

Proposal and Design of a Tourist Information System in La Candelaria (Bogotá)

Sumario:

1.1. Centros históricos: Origen y funcionalidades en La Candelaria (Bogotá).
1.2. Elementos y componentes del Turismo cultural en los centros históricos.
1.3. Sistemas de información turística y cultural. 1.4. Propuesta de sistema de información turístico – cultural en La Candelaria. 1.5. Resultados y conclusiones. Bibliografía.

Resumen:

El programa “Red Turística de Pueblos de Patrimonio” cuenta en la actualidad con más de 14 centros históricos, lo que evidencia el ascenso de los mismos a la oferta turística colombiana. La Candelaria en Bogotá, sin pertenecer a la red, cuenta con más de 65 bienes culturales y muestra un crecimiento continuo en la afluencia de turistas culturales.

Sin embargo, su incorporación al turismo no está siendo evaluada, siendo necesario un sistema de recolección de datos que permita una mejor gestión como destino turístico. Su aplicación arroja conclusiones extrapolables a la medición del turismo en otros centros históricos colombianos, ámbito apenas estudiado como evidencia la investigación realizada.

Palabras claves: Turismo cultural, Sistema información, Estadísticas y Centro histórico.

Abstract:

Currently, the “Red Turística de Pueblos de Patrimonio” has included 14 historic districts. This shows the increase of cultural tourism in the country. La Candelaria, the historic center of Bogotá, does not belong to the network, but it has 65 elements recognized as Cultural Heritage and shows a continued growth in tourist arrivals.

However, its incorporation into tourism market is not being measured. Thus, it is necessary a tourist information system to improve the management of the historic center. In this way, results of the investigation are also applicable to other historical centers of the country.

Key words: Cultura tourism, Tourism information System, Statistics, Historic area.

Artículo: Recibido el 24 de febrero del 2015 y aprobado el 16 de abril del 2015

Miriam Menchero Sánchez: candidata a doctora en Turismo por la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid, España), docente – investigadora en Turismo Cultural (Universidad EAN) y docente de Teoría del Turismo (Universidad Externado de Colombia).

Correo electrónico: miriamms1983@ean.edu.co

Propuesta y diseño de un sistema de información turística para centros colombianos: estudio de caso del centro histórico de La Candelaria (Bogotá)

Miriam Menchero Sánchez

1. Introducción. Centros históricos: Origen y funcionalidades en La Candelaria (Bogotá)

La conceptualización del centro histórico es compleja y variable. Si en un principio solo se focalizaba en el punto de vista estético (histórico y artístico, principalmente) a medida que el concepto avanzó se observó que las dinámicas que se producían en estos sectores urbanos eran más complejas que un análisis morfológico. De hecho, y a pesar de existir una investigación extensa sobre estos espacios urbanos, la denominación de “centro histórico” es de reciente creación (Caraballo, 2000a: 106) y atiende, principalmente, a las zonificaciones realizadas por grandes arquitectos y urbanistas del S. XIX y XX. Así, Le Corbusier realizó una propuesta no materializada de eliminación de todo el centro histórico bogotano, a excepción de la catedral, en la década de los 50. Anteriormente, otros autores como Viollet – Le – Duc, habían reconstruido tramas históricas – generalmente sobre trazados y morfologías medievales -, lo que conllevaron a que algunos centros históricos se “congelaran” convirtiéndose en escenarios teatrales más que espacios dinámicos. Estas y otras acciones desarrolladas aceleraron la creación de normativas internacionales para la protección del patrimonio cultural, como la “Carta de Atenas” (1931); la “Carta de Venecia” (1964) o aquellas con una fuerte vinculación hacia los centros históricos como la “Carta de Quito” (1967); la “Carta de Washington” (1987) o la más reciente “Carta de Cracovia” (2000). En la actualidad, el sobrenombre de “histórico” sigue estando vigente al aplicarse a espacios urbanos identitarios, como el centro histórico de Varsovia en Polonia.

No obstante, conviene señalar que muchas de estas recomendaciones han surgido desde el escenario europeo, invisibilizando en ocasiones otras características de espacios urbanos no pertenecientes al continente. En Latinoamérica, por ejemplo, los centros históricos solamente han sido focos de atención por parte de la academia en la última década del siglo XX (Caraballo, 2000a; 110), cuando el concepto se vuelve más multidisciplinar y se señalan otras realidades dinámicas de estos sectores urbanos. En cualquier caso, los centros históricos latinoamericanos conservados suelen responder a los núcleos fundacionales. Así, según Caraballo, se podrían generalizar en cuatro grupos en función de la relación e importancia entre el centro histórico y el crecimiento del resto de la ciudad (2000a; 11).

