividades culturales en sus vacaciones y el 20% de ellos viajan por motivos religiosos. Estos hechos muestran que hay un potencial de desarrollo del turismo cultural por explotar, lo que motiva la elaboración de una política específica para este tipo de turismo. La política de turismo cultural busca con su ejecución lograr el posicionamiento de Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional aprovechando su riqueza de patrimonio cultural, con el fin de generar desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.

Entre los objetivos específicos de la Política de Turismo Cultural se encuentra el posicionamiento de rutas y regiones como productos turístico – culturales a través de las cuales se permita el intercambio y reconocimiento cultural de los colombianos con su identidad y patrimonio, esto es el fortalecimiento del turismo cultural doméstico. La política resalta además la sostenibilidad como la principal meta a lograr, lo que se evidencia en objetivos específicos como: la definición y rescate de hitos urbanos, nacionales y regionales que hagan parte del patrimonio cultural colombiano, la cooperación entre representantes locales, comunidades indígenas, conservacionistas, operadores turísticos, gestores culturales y vigías del patrimonio

para que los bienes patrimoniales con interés turístico sean gestionados dentro de los parámetros de sostenibilidad; el incremento de la protección de estos en pro del disfrute de las generaciones futuras y la promoción de visitas a los lugares del patrimonio cultural material y actividades de reconocimiento de las expresiones inmateriales de los destinos colombianos, en los paquetes y productos estructurados por el sector privado ampliando la oferta turística del país.

Para dar cumplimiento al propósito de desarrollar un turismo cultural sostenible en el país, la política de calidad turística “dará prioridad a los destinos turísticos culturales para obtener estas certificaciones de sostenibilidad” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2007, p. 15). Además se prioriza la gestión del patrimonio, el diseño del producto turístico cultural y la formación de talento humano capacitado para desempeñarse en el contacto que se establece entre turistas y locales. Otro aspecto que resalta la Política es el papel prioritario de la investigación en la identificación y documentación del patrimonio cultural, y la necesidad de realizar la formulación de estudios sectoriales de turismo cultural para consolidar un sistema de datos confiables que contribuyan al desarrollo del sector turístico.

### **c. Estudios sobre la relación del patrimonio cultural y el turismo en Colombia**

Como podemos observar en el apartado anterior, la existencia de una política de Turismo Cultural muestra que, desde el marco institucional, este tipo de turismo es considerado una alternativa de potencial desarrollo en el país y que está sustentado en la riqueza patrimonial con la que cuenta. La propuesta de aprovechar la

diversidad cultural del país para crear un entorno propicio para el turismo cultural, ha generado una conciencia a nivel nacional de la necesidad de desarrollar productos turísticos que se ajusten a este tipo de consumidores y que posicionen el país como un destino en el cual se puede tener un acercamiento a los elementos culturales que reflejen la identidad nacional.

Son pocos los estudios que se han realizado en Colombia en los que se haya resaltado la importancia del patrimonio cultural como atractivo turístico y como factor determinante al momento de atraer visitantes tanto extranjeros como domésticos a los diferentes nichos culturales a nivel nacional. La investigación realizada por Cunin y Rinaudo (2010), reconoce el poder que ejercen las murallas de Cartagena, como patrimonio cultural de la humanidad, para atraer turistas extranjeros con intereses culturales. El estudio realizado por Barbosa (2007) plantea la idea de crear un corredor turístico entre los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Santander con el fin de desarrollar productos dirigidos específicamente a turistas con intereses culturales, esto sustentado en la dotación de atractivos biológicos, arqueológicos y de elementos socioculturales de esta región, que enriquecerían la experiencia del turista que viaje a estas zonas permitiendo un contacto cercano con elementos identitarios nacionales tanto de las comunidades pasadas, como de las presentes.

Brida, Monterubbianesi y Zapata-Aguirre (2013) analizan el patrón de gasto turístico realizado por los visitantes en tres museos de la ciudad de Medellín, buscando estudiar qué impacto tiene en el desarrollo económico de la ciudad la llegada de turistas culturales y su consumo no solo en los bienes y servicios asociados al patrimonio, sino también al gasto realizado en sectores complementarios del turismo

como son el alojamiento y los alimentos y bebidas. Los autores se aproximan así al comportamiento de los turistas culturales que visitan los museos de la ciudad de Medellín y al gasto realizado por estos, encontrando que el consumo que hacen estos turistas en bienes y servicios diferentes a los turísticos aumenta la probabilidad y el monto a gastar en alojamiento y alimentación. También encuentran que el gasto realizado por este tipo de turistas está altamente determinado por la motivación de su viaje.

Los estudios de turismo cultural generalmente se enfocan en el impacto que genera la dotación de sitios y expresiones reconocidos como patrimonio sobre el sector turístico, dejando de lado otro tipo de actividades recogidas bajo el turismo cultural como son los festivales y eventos. En Colombia, Leguizamón, Moreno y Tibavizco (2013) toman como objeto de estudio al Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá (FITB), reconociendo este como el principal atractivo turístico de la ciudad capital y como fuente de una dinamización de la economía local por medio de la atracción de visitantes a los diferentes eventos realizados dentro del festival. Los autores buscan contestar a preguntas como qué impacto ha tenido el FITB en el comportamiento turístico de la ciudad y qué impactos económicos, sociales, culturales y turísticos genera el FITB en la ciudad.

Para resolver estas preguntas recurrieron a un estudio de revisión de antecedentes y de estimación de impactos directos e indirectos relativos a los ingresos generados por el evento basándose en información de entidades oficiales, como: el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá y el Observatorio de Cultura de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de la Alcaldía de Bogotá. Para determinar el impacto

turístico del evento, los investigadores realizaron entrevistas a los asistentes del evento indagando por características socioeconómicas que permitieron identificar un patrón de participantes en este tipo de eventos y la percepción de estos tanto del evento como de la ciudad.

Entre los resultados obtenidos por este estudio, se encontró que efectivamente la realización del Festival tiene efectos positivos a nivel económico, social y cultural en la ciudad dado la gran afluencia de turistas que visitan Bogotá para asistir al FITB (en la edición XII del FITB asistieron un total de 3'919.085 personas), y donde en general se promueve una imagen positiva tanto de la ciudad como del país. Además, la planeación y el montaje de los diferentes escenarios donde se lleva a cabo el evento dinamiza los sectores alternos al turismo, así como la inversión estatal y privada. A pesar de todo, el estudio de percepción de los turistas deja en claro que la ciudad de Bogotá debe mejorar en los aspectos relacionados con la prestación de servicios públicos, el acceso a los servicios turísticos, la movilidad en la ciudad, el acceso a la información turística y las buenas prácticas ambientales.

Por último; Otero, Giraldo y Torres (2015) realizan una caracterización de los turistas internacionales que visitan Villavicencio y cómo la imagen del destino influye en la determinación de estrategias para promover la llegada de turistas. Entre sus resultados parciales derivados de la aplicación de 46 encuestas, los autores encuentran que dentro de las motivaciones de visita de los turistas a la ciudad de Villavicencio, 13,9% manifiestan como principal motivación realizar turismo cultural. Los estudios antes referenciados muestran el potencial que tiene Colombia para atraer diferentes tipos de turistas culturales por medio de la promoción de

patrimonios tangibles, intangibles y de eventos culturales, que formen públicos y que dinamicen el turismo receptor además de reducir la estacionalidad del turismo, aumentar la duración de la estadía de los turistas y por tanto su gasto realizado al interior del país. Es importante anotar que la mayoría de estudios relacionados con turismo en Colombia, se enfocan en el análisis de los flujos de turistas extranjeros, dejando de lado el estudio del turismo interno que constituye la mayor parte de los ingresos generados por turismo en Colombia.

#### **d. Turismo interno y activos culturales patrimoniales en Colombia.**

El patrimonio cultural es la más viva representación de la identidad de un país o de una región. Siguiendo a Espinal (2013): *“la identidad constituye todos los símbolos, valores, rituales, creencias y condiciones socioeconómicas en funcionamiento dentro de un grupo social. Mediante un proceso de legitimación y de reconocimiento político, las formas de vida y los bienes culturales más importantes para ese universo cultural, y que representan determinada identidad, se construyen y reconocen en tanto que patrimonio. De este modo, todos los bienes patrimoniales, tangibles o intangibles, están en consonancia con las creencias culturales, normas y valores de los intereses concretos de la sociedad que representan. El patrimonio es un proceso de legitimación política y cultural de elementos simbólicos”*. El patrimonio tiene así una doble función: como respaldo de la memoria colectiva y de los procesos identitarios, y como fuente de riquezas y generador de actividades económicas.

Este patrimonio se ha convertido en un aliciente para el crecimiento del mercado turístico ya que la diversidad de los recursos culturales y el hecho de que estos son únicos del destino turístico y no pueden ser reproducidos, hacen que los turistas cada vez estén más motivados en la búsqueda de lo exótico y diferente, lo que es externo a su realidad. La adaptación del patrimonio cultural como bien de interés turístico normalmente está dirigida a la captación de turistas foráneos, pero se ha observado que en últimas la demanda doméstica de los destinos turísticos/culturales es mayor que la demanda extranjera (McKercher & Ho, 2012). El turismo doméstico es la llamada primera forma de turismo por ser accesible a una mayor cantidad de consumidores y por impactar una mayor parte de la población local (Patuelli *et al*, 2013).

En el caso colombiano, al mercado interno le corresponde aproximadamente el 80% de la demanda turística del país (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009), lo cual implica que para entender la demanda por turismo cultural en Colombia es necesario analizar la estructura de esta demanda generada por los consumidores domésticos. En Colombia, con la expedición de la Ley 397 de 1997 se crea el Ministerio de Cultura y se dictan las normas sobre el patrimonio cultural, estableciendo dos figuras jurídicas mediante las cuales se declaran los patrimonios culturales del país con el fin de promover su cuidado, recuperación y conservación. Estas son: Bienes de Interés Cultural de la Nación (BIC) y la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación.

Los BIC en Colombia, según lo contenido en la Ley 397 de 1997 y las modificaciones introducidas por la Ley 1185 de 2008, pueden ser bienes materiales, muebles o

inmuebles que tienen un interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico para la Nación. Actualmente, Colombia cuenta con 1102 BIC<sup>5</sup> de ámbito nacional que han sido reconocidos y que muestran la amplia diversidad cultural del país. Sin embargo, esta categoría solo considera aquellos patrimonios que estén representados en un cuerpo material, dejando por fuera aquellas costumbres y representaciones que manifiestan de una u otra forma la idiosincrasia nacional.

