

DETERMINANTES DE LA DEMANDA DOMÉSTICA POR TURISMO CULTURAL EN COLOMBIA

Maria Camila Alzate Torres
Universidad Nacional de Colombia

Resumen

El turismo cultural fundamentado en los patrimonios tangibles e intangibles de las comunidades propende por la conservación de las expresiones de identidad al tiempo que promueve el desarrollo económico de las comunidades al generar nuevos empleos, incrementar el PIB y propiciar el diálogo intercultural. El objetivo de esta investigación es establecer los determinantes a corto plazo de la demanda doméstica de los servicios asociados al patrimonio cultural colombiano. Para el logro de este objetivo se utiliza un modelo de interacción espacial o modelo gravitacional, que describe el flujo de interacción entre la región de origen y la región destino en término de los factores de repulsión y de atracción, utilizando los datos de la Encuesta de Gasto Interno de Turismo del Departamento Nacional de Estadística (DANE) en el periodo 2012-2013 y las cifras del Ministerio de Cultura.

Palabras clave: Turismo cultural, Patrimonio cultural, Turismo doméstico, Modelo gravitacional, Desarrollo local, Atractivo cultural.

Abstract

The cultural tourism based on tangible and intangible heritage of communities aims for the conservation of the identity expressions while promoting the economic development of the communities generating new jobs, increasing GDP and promoting the intercultural dialogue. The objective of this research is to establish the short-term determinants of domestic demand

for services associated with Colombian cultural heritage. To achieve this goal is used a spatial interaction model or gravitational model, which describes the flow interaction between the origin region and the destiny region in terms of push and pull factors, using data from the Survey of Internal Expenditure in Tourism conducted by the National Administrative Department of Statistics (DANE) in the period of 2012-2013 and the data from the Ministry of Culture.

Keywords: Cultural tourism, Cultural heritage, Domestic tourism, gravitational model, Local development, Cultural attraction.

1. Turismo y Turismo Cultural

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 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.

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, 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 sexual, entre otros.

El patrón actual de consumo turístico le otorga relevancia a los atractivos del patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas (ICOMOS, 1999); de esta forma se ha consolidado la importancia del turismo cultural, tanto por la conservación del patrimonio, como por ser un consumo complementario a otros tipos de turismo. Múltiples autores (Bonink, 1992; Munsters, 2010; Baud e Ypeij, 2009; Richards, 1996; entre otros) han generado una discusión en torno a la definición del turismo cultural y las actividades que deben incluirse bajo esta categoría. Bonink (1992) presenta aproximaciones a la definición de turismo cultural, tomando como base las 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 motivaciones y experiencias a las que se exponen los turistas culturales al entrar en contacto con las formas de vida de las comunidades.

A la hora de estudiar el turismo cultural, es importante delimitar las actividades o activos culturales que conforman los atractivos turísticos de este, para así poder evaluar su poder de

atracción y el impacto de la promoción de estas en las economías locales. Esta delimitación suele estar dada a discreción del autor y muchas veces obedece a fines metodológicos para el desarrollo de los objetivos planteados. La tabla 1 presenta una revisión de las diferentes tipologías o nichos del turismo cultural abordados por algunos autores y que ejemplifican las actividades culturales que pueden tomarse como atractivos turísticos.

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						
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					
Grefe(2002)			x	x							x	x	x	x		x		x	x
WTO (2005)						x	x	x					x	x		x	x	x	x

Fuente: (Mallor, González-Gallarza Granizo, y Fayos Gardó, 2013)

Si tomamos como atractivo principal los bienes del patrimonio histórico y cultural, nos encontramos con que el turista cultural está sujeto a una oferta rígida de los bienes del patrimonio histórico que son únicos y limitados y su demanda se centra en los servicios derivados de la existencia de este patrimonio (Bedate Centeno, Sanz Lara, y Herrero Prieto, 2001; McIntosh, Hinch, y Ingram, 2001). Esto hace que ciertos destinos tengan una ventaja comparativa respecto a otros a la hora de atraer turistas basados en su dotación de atractivos culturales (Patuelli, Mussoni, y Canela, 2013).