El centro histórico bogotano de La Candelaria¹, responde al núcleo fundacional de la ciudad de Santa fé de Bogotá, que se fundó dentro de lo que se conoce como

¹ Denominado comúnmente así por la iglesia y convento de padres agustinos recoletos aún existente (Saldarriaga, 2010; 209).

segunda fase de colonización (años 1521 y 1571) junto a otras ciudades colombianas como Santa Marta, Cartagena de Indias, Cali, Popayán y Mompo (Saldarriaga 2010; 209). Como en otras ciudades, se utilizó un plano en damero cuyos límites eran los ríos San Agustín (sur), San Francisco (norte) y las actuales carreras cuarta y décima. En sus inicios, la ciudad contaba con 38 manzanas, siendo su acta fundacional el 27 de abril de 1539². Cinco años más tarde, la ciudad ya contaba con un centro de actividades comerciales conocido como la Plaza de las Yervas. En 1553, el centro de la ciudad se trasladó a la Plaza Mayor (hoy plaza de Bolívar) donde se había establecido la Iglesia (costado oriente), el Cabildo (costado occidente) y la Real Audiencia (costado sur) y donde se realizaban actividades comerciales y actos institucionales. Su carácter se mantuvo incluso más allá de la Independencia, y en la actualidad sigue siendo el centro simbólico de la ciudad. Igualmente, la ciudad sigue conservando cierta impronta religiosa, como herencia de la importancia que adquirió la vida monástica y sus edificaciones, con varias comunidades masculinas y femeninas.

Durante el S. XVII, la ciudad siguió creciendo hacia el norte integrando dos “pueblos de indios” (Teusaquillo de los Indios y lo que hoy se conoce como Barrio de Las Aguas) y a finales del siglo XVIII ya contaba con 150 manzanas, incluyendo el tradicional barrio de Chapinero. Mientras que entre 1800 y 1900, la fisonomía de Bogotá apenas se modificó, en los últimos 150 años, la ciudad ha sufrido varios incidentes que cambiaron parte de su traza urbana; primeramente, se produjo un proceso migratorio a la ciudad de grandes dimensiones que obligó a una estructuración acelerada y no progresiva y segundo, el “Bogotazo” (asesinato de Jorge Eliecer Gaitán) en pleno centro histórico, que supuso la destrucción parcial de parte de los barrios Catedral y Centro Administrativo, obligando a que muchos otros edificios fuera demolidos y se rehicieran en otros estilos (2010; s.p)³.

En la actualidad se conservan alrededor de 13 iglesias y algunas casas coloniales, aunque muchas de estas últimas han sido modificadas en épocas posteriores y conservan un estilo ecléctico. La arquitectura republicana también introdujo edificios en el centro de la ciudad, como el Palacio Liévano (actual Alcaldía de la

ciudad) o el Teatro Colón, entre otros. El estilo contemporáneo ha interrumpido tanto con obras transgresoras como con edificaciones que han sabido adaptarse al ambiente general del espacio urbano, como el Centro Cultural Gabriel García Márquez.

La protección del centro histórico de La Candelaria cuenta con más de 50 años, siendo declarado como Monumento Nacional en el año 1959. En 1980, se consolidó la “Corporación La Candelaria” asociación que, desde el 2004, está integrada dentro del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural de la Alcaldía Mayor de Bogotá (IDPC). El IDPC ha realizado numerosos programas de intervención y restauración del centro histórico como la Casa Fernández, Casa de la Independencia (hoy Museo de la Independencia – Casa Florero), la Casona de La Media Torta o la Plaza de Mercado de las Cruces, entre otros (IDPC, s.f.).

Por otro lado, la Escuela Taller de Bogotá, actualmente Fundación Escuela Taller de Bogotá (FETB), también ha realizado numerosas intervenciones en La Candelaria. Creada en el 2005, primero bajo el apoyo de la cooperación internacional española y luego como ente autónomo, ha realizado restauraciones como la Cada Venado (sede de la Escuela Taller), la Casa Irequi o la Casa Tito.

En la actualidad, y siguiendo el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), el centro histórico de La Candelaria está integrado por los barrios de La Concordia, Las Aguas, Centro Administrativo y Catedral. Además de estos cuatro, se encontrarían los barrios de Santa Bárbara y Belén, si bien estos últimos no entran en la declaratoria patrimonial, y solo constituyen parte de la localidad o Unidad de planeación Zonal (UPZ).

Por otro lado, La Candelaria es el único espacio de la ciudad que se encuentra regulado con tratamiento de especial conservación histórica (Decreto 678 de 1994). En el decreto, entre otros aspectos, se encuentran las líneas generales de ordenación del espacio, citándose entre ellas un mayor aprovechamiento económico del patrimonio cultural del centro histórico. Además, La Candelaria cuenta en la actualidad con otros 133 bienes inmuebles considerados Monumentos Nacionales, además de otros 2000 de diferentes categorías⁴, lo que supone casi el 30% del total de bienes culturales

2 Aunque las crónicas oficiales también señalan como fundación el 6 de agosto de 1538. Según Saldarriaga, la diferencia de ocho meses entre las dos fechas no es significativa históricamente (2010; 210).