Para el caso del patrimonio inmaterial, el Ministerio de Cultura establece la figura de Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial como un mecanismo de salvaguardia para el patrimonio cultural inmaterial, donde se contienen manifestaciones relevantes incluidas en el catálogo mediante un acto administrativo de las entidades competentes. Actualmente la Lista Representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial del ámbito nacional recoge las siguientes expresiones<sup>6</sup>: Espacio cultural de San Basilio Palenque; el sistema normativo wayúu aplicado por el parolabrero Putchipu'ui; Músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico sur de Colombia; He Yaia Keti Oka, el conocimiento tradicional (Jaguas de Yuruparí) para el manejo de los grupos indígenas del río Pirá Paraná.

Están también: el Carnaval de negros y blancos de Pasto; Procesiones de Semana Santa de Popayán; Cuadrillas de San Martín; Carnaval de Riosucio; Fiestas de San Francisco de Asís o San Pacho en Quibdó; Encuentro nacional de bandas de

---

<sup>5</sup> Información obtenida del Ministerio de Cultura, información actualizada hasta septiembre 15 de 2015. <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-en-Colombia/bienes-de-interes-cultural-BICNAL/Paginas/default.aspx>. Consultada: 20 de septiembre de 2015.

<sup>6</sup> La Lista Representativa de Patrimonio Cultural inmaterial de ámbito nacional puede ser consultada en el siguiente enlace: <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-en-Colombia/bienes-de-interes-cultural-BICNAL/lista-representativa-del-patrimonio-cultural-inmaterial/Paginas/default.aspx>.

música en Paipa; El proceso de formar y vivir como nükak baka (gente verdadera); La tradición de celebrar a los ahijados con macetas de alfeñique en la ciudad de Santiago de Cali; Bëtschnaté o Día Grande de la tradición camëntsá; Cuadros vivos de Galeras, Sucre; Cantos de trabajo de Llano; La música vallenata tradicional del Caribe colombiano; Gualíes, alabaos y levantamientos de tumba, ritos mortuorios de las comunidades afro del Medio San Juan; Manifestación cultural silleterera; y, el Carnaval de Barranquilla.

**Tabla 2: Declaratorias de Patrimonios de la Humanidad de la UNESCO**

<b>Patrimonios de la Humanidad</b>	<b>Patrimonios Inmateriales de la Humanidad</b>
Puerto, fortalezas y conjunto monumental de Cartagena (1984)	El carnaval de Barranquilla (2008)
Parque Nacional de los Katios (1994)	El espacio cultural de Palenque de San Basilio (2008)
Centro Histórico de Santa Cruz de Mompox (1994)	El Carnaval de Negros y Blancos (2009)
Parque Arqueológico de San Agustín (1995)	Las procesiones de Semana Santa de Popayán (2009)
Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro (1995)	Las Músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur de Colombia (2010) <sup>7</sup>
Santuario de fauna y flora de Malpelo (2006)	El sistema normativo de los wayuus, aplicado por el “palabrero” (2010)
El paisaje cultural del café de Colombia (2011)	Los conocimientos tradicionales de los chamanes jaguares de Yuruparí (2011)
Qhapaq Ñan, Sistema de carreteras andinas (2014)	Las Fiestas de San Francisco de Asís en Quibdó (2014)
	El vallenato, música tradicional de la región del Magdalena grande (2015)

Fuente: Elaboración propia basada en información de la UNESCO.

Además de este reconocimiento a nivel nacional del patrimonio cultural de Colombia, tenemos que la UNESCO ha reconocido un total de 17 patrimonios culturales en Colombia que hacen parte del Patrimonio de la Humanidad (8

<sup>7</sup> Hay que hacer la claridad que en la actualidad este patrimonio se encuentra registrado en el año 2015 gracias a la actualización en la cual se incluyó la música, cantos y bailes propios de la provincia ecuatoriana de Esmeraldas.

declaratorias de Patrimonio de la Humanidad, y 9 declaratorias incluidas en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad). Estas declaratorias de la UNESCO son relevantes dado que reconocen sitios y manifestaciones que son de importancia cultural o natural para la herencia de toda la Humanidad. En la tabla 2 encontraremos la clasificación de los Patrimonios Materiales e Inmateriales de Colombia declarados por la UNESCO.

En Colombia, también se cuenta con la Red de Pueblos Patrimonio, en la cual se incluyen algunos pueblos que hacen parte de los BIC y que por tener un atractivo particular son adscritos a este programa perteneciente al Fondo Nacional de Turismo y se posicionan como una estrategia para fomentar el desarrollo sostenible, la apropiación del patrimonio y la participación de la comunidad en el desarrollo de los municipios que reúnen mayor valor histórico y a la vez turístico del país<sup>8</sup>. Los bienes y representaciones descritos dan cuenta de los diferentes atractivos culturales del país, estos forman parte de la identidad de la Nación a manera de activo cultural y son un potencial atractivo para los turistas culturales.

A continuación, se anexan dos mapas que reflejan en qué forma están concentrados los patrimonios culturales a nivel departamental. Inicialmente se muestra la cantidad de Declaratorias de patrimonios de la Humanidad de la UNESCO que hay en cada

---

<sup>8</sup> La Red de Pueblos está conformada por 17 de los 44 municipios declarados como bienes de interés cultural nacional. Estos son: Barichara, San Juan Girón y El Socorro en Santander, Honda en Tolima, Santa Cruz de Lorica en Córdoba, Santa Cruz de Mompox en Bolívar, Monguí y Villa de Leyva en Boyacá, La Playa de Belén en Norte de Santander, Salamina y Aguadas en Caldas, El Jardín, Santa Fe de Antioquia y Jericó en Antioquia, Ciénaga en Magdalena, Villa de Guaduas en Cundinamarca y Guadalajara de Buga en el Valle del Cauca. Información obtenida de la Red de Patrimonio de Colombia. <http://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel/quienes-somos/quienes-somos/3> Consultada el 9 de noviembre de 2015.

departamento (Mapa 1). Los Patrimonios de la Humanidad (materiales e inmateriales) declarados por la UNESCO, teniendo en cuenta los que son compartidos por más de un departamento, están distribuidos como se indica en la tabla 3:

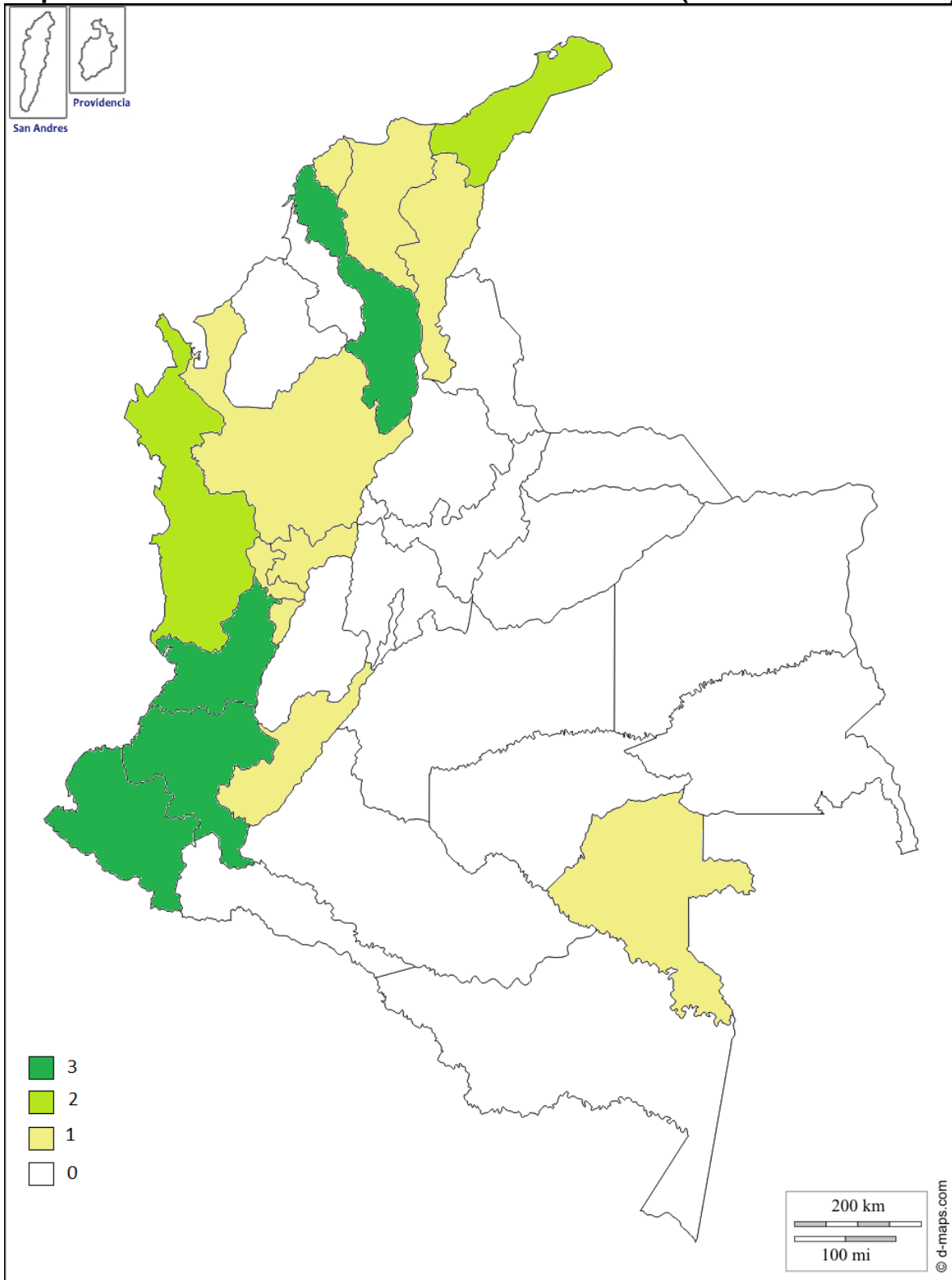
**Tabla 3: Declaratorias de Patrimonios de la Humanidad de la UNESCO por departamento**

<b>Departamento</b>	<b>Patrimonios adscritos</b>
<b>Nariño (3)</b>	Qhapaq Ñan, Sistema de carreteras andinas; El Carnaval de Negros y Blancos; y, Las Músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur de Colombia.
<b>Bolívar (3)</b>	Puerto, fortalezas y conjunto monumental de Cartagena; Centro Histórico de Santa Cruz de Mompox; y, El espacio cultural de Palenque de San Basilio.
<b>Cauca (3)</b>	Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro; Las procesiones de Semana Santa de Popayán; y, Las Músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur de Colombia.
<b>Valle del Cauca (3)</b>	Santuario de fauna y flora de Malpelo; El paisaje cultural del café de Colombia; y, Las Músicas de marimba y cantos tradicionales del Pacífico Sur de Colombia.
<b>Chocó (2)</b>	Parque Nacional de los Katios, y Las Fiestas de San Francisco de Asís en Quibdó.
<b>La Guajira (2)</b>	El sistema normativo de los wayuus, aplicado por el “palabrero”; y, El vallenato, música tradicional de la región del Magdalena grande.
<b>Cesar (1) y Magdalena (1)</b>	El vallenato, música tradicional de la región del Magdalena grande.
<b>Antioquia (1)</b>	Parque Nacional de los Katios.
<b>Atlántico (1)</b>	El carnaval de Barranquilla.
<b>Caldas (1), Quindío (1) y Risaralda (1)</b>	El paisaje cultural del café de Colombia.
<b>Huila (1)</b>	Parque Arqueológico de San Agustín.
<b>Vaupés (1)</b>	Los conocimientos tradicionales de los chamanes jaguares de Yuruparí.