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 del producto en el que se incluyan tanto la perspectiva del turista como del local, en aras de proponer un turismo sostenible (McKercher y Ho, 2012). En el desarrollo del producto del turismo cultural, es necesario tener en cuenta que así como el producto del turismo está conformado los diferentes bienes y servicios asociados a la infraestructura turística; el producto del turismo cultural está compuesto por la oferta cultural del destino y los elementos del producto turístico (alojamiento, infraestructura de transporte, atracciones turísticas, entre otras).

La oferta cultural del destino no está compuesta únicamente por elementos tangibles (museos, conjuntos arquitectónicos, entre otros) sino que también incluye los valores de la identidad de las comunidades, los rituales, las celebraciones, entre otros valores propios de las diferentes culturas (Munsters, 2010). Estos elementos tangibles e intangibles del patrimonio cultural de las comunidades pasan por un proceso social de adaptación con el fin de satisfacer la demanda de los turistas (McKercher y Ho, 2012). Es necesario pues el desarrollo de procesos sostenibles cultural, social y económicamente, con el fin de no ir en contravía de un desarrollo regional y de no perjudicar en su composición la identidad de las comunidades locales (McKercher y Ho, 2012).

Entre las ventajas del turismo cultural sostenible se destaca su participación en el desarrollo económico y en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la generación de empleo y de ingresos económicos, también la promoción y la conservación de los bienes de patrimonio cultural y los rituales y costumbres de las comunidades (McKercher y Ho, 2012; Brida, Monterubbianesi, y Zapata-Aguirre, 2011). El turismo cultural, además, potencializa 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, Mussoni, y Canela, 2013).

Si el turismo se toma solo como fuente de crecimiento económico mal gestionado y excesivo puede llevar a poner en peligro la naturaleza del patrimonio y sus características identitarias. Esto lleva a una pérdida en doble vía tanto para los locales al degradar su entorno natural y cultural, como para los turistas quienes ven afectada la experiencia que obtienen de estos entornos (ICOMOS, 1999). También, el turismo cultural puede tener un carácter invasivo al objetivar las ceremonias y los ritos de las comunidades, afectando su valor cultural en este proceso (McKercher y Ho, 2012). A la hora de formular políticas de desarrollo turístico hay que tener en cuenta tanto los efectos positivos como los negativos de manera que la promoción y divulgación del patrimonio no afecte su valor identitario.

2. Activos culturales patrimoniales de Colombia: insumos para la demanda doméstica de Turismo Cultural.

El patrimonio cultural es la más viva representación de la identidad de un país o de una región y es la fuente principal de la dotación de atractivo cultural al adaptarse como atracción turística, cuya demanda doméstica es mayor que la demanda extranjera (McKercher y Ho, 2012). El turismo doméstico es la llamada primera forma de turismo por ser asequible a una mayor cantidad de consumidores y por impactar una mayor parte de la población (Patuelli, Mussoni, y Canela, 2013). En Colombia, el Ministerio de Cultura ha establecido 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 Patrimonio Cultural Inmaterial de la Nación.

Los BIC en Colombia son bienes materiales, muebles o inmuebles que tienen un interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico para la Nación. Actualmente, Colombia cuenta con 1103 BIC ^[1] de ámbito nacional que han sido reconocidos y muestran la amplia diversidad cultural del país. Sin embargo, esta categoría solo abarca 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 país se acoge a las declaratorias decretadas por la UNESCO en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. A continuación, en la tabla 2 encontraremos la clasificación de los Patrimonios Materiales e Inmateriales de Colombia declarados por la UNESCO.

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

Patrimonios de la Humanidad	Patrimonios Inmateriales de la Humanidad
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) ^[2]
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.

En Colombia, también se cuenta con los Pueblos Patrimonio, los cuales 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 ^[3]. Los bienes y representaciones descritos dan cuenta de manera general 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.

3. Análisis empírico

3.1. Tipo y fuentes de información:

En la presente investigación se busca calcular el impacto que tienen los atractivos patrimoniales nacionales (Patrimonios de la Humanidad, BIC y Pueblos Patrimonio) sobre el gasto en servicios culturales realizado en un viaje por un turista doméstico y la interacción de este gasto con variables relevantes como otros tipos de turismo (Sol y Playa, Natural) y la dotación de bienes y servicios turísticos, con el fin de establecer relaciones de causalidad y de proponer el mejoramiento de la política de turismo cultural del país.

Los datos utilizados en esta investigación provienen de 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. Se 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 económico y desarrollo del país (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. Además se recolectó información del Ministerio de Turismo, del Ministerio de Cultura, de la UNESCO, de Invías y del DANE, para complementar las variables origen-destino del modelo. Los datos fueron tratados con el software STATA.

3.2. Modelo Econométrico y variables:

Basados en diferentes estudios de turismo (Armstrong, 1972; Crampon y Tan, 1973; Malamud, 1973; McAllister y Klett, 1976; Swart et al., 1978; Saunders et al., 1981), se plantea la utilización de un modelo de interacción espacial o modelo gravitacional. Este modelo describe el flujo de interacción entre la región de origen y la región de destino en función de los factores de repulsión y los factores de atracción, tales como el tamaño de las economías y la distancia entre estas. Más variables explicativas incluidas específicamente en los modelos de demanda de turismo son: motivo o frecuencia de viaje, atractivo del destino y condiciones de este (clima, ambiente natural, contaminación, cultura e historia, patrimonio cultura, entre otros), infraestructura turística, entre otras. También se incluyen las características socioeconómicas de los turistas que pueden afectar su disponibilidad de tiempo de ocio u otras restricciones similares.

Dada la revisión bibliográfica y el estudio de antecedentes de modelos aplicados a estudios de turismo se decidió utilizar el Método de Pseudo Máxima Verosimilitud de Poisson sobre el modelo gravitacional dada su capacidad de resolver problemáticas como la de variables dependientes con valor cero (0) y la heterocedasticidad existente en este tipo de datos (Santos Silva y Teynero, 2006). El modelo se linealiza de la siguiente manera:

$$G_{od} = \beta_0 + \beta_1 * \ln X_0 + \beta_2 * \ln X_d + \beta_3 * \ln dist_{od} + \varepsilon_{od}$$

, donde G_{od} es el gasto en servicios culturales realizado por los turistas que viajaron de un departamento a otro en el año analizado siendo “o” el departamento de origen y “d” el de destino; 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 de origen y de destino están divididas de la siguiente manera: en las variables de origen (X_o) se incluyen Población, Ingresos y Viajes al exterior; y en las variables de destino (X_d) se incluyen Población, accesibilidad (Kilómetros de carretera construida), atractivos turísticos (Costa Atlántica y Costa Pacífica, Parques Naturales), atracciones culturales (Patrimonios Culturales Materiales e Inmateriales de la Humanidad, BIC, Pueblos patrimonio) y capacidad de absorción de turismo (alojamiento, restaurantes y agencias de turismo).

4. Resultados y Conclusiones

En la tabla 3 se muestran los arrojados por el modelo. Como podemos observar, todas las variables incluidas en el modelo resultaron ser significativas, esto es, tienen una incidencia marginal en el gasto en cultura durante un viaje de turismo. Uno de los resultados obtenidos muestra que tanto la existencia de BIC como de Patrimonios de la UNESCO en un departamento influye en que sea mayor el gasto de los turistas en servicios culturales. Por otro lado, los Pueblos Patrimonio influyen negativamente en el gasto, esto puede deberse a que la visita a un Pueblo Patrimonio no implica necesariamente la adquisición de bienes y servicios culturales. Por otro lado, encontramos que dentro de los factores de origen, los viajes al exterior resultaron siendo un consumo complementario y no sustituto al gasto interno en turismo cultural. Esto se puede explicar al observar que la fracción de la población

que realiza viajes internos y que gasta más en cultura (en un viaje de turismo) corresponde a personas con mayor edad y mayor nivel de educación.