Fuente: Elaboración propia

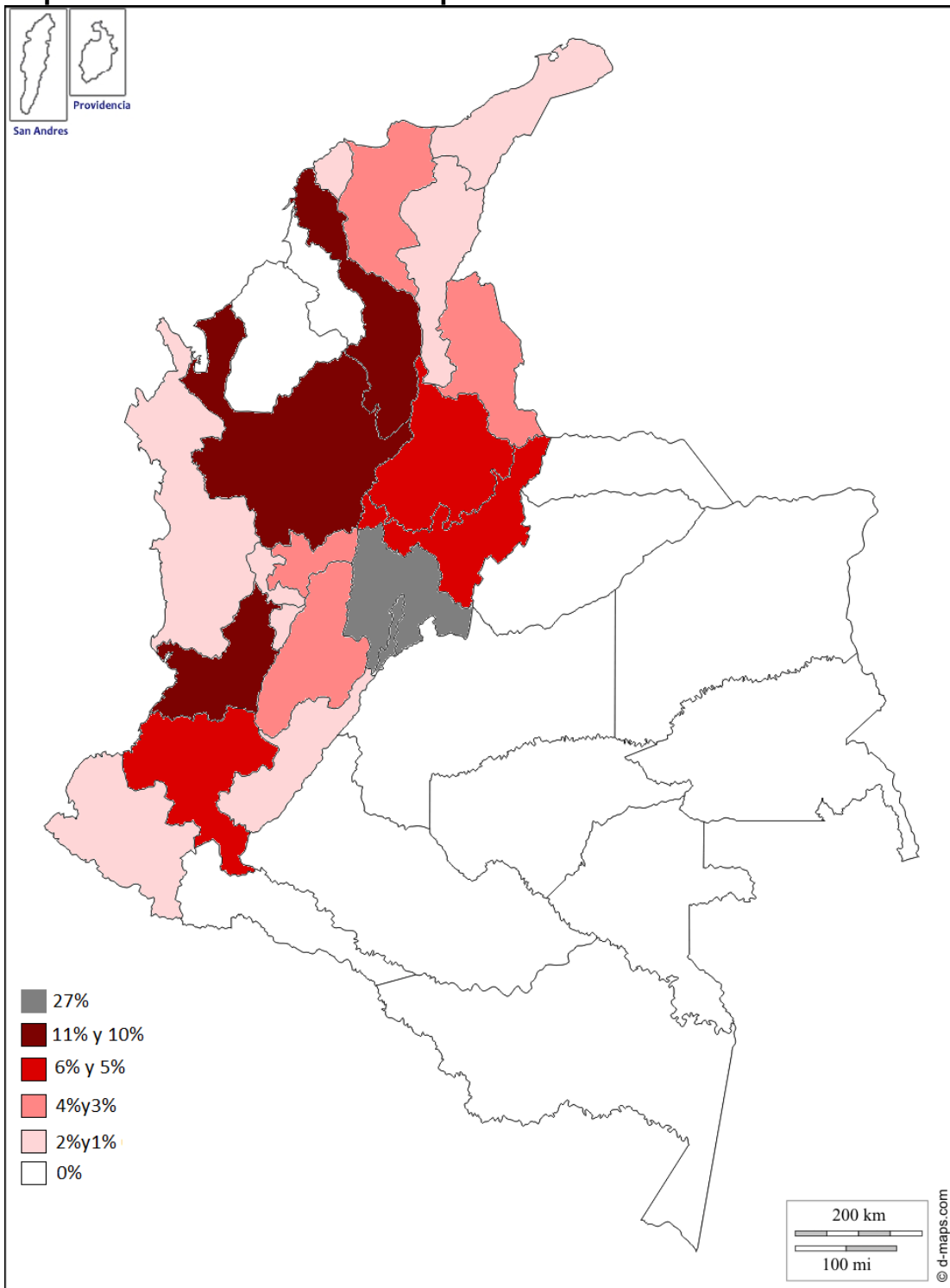
El Mapa 2 muestra el porcentaje de BICs que tiene cada departamento con respecto a la cifra nacional, teniendo en cuenta que de los 1102 BICs registrados en el país 3 son compartidos por más de un departamento y 3 son adjudicados a la República de Colombia. Se opta por usar la representación del porcentaje sobre el total, para facilitar el manejo de los datos y dar una ilustración clara de la distribución de estos a nivel nacional.

**Mapa 1: Cantidad de Patrimonios de la Humanidad (material e inmaterial)**



**Fuente:** Elaboración propia con información de UNESCO

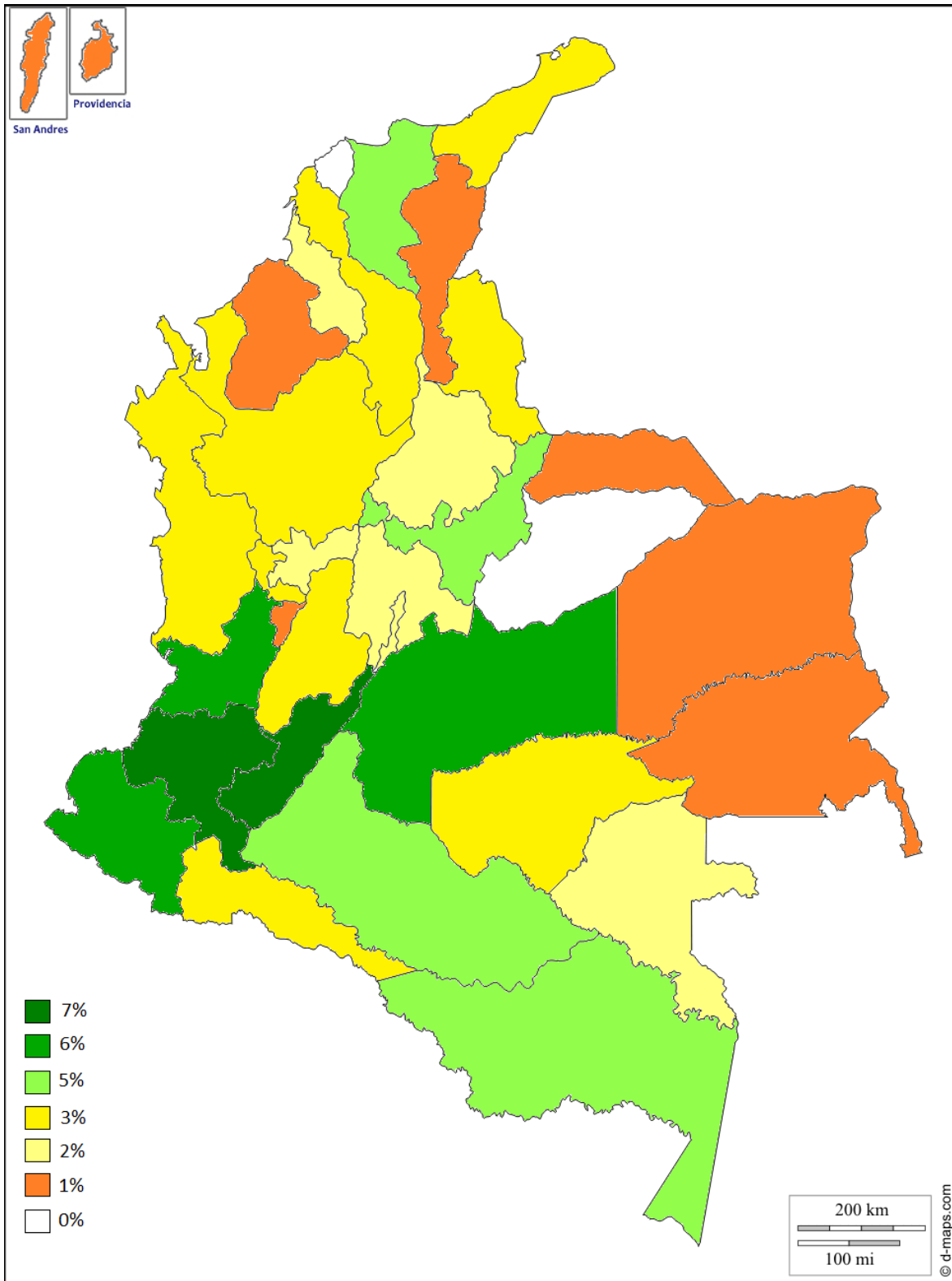
**Mapa 2: Razón de BIC departamentales sobre el total nacional<sup>9</sup>**



**Fuente:** Elaboración propia con información de Ministerio de Cultura.

<sup>9</sup> Para obtener la lista actualizada de los BIC, puede visitar la página:  
<http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-en-Colombia/bienes-de-interes-cultural-BICNAL/Paginas/default.aspx>.

**Mapa 3: Razón de Parques Nacionales Naturales departamentales sobre el total nacional**



**Fuente:** Elaboración propia con información de Ministerio de Cultura

Los Mapas 1 y 2 muestran que los patrimonios culturales de Colombia están concentrados en los departamentos que conforman la región andina, caribe y pacífico, siendo estos aproximadamente la mitad del país. Igualmente, estas regiones se corresponden con los departamentos más poblados de Colombia. El Mapa 3 muestra el porcentaje de Parques Nacionales Naturales por región respecto al total nacional. Esto confirma los datos brindados por el Foro Económico Mundial acerca la riqueza natural del país y su gran potencial para el desarrollo de un ecoturismo sostenible y que pueda complementar la oferta turística cultural.