Tabla 3: Resultados de Estimaciones

VARIABLES	Coeficiente	Err. Est.	P> z
Población (d)	4,76E-07	1,07E-09	0,00
Carreteras (d)	-0,0007905	0,00000121	0,00
Costa Pacífica (d)	-1,832315	0,0018106	0,00
Costa Atlántica (d)	0,4775791	0,0006123	0,00
Parques naturales (d)	-0,1927289	0,0009754	0,00
Patrimonios UNESCO (d)	0,2796913	0,0005249	0,00
BIC (d)	0,5058485	0,0016399	0,00
Pueblos Patrimonio (d)	-0,1201562	0,0006713	0,00
Alojamiento (d)	-0,000636	0,00000299	0,00
Restaurantes (d)	0,0027707	0,00000731	0,00
Agencias de Viaje (d)	-0,0383074	0,0000576	0,00
Población (o)	-6,17E-07	2,81E-10	0,00
PIB (o)	0,0000241	1,75E-08	0,00
Carreteras (o)	-0,0009076	0,000000805	0,00
Distancia (o-d)	0,0007219	0,000000374	0,00
Viajes al exterior (o)	0,4381146	0,0004767	0,00
Edad	0,0127657	8,16E-06	0,00
Sexo	0,0854761	0,0002648	0,00
Educación	0,0136667	0,0000346	0,00
Constante	10,82167	0,001827	0,00

Tabla: Elaboración propia

Con respecto a los otros tipos de turismo se observa que el tener acceso a la costa Atlántica influye positivamente en el gasto cultural, lo que indica que el turismo cultural en esta zona del país es complementario con el turismo de sol y playa, mientras que en la costa Pacífica se observa la relación contraria, esto puede deberse a la falta de promoción y acceso a bienes patrimoniales en esta parte del país. Por otro lado, se puede observar que la existencia de parques naturales influye negativamente en el gasto cultural, lo que sugiere que el turismo natural es un sustituto del turismo cultural, así mientras más parques naturales hay en la

región, se opta por asistir a estos en lugar de adquirir bienes y servicios derivados del patrimonio cultural.

Respecto a la infraestructura turística, se evidencia que a mayor cantidad de alojamientos se reduce el gasto en cultura, lo que puede mostrar que un mayor gasto en alojamiento disminuye el gasto realizado en servicios culturales. La relación de la cantidad de restaurantes con el gasto en cultura es el contrario, lo que puede indicar que estos dos consumos suelen realizarse a la par. También se observa que la cantidad de agencias de viaje del departamento afecta negativamente el gasto en cultura, esto puede deberse a que hay una mayor accesibilidad a paquetes turísticos y el gasto en estos sería un sustituto al gasto en servicios culturales. En cuanto al tamaño de la región de destino (medido por la población), se ve que tiene un efecto positivo sobre el gasto cultural en turismo, esto puede deberse a que las zonas más pobladas de Colombia son aquellas que cuentan con una mejor infraestructura turística (por lo que tiene un fuerte potencial de atracción de turistas de toda clase) y se puede llevar a cabo una mejor promoción de los atractivos patrimoniales y los servicios asociados a estos.

En conclusión, se ha evidenciado que los factores socioeconómicos de los turistas influyen en el gasto que estos realizan en servicios culturales durante un viaje de turismo, esto es mientras tengan una mayor edad y un alto nivel de educación, mayor será su gasto realizado en cultura durante un viaje. Esto bien pudo influir en el resultado obtenido respecto a los viajes al exterior, donde estos se muestran como un consumo complementario y no sustituto, como se esperaría según estudios empíricos. También podemos observar que en la Costa Atlántica, el turismo de playa se presenta como un complemento al gasto cultural sugiriendo que en esta zona del país estos dos consumos se realizan paralelamente. Esto no pasa con el turismo natural, que se muestra como un sustituto al turismo cultural.

Los resultados obtenidos contribuyen a la orientación de la política de turismo cultural del país al identificar su interacción con otras formas de turismo e identificar las características socioeconómicas de sus consumidores, dando lineamientos para la intervención estatal en pro de potenciar su impacto en el desarrollo económico. Igualmente, 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.

Notas al pie de página

[1] 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.

[2] 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.

[3] 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.

Bibliografía

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

Baud, Michiel y Ypeij, Annelou, 2009, *Cultural Tourism in Latin America. The politics of space and imagery*, Leiden-Boston: Brill.

Bedate Centeno, Ana Maria, Sanz Lara, José Ángel y Herrero Prieto, Luis César, 2001, "Turismo cultural y patrimonio histórico: aplicación multivariante de la demanda", *Estudios Turísticos*, núm. 150, 113-132 España.

Bonink, Carolina, 1992, *Cultural Tourism Development and Government Policy*, Tesis de Maestría, Rijksuniversiteit Utrecht.

Brida, Juan Gabriel; Monterubbianesi, Pablo Daniel, y Zapata-Aguirre, Sandra, 2011, "Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia", *Revista Pasos*, núm. 9(2), 291-303.

Crampon, L. y Tan, K. T., 1973, "A model of tourism flow into the pacific", *The Tourism Review*, núm, 28(3), 98-104.

DANE, 2013, *Metodología de la Encuesta de Gasto Interno en Turismo EGIT 2012-2013*.

de Cluzeau, Claude Origet, 2000, *Le Tourisme culturel*, Paris, Presses Universitaires de France.

Demelas, Riccardo, 2009, *Los determinantes de la demanda turística y sus implicaciones en término de estacionalidad*, Tesis Doctoral, Barcelona, España.

Douglas, Norman; Douglas, Ngaire, y Derret, Ros, 2001, *Special Interest Tourism*, Melbourne, Wiley.

Galvis Aponte, Luis Armando y Aguilera Díaz, María Modesta, 1999, "Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena, 1987-1998", *Documentos de trabajo sobre economía regional*.

Grefe, Xavier, 2002, "Les rapports entre l'offre culturelle et le public touristique: une opportunité pour la culture, le tourisme et l'économie", 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.

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.

Malamud, Bernard, 1973, "Gravity model calibration of tourist travel to Las Vegas", Journal of Leisure Research, núm. 5(4), 13-23.

Mallor, Elodie; González-Gallarza Granizo, Martina y Fayos Gardó, Teresa, 2013, "¿Qué es y cómo se mide el turismo cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español", Revista Pasos, núm. 11(2), 269-284.

McAllister, Donald y Klett, Frank, 1976), "A modified gravity model of regional recreation activity with an application to ski trips", Journal of Leisure Research, núm, 8(1), 21-34.

McIntosh, Alison; Hinch, Tom e Ingram, Takiora, 2001, "Cultural Identity and Tourism" International Journal of Arts Management, núm. 4(2), 39-49.

McKercher, Bob y Ho, Pamela, 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, 2014, Plan sectorial de turismo (2014-2018) "Turismo para la construcción de la paz". Bogotá.

Munsters, Wil, 2010, "The cultural destination experience audit applied to the touristic-historic city", En Cultural Tourism Research Methods, 52-60, CAB International.

Munsters, Wil, 1994, Cultuurtoerisme, Garant.

Patuelli, Roberto; Mussoni, Maurizio y Canela, Guido, 2013, "The effects of World Heritage Sites on domestic tourism: a spatial interaction model for Italy", Journal of Geographical Systems, núm. 15(3), 369-402.

Richards, Greg, 1996, Cultural Tourism in Europe, CAB International.

Ritchie, Brent y Zins, Michel, 1978 "Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region", Annals of Tourism Research, núm. 5(2), 252-267.

Santos Silva, João y Teynero, Silvana, 2006, "The log of gravity", The Review of Economics and statistics, núm. 88(4), 641-658.

Saunders, Paul; Senter, Herman, y Jarvis, James, 1981, "Forecasting recreation demand in the upper Savannah River Basin", Annals of Tourism Research, núm. 8(2), 236-256.

Swart, William; Var, Turgut y Gearing, Charles, 1978, "Operations research applications to tourism", Annals of Tourism Research, núm. 5(4), 414-428.

World Tourism organization, 2005, Cultural Tourism and Poverty Alleviation – The Asia Pacific Perspective.