#### **4. ANÁLISIS EMPÍRICO**

##### **a. El modelo gravitacional aplicado a estudios del turismo**

La presente investigación se apoya metodológicamente en el modelo gravitacional, uno de los modelos referentes en estudios cuantitativos sobre turismo (Armstrong, 1972; Crampon & Tan, 1973; Malamud, 1973; McAllister & Klett, 1976; Swart, Var & Gearing, 1978; Saunders, Senter & Jarvis, 1981). El modelo gravitacional está basado en la ley de gravitación universal de Newton, y en economía fue implementado inicialmente para modelar patrones de comercio internacional. Posteriormente, la idea detrás de este modelo fue usada por otros investigadores (Durden & Silberman, 1975; Gordon, 1973; Kliman, 1981; Malamud, 1973; Pyers, 1966; Quandt & Baumol, 1969; Wilson, 1967) para explicar los movimientos bilaterales de turismo, considerando este último como un tipo especial de comercio de servicios y ajustando las variables explicativas a las necesidades del nuevo objeto de estudio.

Este modelo plantea que el grado de interacción entre dos áreas geográficas varía directamente con el tamaño de las regiones (representado por el Producto Interno Bruto) e inversamente con la distancia que los separa (que puede ser expresada tanto en distancia física, como cultural para el caso del turismo internacional) (Morley, Rosseló, & Santana-Gallego, 2014). Formalmente, el modelo de interacción espacial se especifica de la siguiente manera:

$$F_{ij} = B \frac{(PIB_i)^\alpha (PIB_j)^\lambda}{D_{ij}^\theta}$$

, donde  $F_{ij}$  son los flujos entre las regiones  $i$  y  $j$ , PIB se refiere al Producto Interno Bruto de cada región, que se utiliza como variable proxy al tamaño económico de esta, y  $D$  es la distancia entre la región  $i$  y la región  $j$ . Sin embargo, esta formulación que incluye únicamente el PIB y la distancia como variables explicativas, limita el alcance de la estimación a la vez que omite otras variables relevantes tales como la población de la región de origen y de destino, los efectos culturales, los niveles de precios, entre otras. Para la estimación de este modelo es necesario, o bien linealizarlo aplicando logaritmo natural en ambos lados de la ecuación o por otro lado usar técnicas de optimización no lineal cuando sea necesario imponer cierto tipo de restricciones (Wilson, 1967). El caso donde se linealiza el modelo gravitacional es expresado por la siguiente ecuación:

$$\ln(F_{ij}) = \beta + \alpha \ln(PIB_i) + \lambda \ln(PIB_j) + \theta \ln(D_{ij}) + \varepsilon_{ij}$$

, donde  $\varepsilon_{ij}$  es un término de error normal con  $E(\varepsilon_{ij}) = 0$  y  $\beta = \ln(B)$ .

En la búsqueda de una mejor especificación de los flujos turísticos entre dos regiones, los diferentes estudios han incluido en sus modelos espaciales otras variables explicativas tales como: motivo o frecuencia de viaje, atractivo del destino y condiciones de este (clima, ambiente natural, contaminación, cultura e historia, patrimonio cultural, entre otros), infraestructura turística, entre otras. La inclusión de este tipo de variables es determinada por los objetivos de la investigación y las características específicas de cada destino. De esta forma, Morley *et a* (2014) proponen una versión aumentada del modelo gravitacional que puede ser expresada de la siguiente manera:

$$\ln N_{IJ} = \beta + \sum_{s=1}^S \alpha_s \ln ZO_l^s + \sum_{p=1}^P \lambda_p \ln ZD_j^p + \sum_{r=1}^R \xi_r \ln ZOD_{IJ}^r$$

, donde  $N_{IJ}$  es la demanda turística medida por número de turistas que viajan de la región de origen  $I$  a la de destino  $J$ ;  $ZO^s$  es un vector de  $S$  variables que determinan la fuerza de repulsión de la región  $I$ , esto es, las características de la región que motivan a sus habitantes a realizar turismo fuera de ella;  $ZD^p$  es un vector de  $P$  variables que determinan la fuerza de atracción de la región  $J$ , esto es, las características de esta que atraen a los turistas provenientes de otras regiones;  $ZOD^r$  es un vector de variables  $r$  que determinan los costos o las fuerzas de atracción para los turistas de la región  $I$  que visitan la región  $J$  (incluyendo la distancia entre las regiones); y finalmente  $\beta, \alpha_s, \lambda_p, y \xi_r$  son vectores de parámetros a determinar.

Con la introducción de estos vectores de características de la región de destino y de origen se busca recoger un aspecto básico para el análisis económico de la demanda turística. Este es, la descripción del producto turístico a partir de las características tangibles e intangibles que lo conforman (Smith, 1994), y que determinan la decisión del turista de viajar entre un destino y otro. La revisión bibliográfica muestra que el modelo gravitacional es usado con mayor frecuencia en la estimación de los determinantes del turismo internacional, y son reducidos los estudios que aplican esta metodología para estudiar el caso particular de turismo que se da entre las regiones de un mismo país. Relacionamos a continuación estudios que utilizan el modelo gravitacional para estimar los determinantes de la demanda de turismo doméstico.

En Mata y Llano (2010) los autores analizan los flujos monetarios domésticos asociados al sector turístico de España (restauración, hostelería y agencias de viajes, según lo establecen los autores), mediante doce diferentes especificaciones del modelo gravitatorio, con el fin de encontrar la estimación que mejor explique dicho fenómeno. Los modelos son estimados por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) y se realiza un análisis factorial usando el método de componentes principales. Entre los resultados obtenidos por estos autores encontramos que los flujos monetarios asociados al sector turismo presentan un mayor volumen a nivel intrarregional que interregional; además, los investigadores muestran que los flujos monetarios relacionados con el sector Turismo presentan una mayor elasticidad con respecto a la distancia que los flujos del comercio en general. Sin embargo, el

alcance de este estudio es limitado dada la falta de robustez evidenciada en las diferencias de los resultados obtenidos al cambiar la especificación del modelo.

Massida y Etzo (2012) buscan encontrar los determinantes de la demanda doméstica por turismo en Italia, medida en términos de los flujos regionales bilaterales de turismo. Además, introducen variables no económicas tales como la oferta cultural, la seguridad de la región y la infraestructura del sector de transporte, para observar cómo influyen en la elección del destino de los turistas. Para cumplir su objetivo, utilizan una base de datos tipo panel y el modelo gravitacional, estimando este último mediante el Método Generalizado de los Momentos. Entre los resultados obtenidos se encuentra que los turistas parecen ser altamente sensibles a las diferencias entre los precios relativos de la región de origen y de destino. También se evidencia una alta correlación temporal en la elección del destino, es decir la elección de visitar una región específica en el periodo presente determina fuertemente los destinos elegidos en los periodos futuros. Además encuentran que los viajes internacionales son sustitutos al turismo doméstico, y que el gasto de la región en la promoción de actividades culturales, afecta positivamente el flujo de turistas.

En el caso de Colombia, los estudios han seguido la tendencia de utilizar el modelo gravitacional principalmente para estudios de comercio internacional e interregional (Loterio, 2005; González & Sarmiento, 2009). El único referente encontrado de la aplicación de un modelo gravitacional para el caso del turismo es el trabajo de Vanegas, Restrepo & Medina (2015). En este, los autores buscan modelar los factores determinantes en la demanda internacional por turismo y cómo influyen en

esta las condiciones geográficas del país, y la distancia entre el origen y el destino. Los investigadores concluyen que la entrada de turistas internacionales a Colombia está fuertemente determinada por el origen de los visitantes, tanto por el tamaño de la economía de origen como por la distancia entre el origen y el destino, teniendo la primera una influencia positiva y la segunda una negativa sobre los flujos turísticos internacionales, tal como lo plantea la teoría.

El uso de los modelos gravitacionales para la estimación de los flujos turísticos ha sido cuestionado por limitaciones en su interpretación. Uno de los principales inconvenientes de este modelo es que no existe una gran cantidad de fundamentos teóricos que contribuyan a la interpretación de los parámetros del modelo, los cuales tienden a describir, pero no a explicar las interacciones entre estos (Witt & Witt, 1995; Muñoz Vásquez, Grande, Nuñez-Cacho, 1994). Otra crítica a este modelo está en el problema de interpretación de la distancia, ya que en ocasiones la distancia física entre las regiones no incorpora las verdaderas restricciones para un turismo bilateral como lo pueden ser el tiempo y el coste de viaje, o la distancia cultural (Muñoz Vásquez *et al*, 1994).

Además de estas limitaciones, los datos turísticos presentan particularidades intrínsecas que dificultan la elección de un método adecuado de estimación del modelo gravitacional. Estas problemáticas son: la existencia de datos con valor cero en la variable dependiente y la heterocedasticidad por inobservables. En primer lugar, hay que tener en cuenta la probabilidad de que los flujos turísticos entre dos regiones sean iguales a cero o que existan datos faltantes en las bases de flujos turísticos utilizadas, lo que hace imposible la aplicación de logaritmos a la variable

dependiente del modelo gravitacional. En segundo lugar, a la hora de realizar investigaciones con datos turísticos, existe la posibilidad de que las decisiones de los agentes sean influenciadas por factores no observados y que generarían un sesgo en la estimación por la omisión de variables relevantes.

Dados estos inconvenientes, Santos Silva y Tenreyro (2006) sugieren el uso de modelos de Poisson, entre los que se encuentra el Método de Pseudo Máxima Verosimilitud de Poisson, sobre la versión original del modelo gravitacional para realizar la estimación. Este tipo de modelos permiten sortear las limitaciones del uso de la log-linealización cuando el modelo incluye variables dummies o la presencia de ceros en la variable dependiente, además de la presencia de heterocedasticidad. Teniendo en cuenta lo anterior, un estudio que va más acorde con nuestra pregunta de investigación es el realizado por Patuelli *et al* (2013) en el cuál los autores plantean como objetivo principal determinar qué efecto tienen las Declaratorias de Patrimonios de la Humanidad que poseen las diferentes regiones de Italia sobre la demanda por turismo doméstico, al mismo tiempo que se preguntan si el número de declaratorias de Patrimonio de la Humanidad generan un efecto de complementariedad o de sustitución entre las regiones como destino turístico.

Los autores utilizan un modelo de interacción espacial para los flujos turísticos entre 20 regiones italianas para los años entre 1998 y 2009, y dividen los posibles determinantes de los flujos turísticos domésticos entre variables de atracción y de repulsión. Teniendo en cuenta la discusión planteada por Santos Silva y Tenreyro(2006), los autores optan por utilizar modelos de tipo Poisson y realizan dos tipos de estimaciones basadas en la distribución binomial negativa: un modelo

de efectos fijos bidireccional y un modelo aumentado de filtración espacial. Los autores concluyen que el número de patrimonios de la humanidad que posee una región influye positivamente en los flujos turísticos que recibe esta; así la existencia de patrimonios de la Humanidad en una región constituye una variable de atracción significativa y a su vez impacta negativamente la emisión de turistas de dicha región. Además, para la base de datos tipo panel que trabajan los autores se corrobora la existencia de un efecto sustitución entre las distintas regiones italianas sustentada en el cambio de los flujos turísticos al variar el número de Patrimonios de la humanidad de cada región.

Las investigaciones ya mencionadas nos muestran el uso de los modelos gravitacionales aplicados a estudios de turismo, y en especial la forma de inclusión de variables explicativas que contengan información acerca de los patrimonios para estudiar el efecto del Turismo Cultural. Es importante recalcar que en Colombia no se ha realizado una investigación sobre el Turismo Cultural doméstico desde una perspectiva económica, a partir del uso de modelación econométrica.

#### **b. Tipo y fuentes de información**

El objetivo de la presente investigación es analizar las características del turismo doméstico en Colombia, y además ver el impacto que tienen los atractivos patrimoniales nacionales sobre el flujo de turistas domésticos, así como su relación con otros tipos de turismo, como: turismo de sol y playa; y turismo natural. Los datos de flujos turísticos utilizados en esta investigación fueron construidos a partir de la información proporcionada por la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) aplicada por el DANE. Esta encuesta fue realizada de abril de 2012 a marzo de 2013

con el fin de recolectar la información relacionada con el turismo interno y definir las características del gasto en turismo realizado por los colombianos.

Esta encuesta fue aplicada en las trece principales ciudades del país (Medellín, Barranquilla, Bogotá, Cartagena, Manizales, Montería, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira, Bucaramanga, Ibagué y Cali), y buscaba recolectar el insumo base para la realización de estrategias de marketing y promoción del turismo en el país, al reconocer su interés en términos de impacto y desarrollo económico a nivel nacional (DANE, 2013). Las principales variables que se incluyen en la EGIT son: el gasto realizado durante el último viaje, el principal medio de transporte, el tipo de alojamiento, el promedio de noches pernoctadas, así como el gasto en excursionismo. En total se recogió información de 22.715 hogares. A partir de la información del origen y el destino de las diferentes personas encuestadas, se construyó una matriz Origen-Destino donde solo se tuvieron en cuenta las personas que manifestaron haber realizado viajes al interior del país (ver anexo 1).

En la evaluación de los impactos de los tamaños de los departamentos de origen y de destino, debe tenerse en cuenta que la EGIT solo se realizó en 13 ciudades del país, por lo que no es posible calcular todos los flujos bilaterales. Así, se trabaja con el supuesto de que los otros 19 departamentos del país no generan flujos turísticos. Son evidentes las limitaciones en el alcance de los resultados, pues se está excluyendo una gran extensión geográfica del país. Sin embargo, la población de los departamentos de origen que incluye el estudio recoge el 89% de los colombianos residentes en el país. Para la construcción del modelo, se recolectó además información del Ministerio de Turismo, del Ministerio de Cultura, de la

UNESCO, de Invías y del DANE, además de otras fuentes alternativas, para complementar las variables origen-destino del modelo. Los datos fueron tratados con el software STATA.

**c. Modelo econométrico para la estimación de los determinantes de la demanda por turismo cultural doméstico en Colombia**

Dada la revisión bibliográfica y el estudio de antecedentes de modelos aplicados a estudios de turismo se optó por la aplicación del modelo gravitacional estimado bajo el Método de Pseudo Máxima Verosimilitud de Poisson (Santos Silva & Tenreyro, 2006). El modelo se planteó de la siguiente manera:

$$F_{od} = \beta_0 + \beta_1 * \ln X_o + \beta_2 * \ln X_d + \beta_3 * \ln dist_{od} + \varepsilon_{od}$$

, donde  $F_{od}$  son los flujos de turismo entre las regiones del país, teniendo 13 posibles orígenes  $o$  y 32 posibles destinos  $d$ ;  $X_o$  y  $X_d$  son un conjunto de variables medidas en origen y destino, y que captan las características de cada departamento constituyendo sus factores de repulsión y de atracción, y  $dist_{od}$  es la distancia entre los departamentos. Las variables que componen los vectores de características de los departamentos de origen y de destino están resumidas en la tabla 4.

Las variables que fueron incluidas en el modelo, están planteadas de la siguiente forma: se incluye como única variable de origen el PIB per cápita de la región de origen, esto con el fin de establecer una proxy al tamaño de la región de origen y ver cómo afecta el tamaño de la región de origen los flujos turísticos, esperando que se verifique que a mayor tamaño de la región, mayor será el potencial de emisión de turismo interno.

**Tabla 4: Variables explicativas**

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fuente</b>	<b>Observaciones</b>
<b>PIBo</b>	PIB per cápita de la región de origen	DANE	PIB departamental obtenido en Cuentas Nacionales, a precios corrientes de 2005 Población del departamento obtenido en Proyección demográfica del DANE 2005-2020
<b>PIBd</b>	PIB per cápita de la región de destino	DANE	Cuentas Nacionales, a precios corrientes de 2005 Población del departamento obtenido en Proyección demográfica del DANE 2005-2020
<b>Parqnat</b>	Número de parques naturales de la región de destino	Parques Nacionales Naturales de Colombia	Parques Nacionales Naturales por departamento
<b>Costatl</b>	Acceso a la costa atlántica		
<b>Costpac</b>	Acceso a la costa pacífica		
<b>Carrd</b>	Kilómetros de carretera construida en el destino	Invías	Estado de la Red Vial
<b>AgViajes</b>	Número de agencias de viaje en el destino	Ministerio de Turismo	Agencias de viaje certificadas
<b>Aloj</b>	Número de hospedajes en el destino	Trip Advisor	
<b>Rest</b>	Número de restaurantes en el destino	Trip Advisor	
<b>Distod</b>	Distancia entre la capital del departamento de origen y de destino		Cálculo propio
<b>BICod</b>	Razón entre los BIC en el departamento de origen y en el departamento de destino	Ministerio de Cultura	Cálculo propio

En cuanto a las variables de destino, se incluye en primer lugar el PIB per cápita de la región de destino, con el fin de cumplir los supuestos del modelo gravitacional al incluir el proxy de los tamaños de las regiones tanto de origen como de destino,

esperando verificar su influencia positiva sobre los flujos turísticos. Se determinó utilizar el PIB per cápita como variable que represente el tamaño económico de la región, dado que recoge información tanto de los ingresos generados por la región, como de la población que habita en él. Posteriormente, para tener una descripción más precisa de la fuerza de atracción de cada uno de los departamentos de destino se incluyen variables que describan tanto su infraestructura turística como los potenciales atractivos turísticos que influyen en la decisión de los turistas. En primer lugar se tiene en cuenta la accesibilidad de los destinos, que es un elemento clave en la explicación de los flujos dado que determina la capacidad de movilidad interna dentro de cada departamento. Esta está definida por los kilómetros de carretera construida del departamento.

Se incluyen también variables que dan cuenta de la capacidad de absorción de flujos turísticos de cada región de destino, medida en términos de su infraestructura turística. Estas variables son: Alojamiento, Restaurantes, Oficinas de turismo. Con respecto a la información de oficinas de turismo, se toma únicamente la información de las oficinas de turismo certificadas por el Ministerio de Cultura y son incluidas como parte de sus estadísticas. En cuanto al alojamiento, se tiene que a pesar de que existe un registro de los establecimientos certificados por el Ministerio de Turismo, estos no son una muestra representativa de la infraestructura con la que se cuenta en el país (solo se registran cerca de 260 establecimientos en todo el país), por lo tanto se optó por tomar la información de los establecimientos de alojamientos (hoteles, hostales, posadas y otro tipo de establecimientos) registrados en la página de información turística "Tripadvisor". La información sobre los

establecimientos de comidas (restaurantes) con los que cuenta cada departamento también es tomada de los registros de Tripadvisor, porque a nivel nacional no se encuentra algún tipo de contabilidad de estos.

Se incorpora información de las diferentes atracciones turísticas con las que cuenta cada departamento, y se incorporan los 3 tipos principales de turismo que se realizan al interior del país: turismo de sol y playa, turismo natural o ecoturismo y turismo cultural. Para calcular el impacto del turismo de sol y playa se incluyen dos variables binarias que contengan información de si el departamento tiene acceso a la costa pacífica y/o a la costa atlántica. En cuanto al turismo natural, se incluye una variable binaria que toma valor 1 cuando el departamento tiene Parques y Reservas Naturales. Esta información fue obtenida por medio del Registro de Parques Nacionales Naturales de Colombia<sup>10</sup>.

Finalmente, los atractivos relativos al patrimonio cultural fueron incorporados como se explica a continuación. Para cumplir con los objetivos propuestos en este trabajo, inicialmente se estimó un modelo incluyendo las siguientes variables relativas al patrimonio de la nación: BICs, Patrimonios de la Humanidad declarados por la UNESCO y Pueblos Patrimonio. En los resultados se encontró que estas variables estaban correlacionadas, lo que se explica porque la totalidad de los Pueblos Patrimonio están contenidas en los BICs. Con respecto a las Declaratorias de Patrimonio de la Humanidad de UNESCO, solo tres de las ocho no están contempladas como BIC ya que tienen características más de patrimonio natural

---

<sup>10</sup> Para más información, consultar: <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/>.

que de patrimonio cultural (Parque Nacional de los Katios, Santuario de flora y fauna de Malpelo y el paisaje cultural del café de Colombia). Por esta razón, y teniendo la aproximación brindada por los mapas de concentración de patrimonios en el país, se optó por calcular un modelo donde solo se tuviera en cuenta el efecto de los BIC.

En la decisión realizada por los turistas se buscó incorporar tanto el número de BICs del departamento de origen como el de destino, obedeciendo a que, en el caso de residir en una región con alta diversidad cultural, esto es con una amplia cantidad de BIC, los agentes van a optar por hacer turismo dentro de su propia región desincentivando el turismo interregional. Este fenómeno se introduce al modelo mediante una nueva variable llamada BICo/BICd, definida como la proporción entre los BICs en el origen y los del destino.

Para la construcción de la matriz de flujo de turistas domésticos entre regiones, se toman de la EGIT los datos de las personas que manifiestan haber realizado viajes al interior del país. De estas personas, solo se tendrá en cuenta en el presente estudio aquellas que manifestaron viajar por motivo de ocio y recreación o con fines religiosos y de peregrinación, buscando separar las personas que podrían tener motivos principalmente culturales y evitando incluir personas que hacen viajes por motivos más específicos tales como trabajo, educación y razones médicas.

Una vez construida la matriz, observamos que, para los departamentos de origen estudiados, el mayor flujo de turismo receptivo proviene de sí mismo. Esto nos lleva a una primera conclusión y es que en Colombia el turismo intrarregional tiene un mayor peso que el turismo interregional. Esta característica particular puede tener grandes repercusiones en los resultados del modelo a aplicar. Para revisar la

metodología aplicada a la construcción de la matriz Origen-Destino y los resultados obtenidos, remitirse al Anexo 1.

## **5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES**

### **a. Resultados**

En esta sección se presentan y discuten los resultados obtenidos en esta investigación empírica. En la tabla 4 se muestran los resultados arrojados por el modelo final. Como podemos observar, la distancia entre el departamento de origen y de destino tiene un impacto negativo en el flujo de turistas internos lo cual es consistente con los supuestos básicos del modelo gravitacional. Como ya lo sugería la teoría, la distancia entre las regiones se impone como una restricción a la hora de viajar y esto es especialmente evidente en Colombia ya que, por tener una geografía montañosa y por un precario desarrollo vial que conecte las diferentes regiones, el desplazamiento de un lugar a otro no solo requiere una gran cantidad de tiempo sino también altos costos, lo que dificulta que las personas con un ingreso medio puedan desplazarse muy lejos de su región de origen.

La no significancia de las variables relacionadas con el PIB per cápita de los departamentos de origen y destino nos indican que estas variables, en representación del tamaño de las regiones en el modelo gravitacional, no explican directamente los flujos de turismo doméstico. Este resultado no es extraño en la literatura, como se puede verificar en el trabajo de Patuelli, Mussoni, y Canela (2013) donde se atribuye esta falta de significancia de las variables relacionadas con el tamaño de la región a los efectos fijos estimados en su modelo tipo panel. En

nuestro caso, la no significancia de las variables de PIB es atribuida a la importancia de los flujos intrarregionales de turismo a nivel doméstico y lo cual vuelve difuso el efecto del tamaño de la región a la hora de calcular el modelo gravitacional.

**Tabla 4: Resultados de Estimaciones**

VARIABLES	COEFICIENTE	ERR.EST.	P> Z
<b>PIBo (I)</b>	0,2934085	0,2866021	0,306
<b>PIBd (I)</b>	0,2172418	0,2498216	0,385
<b>ParQnat (d)</b>	1.277.575	0,2841884	0,000
<b>Costat (d)I</b>	0,8225637	0,2056429	0,000
<b>Costpac (d)</b>	0,3370223	0,2570678	0,19
<b>Carrd (I)</b>	-0,2158273	0,986525	0,013
<b>AgViajes(I)</b>	-0,2053759	0,100747	0,041
<b>Aloj (I)</b>	-0,6035912	0,2289245	0,008
<b>Rest (I)</b>	0,8005833	0,2102528	0,000
<b>Distod(I)</b>	-0,9871009	0,0833602	0,000
<b>BICod</b>	-0,0031977	0,0015746	0,042
<b>Constante</b>	11,15745	1,722836	0,000

**Fuente:** Elaboración propia

*La variables con (I) implican que se tomaron logaritmos y las variables (d) que son variables binarias.*

Además, tenemos que los departamentos con mayor PIB per cápita para el periodo estudiado son en su orden: Casanare, Meta, Santander, Cundinamarca y Arauca. Estos datos se corresponden con la gran cantidad de regalías que reciben varios de estos departamentos por concepto de explotación de hidrocarburos y que no son representativos del tamaño de la economía de dichos departamentos ni de su capacidad para atraer turistas, lo que también explica la no significancia del PIB per cápita de la región de destino en el modelo.

Con respecto a las variables que representan los tipos de turismo diferentes al turismo cultural, se observa que para las regiones de destino el tener acceso a la costa Atlántica influye positivamente la entrada al departamento de turistas domésticos, esto es, a la hora de hacer turismo a nivel nacional los agentes muestran una fuerte preferencia por turismo de sol y playa<sup>11</sup>. También se observa que la existencia de parques naturales en las regiones tiene una influencia positiva en la llegada de turistas nacionales, lo que sugiere que, además del turismo de sol y plata, el turismo natural es un motivo de viaje común entre los habitantes que realizan turismo doméstico, y así mientras más parques naturales haya en la región de destino, más se opta por la visita a estos departamentos.

Respecto a la infraestructura turística, se evidencia que la cantidad de alojamientos y de agencias turísticas en el destino afecta negativamente los flujos turísticos hacia las regiones, caso contrario de lo que ocurre con los datos de los establecimientos de alimentación. Estos resultados que parecen indicar que la infraestructura turística relacionada con los alojamientos y las agencias turísticas de una región influyeran negativamente en los flujos de turistas domésticos, pueden deberse a las características particulares encontradas en estos flujos. Esto es, que hay un flujo interno importante dentro de la misma región determinado ya sea por la dificultad encontrada por los agentes para salir de ella, o la falta de motivación para realizar turismo interregional, lo que disminuye la importancia que tendría la infraestructura turística como determinante del flujo receptor de las regiones.

---

<sup>11</sup> Este resultado no se corrobora para los departamentos que tienen acceso a la Costa Pacífica que, como se puede verificar, resulto ser una variable no significativa.

La incorporación de la variable dotación relativa de BICs del origen respecto a los de destino (BICo/BICd) se realiza con el fin de evaluar si la dotación relativa de patrimonio cultural en las regiones de origen, respecto a la de la región de destino influencia en la decisión de los agentes a la hora de hacer turismo doméstico. Esta variable recoge información relevante para nuestro objeto de estudio ya que muestra que las personas estudian racionalmente sus posibilidades antes de hacer una decisión de compra. Con respecto al signo de esta variable se esperaba que fuera negativo ya que, si el agente se da cuenta que hay una mayor dotación de patrimonios culturales en su región de origen que en los posibles destinos, no encontrará un incentivo para realizar turismo doméstico. Sin embargo, se evidencia que el impacto de esta variable sobre los flujos es reducido comparado con la influencia de la dotación de atractivos culturales o de sol y playa.

Finalmente, como es sugerido por Santos Silva & Tenreyro (2006) se emplea el test Reset Ramsey para verificar la correcta especificación del modelo o la omisión de variables relevantes. El resultado obtenido muestra que no se rechaza la variable nula, es decir, que el modelo está bien especificado.

**Tabla 5: Resultado test Reset Ramsey**

<b>Test Reset - Ramsey</b>	<b>Coeficiente</b>	<b>Significancia</b>
	0.15	0.6975

Fuente: Elaboración propia.

### **b. Conclusiones**

El turismo como sector económico tiene relevancia ya que es una de las fuentes que genera mayor ingreso a nivel mundial actualmente, además de tener un rol

fundamental en el desarrollo socioeconómico y cultural de los países. El análisis realizado en el presente estudio busca encontrar los factores que determinan los flujos de turismo doméstico en Colombia, y el impacto que tiene en estos flujos los patrimonios culturales de los departamentos como atractivos turísticos.

Estos flujos fueron estimados en el contexto del modelo gravitacional, utilizando la metodología de estimación de Pseudo Máxima Verosimilitud de Poisson con los datos provenientes de la EGIT para el año 2012. Este análisis se realiza a partir de la construcción de los flujos bilaterales de turismo entre dos departamentos, uno de origen y otro de destino, teniendo en cuenta la limitación de que la EGIT fue aplicada únicamente en 13 departamentos del país. Los resultados de la presente investigación son una aproximación inicial a esta área de estudio relacionada con el turismo cultural y genera un aporte de información que quedará a disposición de los actores públicos y privados para su análisis y posible incorporación para la toma de decisiones.

En primer lugar, es importante destacar que en el caso de Colombia, de las premisas fundamentales del modelo gravitacional solo se cumple aquella que indica que los flujos turísticos dependen negativamente de la distancia que separa los departamentos de origen y de destino. En cuanto a las premisas relacionadas con la influencia positiva que deberían tener los tamaños de los departamentos de origen y de destino (medidos en este caso por medio del PIB per cápita) en los flujos turísticos, tenemos que estas variables no resultaron ser significativas. Este resultado se explica por: la participación mayoritaria de los flujos intrarregionales por encima de los interregionales, las regalías obtenidas por concepto de

hidrocarburos por departamentos como Meta, Casanare y Santander que inflan el PIB per cápita de la región y que no concuerda con el poder de atracción que tendrían estas como destinos turísticos.

Es importante destacar el papel que juega en la emisión de turistas el departamento de Cundinamarca, en el cual se ubica la capital del país. Bogotá, gracias a su posición céntrica a nivel geográfico y a su condición de ciudad capital, tiene una gran conexión con diferentes zonas del país, teniendo un papel de destino intermedio en viajes entre regiones diferentes del país.

De los datos obtenidos por la Matriz de flujos Origen-Destino, podemos inferir que los departamentos de Magdalena y Bolívar, con su respectiva dotación de patrimonio cultural y natural, y sus playas, son los más importantes destinos turísticos del país, junto con Cundinamarca, acaparando los dos primeros la demanda por turismo de sol y playa. Los resultados del presente estudio permiten concluir que la gran riqueza y diversidad cultural y patrimonial de Colombia no se constituye aún en una atracción turística importante. Se obtuvo que los bienes del patrimonio cultural nacional, sobre todo los representados por los BIC, tienen una moderada influencia positiva en las elecciones de viaje de los turistas nacionales. La inexistencia de datos respecto a las preferencias de los lugares elegidos por los turistas extranjeros, no permite conocer la influencia de la riqueza patrimonial en sus decisiones.

El turismo doméstico en Colombia aún sigue un patrón clásico de turismo de sol y playa y de turismo intrarregional, como lo muestra la matriz de flujos Origen-Destino. Esto es, las personas que viajan dentro de Colombia han preferido hacerlo dentro

de su propia región. En Colombia, gracias a su riqueza natural de flora y fauna, y a su reconocimiento como reservas naturales, se ha motivado un desarrollo del turismo natural por encima del turismo cultural. En el país, no se encuentra definida una articulación de los agentes culturales y turísticos que coadyuven a la consolidación de un sector turístico demandante de atractivos culturales, para consolidar un nuevo sector de este mercado turístico (tanto a nivel nacional, como internacional) que reduzca la estacionalidad de las temporadas turísticas. Esto podría lograrse integrando los productos del turismo natural con el turismo cultural, potenciando así la riqueza natural y cultural del país a beneficio de las comunidades receptoras.

Para alentar una mayor participación de los patrimonios culturales nacionales en la determinación de los flujos turísticos domésticos, podría pensarse en una integración de los productos del turismo natural con el turismo cultural; teniendo en cuenta que la primera abarca una mayor cantidad de los departamentos del país y que en las regiones donde se cuenta con una oferta más reducida de Parques Naturales, podría hacer énfasis en la riqueza cultural como producto turístico.

Existe la necesidad de una mayor participación de los entes regionales en el desarrollo y promoción de planes turísticos donde se incluyan los elementos del patrimonio cultural nacional, sobre todo en aquellos lugares donde predomine la concentración de pueblos patrimonio o de bienes de interés cultural. La información acerca de la capacidad de atracción de turistas que tiene el patrimonio cultural obtenida en este tipo de estudios es fundamental para que el gobierno nacional y los gobiernos departamentales generen acciones para la conservación y promoción

de este patrimonio enmarcado en el sector turístico y así se genere un impacto en el desarrollo local.

Al contar con información solo de un periodo de tiempo, no es posible estudiar los cambios en los patrones turísticos y sus determinantes, ni cómo cambios marginales en la dotación de atractivos turísticos (por ejemplo nuevos nombramientos de la UNESCO o cambios en los BICs de las regiones) afectan los flujos turísticos. De igual forma, tenemos solo un acercamiento parcial a los flujos al no tener información del turismo emisor de todos los departamentos. A pesar de no haber sido incluido en este estudio, es fundamental que se reconozca la importancia del mercadeo y la creación de imagen de un país como Colombia como destino turístico, más aún gracias al estar enmarcados en un proceso de diálogos de paz como en el que nos encontramos actualmente, donde se abre paso la posibilidad de incorporar a la oferta turística patrimonios culturales que estaban restringidos por ubicarse en zonas de alto riesgo.

Los resultados obtenidos contribuyen a la orientación de la política de turismo cultural del país al identificar su posición respecto a las otras formas de turismo y al identificar las características regionales que determinan los principales destinos nacionales. Las limitaciones encontradas en esta investigación también invitan a que los entes gubernamentales consideren prestar una mayor atención al sector turístico y se propenda por mejorar el sistema de información de la infraestructura turística y de los atractivos de cada región, de manera que se motiven a los agentes a realizar este tipo de turismo. Se busca que este trabajo sea un primer paso en los estudios del turismo cultural en Colombia y Latinoamérica, siendo esta área de

estudio novedosa y que ofrece grandes perspectivas de investigación, pero que se ve limitada por la insuficiencia de información al respecto.

Es posible pensar en realizar algunas extensiones de este trabajo en futuras investigaciones en esta área de estudio. En primer lugar, se analizará los flujos de turistas internacionales una vez el DANE procese y publique la información relacionada a este tipo de turismo que puede obtenerse de la Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI). Esto permitiría analizar el impacto de las declaratorias de Patrimonios de la Humanidad y declaratorias nacionales de BIC como atractivos turísticos para los extranjeros, realizar un paralelo comparándolo con el turismo doméstico, y así mejorar las estrategias de promoción de los patrimonios culturales nacionales como atractivos turísticos tanto para turismo nacional como internacional.

En segundo lugar, se solicitará al DANE la aplicación de la EGIT en los 32 departamentos del país, lo que permitiría hacer análisis del impacto que tiene compartir frontera sobre los flujos turísticos bilaterales, construyendo una versión íntegra de la matriz de flujos Origen-Destino. Además se solicita que se tenga una continuidad en la aplicación de la encuesta, de manera que sea posible monitorear la participación del patrimonio cultural como atractivo turístico de las regiones y producir información que alimente las estrategias tanto del sector público como privado en este campo nuevo en conciliación como es el turismo cultural. A pesar de que el instrumento fue aplicado para su segunda edición en el año 2014-2015, no se cuentan con los microdatos que permitan realizar un análisis que complemente este estudio.

Aunque se da un avance en los estudios del turismo cultural a nivel nacional, el alcance de esta investigación es limitado dadas las complicaciones encontradas para acceder a datos relevantes del sector turístico. Los inconvenientes presentados en la presente investigación a la hora de recolectar datos acerca del turismo doméstico y de la no existencia de datos centralizados acerca de la infraestructura turística se constituyen una de las principales limitaciones a la hora de hacer estudios de turismo doméstico a nivel nacional. Si se busca que en el país se incremente la producción académica respecto a este sector, evidentemente se requiere también que los entes estatales promuevan la recolección de información relativa al sector, para que así exista un indicador del estado actual de la infraestructura turística y ver qué debilidades hay y como las diferencias de esta entre una región y otra impactan los flujos turísticos.

De igual forma es necesario que desde el Gobierno se promueva la creación y renovación de políticas de recolección de información respecto al turismo en general, y que esta labor se haga de manera permanente con el fin de poder crear datos de panel que permitan hacer un estudio temporal acerca de los flujos turísticos y donde se pueda hacer una evaluación del patrón de estos flujos.

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

Armstrong, G. (1972). International tourism: coming or going: the methodological problems of forecasting. *Futures*,. 4(2), 115-125.

Barbosa, M. E. (2007). La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista EAN*, 60, 105-122.

- Baud, M. & Ypeij, A. (2009). *Cultural Tourism in Latin America. The politics of space and imagery*. Leiden-Boston: Brill.
- Bedate Centeno, A. M., Sanz Lara, J. A. & Herrero Prieto, L. C. (2001). Turismo cultural y patrimonio histórico: aplicación multivariante de la demanda. *Estudios Turísticos*, (150), 113-132.
- Blancas Peral, F. J., González Lozano, M., Guerrero Casas, F. M. & Lozano Oyola, M. (2010). Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía. *Revista Electrónica de Comunicaciones y Trabajos de ASEPUMA*, 11, 85-118.
- Bonink, C. (1992). *Cultural Tourism Development and Government Policy*. (Tesis de Maestría), Rijksuniversiteit Utrecht, Utrecht.
- Brida, J. G.; Monterubbianesi, P. D., & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Revista Pasos*, 9(2), 291-303.
- Brida, J., Monterubbianesi, P. D. & Zapata-Aguirre, S. (2013). Análisis de los factores que influyen el gasto de los turistas culturales: el caso de los visitantes de museos de Medellín. *Revista de Economía del Rosario*, 16(1). 149-170.
- Carvajal Prieto, L. (2014). Análisis de la gestión de competitividad en Colombia como destino turístico. *Revista EAN*, 76, 78-90.
- Centro de Estudios Superiores en Turismo de la SECTUR. (2003). *El turismo Cultural en México. Resumen ejecutivo del estudio estratégico de viabilidad del Turismo Cultural en México*. México.
- Crampon, L. & Tan, K. T. (1973). A model of tourism flow into the Pacific. *The Tourism Review*, 28(3), 98-104.
- Cunin, E., & Rinaudo, C. (2010). Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas. *Memorias*. 2(2).
- DANE. (2013). *Metodología de la Encuesta de Gasto Interno en Turismo EGIT 2012-2013*.
- de Cluzeau, C. O. (2000). *Le Tourisme culture.*, Paris: Presses Universitaires de France.

- Demelas, R. (2009). *Los determinantes de la demanda turística y sus implicaciones en término de estacionalidad*. (Tesis Doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona, España.
- Donaire, J.A. (2012) *Turismo Cultural. Entre la experiencia y el ritual*. Bellcaire d'Empordá. Edicions Vitel-la.
- Douglas, N., Douglas, N. & Derret, R. (2001). *Special Interest Tourism*. Melbourne: Wiley.
- Durden, G. C. & Silberman, J. (1975). The determinants of Florida tourists flows: A gravity model approach. *Review of Regional Studies*, 5, 31–41.
- Espinal, N. (2013). *La disponibilidad a pagar como una medida de la legitimidad: el caso de la Biblioteca Pública Piloto para América Latina y los Parques Biblioteca de Medellín, Colombia*. (Tesis Doctoral). Universidad Pablo Olavide. Sevilla, España.
- Galvis Aponte, L. A. & Aguilera Díaz, M. M. (1999). Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena, 1987-1998. *Documentos de trabajo sobre economía regional*.
- González, C. & Sarmiento, I. (2009). Modelación de la distribución de viajes en el Valle de Aburrá utilizando el modelo gravitatorio. *Dyna*, 76(158), 199-208.
- Gordon, I. R. & Edwards, S. L. (1973). Holiday trip generation. *Journal of Transport Economics and Policy*, May, 153–168.
- Greffe, X. (2002). *Les rapports entre l'offre culturelle et le public touristique: une opportunité pour la culture, le tourisme et l'économie*. Trabajo presentado en Cultura i turisme. Cultura y turismo. Culture et tourisme. Actes del Seminari dut a terme a Barcelona el novembre de 1999, Girona, Universitat de Girona.
- Hernández Pavón, E. (2011). *Economía y Empleo en la Cultura*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- ICOMOS. (1976). *Carta de Turismo Cultural*, Bélgica.
- ICOMOS. (1999). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*, México.
- Irish Tourist Board. (1988). *Inventory of Cultural Tourism Resources in the member States and Assesment of Methods Used to Promote Them*, Bruselas, Comisión Europea DG VII.
- Kliman, M. L. (1981). A quantitative analysis of Canadian overseas tourism. *Transportation Research*, 15, 487–497.

- Kokalj, Z. (2007). Turbulent political circumstances bear on Colombians in a perpetual circle of violence. *Geografski Obzornik*, 54(2), 12-16.
- Leguizamón, M., Moreno, E. & Tibavizco, N. (2013). Impacto turístico del Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá. *Revista Pasos*, 11(1). 73-87.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- López López, A. (2005). Desarrollo sostenible: medioambiente y turismo en las ciudades históricas: El caso de Toledo. *Observatorio medioambiental*, (8), 331-344.
- Lotero, J. (2005). *Geografía económica y flujos de comercio exterior: aplicación de un modelo gravitacional para algunos departamentos colombianos, 1977-2003*. (Trabajo de grado). Universidad de Antioquia, Medellín.
- Malamud, B. (1973). Gravity model calibration of tourist travel to Las Vegas. *Journal of Leisure Research*, 5(4), 23–33.
- Mallor, E., González-Gallarza, M, & Fayos Gardó, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el turismo cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Revista Pasos*, 11(2), 269-284.
- Massida, C. & Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33. 603-610.
- Mata, T. & Llano, C. (2010). Modelo gravitatorio y turismo: Una aplicación a los flujos monetarios interregionales del sector Turismo en España. *Revista de Estudios Regionales*, 89, 211-240.
- McAllister, D. & Klett, F. (1976). A modified gravity model of regional recreation activity with an application to ski trips. *Journal of Leisure Research*, 8(1), 21-34.
- McIntosh, A.; Hinch, T. & Ingram, T. (2001). Cultural Identity and Tourism. *International Journal of Arts Management*, 4(2), 39-49.
- McKercher, B. & Ho, P. (2012). Cultural Tourism and the Enhancement of Quality-of-life. En *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research*, 341-357, Springer.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). *Turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio colombiano para el mundo*. Bogotá

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2009). *Política de Mercadeo y Promoción Turística de Colombia "Colombia Destino Turístico de Clase Mundial*. Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Plan sectorial de turismo (2014-2018) "Turismo para la construcción de la paz"*. Bogotá.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Informe Turismo: Enero 2015*. Bogotá
- Morley, C., Rosseló, J. & Santana-Gallego, M. (2014). Gravity models for tourism demand: theory and use. *Annals of Tourism Research*, (48), 1-10.
- Muñoz Vásquez, A., Grande Torraleja, F. & Nuñez-Cacho Utrilla, P. (1994). *Modelos de gravitación en el contexto turístico*. Trabajo presentado en IV Congreso de Economía Regional de Castilla y León, Comunicaciones 3, 1549-1562.
- Munsters, W. (1994). *Cultuurtoerisme*, Garant.
- Munsters, W. (2010). The cultural destination experience audit applied to the touristic-historic city. En *Cultural Tourism Research Methods*, 52-60, CAB International.
- Otero Gómez, M. C., Giraldo Pérez, W. & Torres Duarte, L. K. (2015). El posicionamiento de Villavicencio como destino turístico internacional y su aporte a la construcción de marca ciudad. *Revista Geón*. 4. 43-47.
- Patuelli, R., Mussoni, M. & Candela, G. (2013). The effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy. *Journal of Geographical Systems*, 15, 369-402.
- Peña, D. (2009). Los instrumentos legales de la política turística como base para un turismo responsable y sostenible en Latinoamérica: Análisis para Colombia, Perú, México y Honduras. *Revista de Análisis Turístico*, 8, 33-43.
- Pulido Fernández, J.I., de la Calle Vaquero, M. & Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Síntesis.
- Pulido San Román, A. (1966). *Introducción a un Análisis Económico del Turismo*. (Tesis Doctoral), Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Cuadernos Monográficos No. 5.
- Pyers, C. E. (1966). Evaluation of intervening opportunities trip distribution model. *Highway Research Record*, 114, 71-98.

- Quandt, R. E. & Baumol, W. J. (1969). The demand for abstract transport modes: Some hopes. *Journal of Regional Science*, 9, 159–162.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*, CAB International.
- Richards, G. (2001). *Cultural attractions and European tourism*, Wallingford: CABI.
- Ritchie, B. & Zins, M. (1978). Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 252-267.
- Sancho Pérez, A. (2005). Impacto del turismo sostenible sobre la población local. *Turismo y Sociedad*, 4, 7-38.
- Santos Silva, J. & Tenreyro, S. (2006). The log of Gravity. *The Review of Economics and Statistics*, 88(4). 641-658.
- Saunders, P.; Senter, H. & Jarvis, J. (1981). Forecasting recreation demand in the upper Savannah River Basin. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 236-256.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide. *Journal of sustainable tourism*, 8(1), 1-19.
- Smith, S. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3). 582-595.
- Swart, W., Var, T. & Gearing, C. (1978) Operations research applications to tourism. *Annals of Tourism Research*, 5(4), 414-428.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tillotson, S. (1988). 'Cultural Tourism' or Cultural Destruction?. *Economic and political weekly*, 1940-1941.
- Toro, G. (2003). La política pública de turismo en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 2. 9-16.
- Usach Domingo, J. (1998). Análisis de los flujos interregionales de la demanda turística interna española. *Estudios turísticos*, (136), 27-43.
- Vanegas, J.G., Restrepo, J.A. & Medina, S. (2015). Flujos turísticos en Colombia: perspectivas y determinantes. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 10(1). 676-686.
- Wilson, A. (1967). A statistical theory of spatial distribution models. *Transportation research*, 253-269.

- Witt, S.F. & Witt, C.A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research. *International Journal of Forecasting*, (11), 447-475.
- World Tourism Organization. (1993). *Tourism: The Year 2000 and beyond qualitative aspects*. Discussion paper.
- World Tourism organization. (2005). *Cultural Tourism and Poverty Alleviation – The Asia Pacific Perspective*.
- World Tourism Organization. (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú - Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. España.
- Zuñiga, A. & Castillo, M. (2012). Turismo en Colombia: resultados del sector (2007-2010). *Magazine Empresarial*, 8(15). 67-73.

## Anexo 1. Metodología de construcción de la Matriz Origen-Destino y resultados obtenidos.

Con base en los datos recogidos en la EGIT y la delimitación establecida en la presente investigación, se procede con la construcción de una matriz origen-destino en la cual se compute la cantidad total de los viajes realizados en el periodo de referencia. Según lo expuesto por Usach Domingo (1998), se construye una matriz  $T$  donde se exponen descriptivamente los flujos turísticos interregionales y se pueda caracterizar el turismo interno de Colombia. Esta matriz está definida de la siguiente manera:

$$F_{ij} = \begin{pmatrix} x_{11} & \cdots & x_{1j} & \cdots & x_{1n} & D_1 \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots & \vdots \\ x_{i1} & \cdots & x_{ij} & \cdots & x_{in} & D_i \\ \vdots & \ddots & \vdots & \ddots & \vdots & \vdots \\ x_{m1} & \cdots & x_{mj} & \cdots & x_{mn} & D_m \\ O_1 & \cdots & O_j & \cdots & O_n & T \end{pmatrix}$$

, donde:

$x_{ij}$  es el flujo de turismo de los residentes en la región  $i$  con destino la región  $j$ .

$D_i$  indica la demanda total del turismo residente que proviene de la región  $i$ .

$O_j$  indica la oferta total del turismo residente que recibe la región  $j$ .

$m$  es el total de regiones de origen.

$n$  es el total de regiones de destino

$T$  es el total de flujos de demanda.

En la tabla 5, se muestra la matriz origen-destino elaborada para el caso de turismo doméstico en Colombia:

**Tabla 5: Matriz Origen-Destino, año 2012- 2013**

	ANT	ATL	BOL	BOY	CAL D	CAU	CES	COR D	CUND	CHO C	HUI	GU AJ	MAG D	ME T	NAR	NSAN T	QUI ND	RIS	SAN T	SUC R	TOL	VALLE	ARA U	CAS	PUT	SNAN D	AMA Z	VIC H	TOTAL
ANT	1003	7	26	7	9	3	6	17	44	13	0	2	41	0	0	8	18	11	7	82	1	48	0	0	4	76	0	0	1433
ATL	38	103	176	0	0	0	79	5	19	0	0	8	326	0	0	8	0	0	30	55	0	0	0	0	0	0	0	0	847
BOL	23	80	140	0	0	0	0	18	11	0	0	26	23	12	0	0	0	12	0	26	0	0	0	0	0	4	4	0	379
CALD	110	5	38	0	604	7	1	0	76	0	0	0	23	20	4	0	94	138	0	23	38	112	0	0	0	39	1	0	1333
CORD	94	74	119	0	0	9	0	197	27	0	0	2	51	0	0	0	30	0	0	245	0	9	0	0	0	0	0	0	857
CUND	39	13	64	130	14	0	0	15	676	0	38	0	73	95	0	6	12	11	99	34	340	27	0	0	0	27	0	0	1713
MET	10	11	48	13	6	0	0	0	117	0	0	0	7	118	0	0	0	0	0	0	20	0	0	13	0	24	0	20	407
NAR	27	4	2	0	7	24	0	0	39	0	0	1	0	0	823	0	23	0	0	0	8	121	0	0	24	17	0	0	1120
NSAN T	19	25	8	4	0	0	0	0	73	0	0	0	49	0	0	680	2	0	153	0	0	0	2	0	0	17	0	0	1032
RIS	57	0	32	3	45	0	16	0	17	12	4	0	4	0	0	0	68	225	0	0	12	141	0	0	0	20	0	0	656
SANT	28	34	18	33	5	0	0	0	35	0	0	13	115	0	0	103	9	0	507	2	2	13	5	0	0	16	0	0	938
TOL	20	14	5	35	31	0	7	0	168	0	61	0	33	6	0	0	33	11	47	2	408	67	0	0	0	14	0	0	962
VALLE	48	5	30	0	1	104	0	0	22	0	6	0	12	0	20	0	65	1	4	0	2	839	0	0	0	28	0	0	1187
TOTA L	1516	375	706	225	722	147	109	252	1324	25	109	52	757	251	847	805	354	409	847	469	831	1377	7	13	28	282	5	20	1286
																													4

Fuente: Elaboración propia con datos de la EGIT

En la matriz relacionada no se incluyen las columnas de los departamentos de Caquetá, Guainía, Guaviare y Vaupés, dado que no recibieron ningún turista para el periodo estudiado. De esta forma, y teniendo en cuenta la información disponible en la EGIT, se cuenta únicamente con 13 orígenes y con 28 destinos. En la tabla se marca en amarillo los flujos intrarregionales. La información obtenida en esta nos muestra que el turismo doméstico en Colombia está caracterizado como un turismo intrarregional más que interregional.

Se tiene que los departamentos con mayor emisión de turistas son Cundinamarca, Antioquia, Caldas, Valle del Cauca, Nariño y Norte de Santander. Los cuales se corresponden en gran parte con los departamentos que tienen mayor recepción de turistas: Antioquia, Valle del Cauca, Cundinamarca, Nariño, Santander y Tolima. Sin embargo, si no tenemos en cuenta los viajes realizados dentro de la misma región, se presenta un cambio en el orden de los departamentos que reciben más turistas de otras regiones, diferentes a ella misma, los cuales son en su orden: Magdalena, Cundinamarca, Bolívar, Valle del Cauca y Antioquia.

Además de esto, encontramos que los departamentos que presentan un mayor flujo intrarregional de turismo son Nariño (73%), Valle del Cauca (70,7%), Antioquia (70%) y Norte de Santander (65,9%); mientras que los que presentan un menor flujo intrarregional son: Atlántico (12,2%), Córdoba (23%), Meta (29%), Risaralda (34,3%) y Bolívar (36,9%).