3 Según las crónicas y catastros de la época, el atentado afectó a un total de 136 edificios, entre los que se encontraban 5 institucionales, 2 religiosos y numerosos hoteles emblemáticos como el Hotel Atlántico, el Gran Hotel de Bogotá, el Hotel Granada, así como la parte de la Universidad Javeriana.

4 Las categorías que contempla el Decreto 678 de 1994 sobre el centro histórico son: 1) Categoría A: Monumentos Nacionales; 2) Categoría B: Inmuebles de Conservación; 3) Categoría C: Inmuebles reedificables y lotes no edificados y 4) Inmuebles de transición. Existe la posibilidad de que ciertos inmuebles obtengan dos categorías a la vez o que en algún caso no tenga una categoría definida (SC; Sin Categoría).



de índole pública y privada que atesora todo el distrito capital (aproximadamente unos 7000 registrados) (IDPC, s.f. – s.p).

Atendiendo a la investigación realizada, la mayor parte de los edificios de mayor categoría se encuentran en los barrios de Catedral (25,3%), Centro Administrativo (21,1%), Egipto (20,6%) y Las Aguas (18,9%). De igual manera, la mayor parte de las edificaciones inventariadas se encuentran protegidas bajo la clasificación B (65,83%) seguidas de las de tipo C (28,72%).

Sin embargo, además del patrimonio cultural inmueble, existen muchas otras dinámicas actuales en el centro histórico (Saldarriaga, 2010: 215; Tulle y De Urbina, 2010: 5). Entre ellas, la institucional, pues La Candelaria alberga las sedes principales del gobierno administrativo y religioso. A esta, se le suman otras funciones tradicionales de los centros urbanos como entidades financieras, educativas o culturales, entre otras. Pero además, el centro histórico aun conserva tiendas y pequeños comercios tradicionales, de hecho, según Tulle y De Urbina (2010: 10) este espacio urbano se encuentra en fase de tercerización, ya que las actividades comerciales suponen el 37 % de las actividades totales, seguido de la actividad cultural y/o institucional con 22% y la residencial y educativa, ambas con 16% cada una⁵. En su distribución, la actividad comercial tiende a concentrarse en los barrios occidentales (43%), las actividades culturales e institucionales en Centro Administrativo (27%) y la actividad residencial e

instituciones educativas se ubican en los barrios orientales (31% y 27% respectivamente) (2010, 11). Esta importante oferta educativa genera una demanda de servicios básicos para estudiantes que, según las autoras, avanza en detrimento de otros equipos básicos para los residentes, además de que supone, en ocasiones, la modificación de las estructuras internas de los edificios, que muchas veces se realizan sin los permisos requeridos. Es situación es aún más preocupante si atendemos a que se está produciendo una inflación de precios, especialmente en arriendos tanto residenciales como comerciales (2010; 15). Estas dinámicas no solo responden al incremento de estudiantes, sino también a un proceso de gentrificación, es decir, de ocupación de viviendas por clases o estratos más altos, en detrimento de las clases tradicionales del centro histórico.

Este proceso de gentrificación viene siendo avalado por el Indicador de Condición Social (ICS) que observa una disminución de los estratos más bajos – el 1 y el 2 – y el crecimiento de las clases intermedias. De este modo, la población tradicional, vinculada a los estratos bajos ha visto como se degradan sus hogares frente al mejoramiento de las viviendas recuperadas por estratos mayores. Además de este indicador social, en el centro histórico se pueden apreciar otras realidades socioeconómicas, extraídas del estudio “La Promoción de la Candelaria como Distrito Turístico” (Cámara de Comercio, 2007) (Tabla 1)

Tabla 1. Análisis DOFA de La Candelaria

ANÁLISIS INTERNO	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto flujo de personas (alrededor de 500.000 diarias) 2. Presencia de organizaciones estratégicas de gobierno y educativas. 3. Amplia oferta turística, cultural, urbanística y arquitectónica. 4. Alto recuerdo en el imaginario de las personas. 5. Programa Zonas Seguras. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción número de viajes y participación de estratos 5 y 6. 2. Rigidez normativa en la gestión inmobiliaria urbana. 3. Disminución uso del suelo para vivienda. 4. No especialización sector económico. 5. Estructura física en proceso de deterioro. 6. Alto porcentaje de población pobre.
ANÁLISIS EXTERNO	
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementación Transmilenio Carrera 10. 2. POT: Operación estratégica del centro (centralidad centro histórico y centro funcional) 3. La Candelaria puede constituir una marca. 4. Alianza estrategia establecimientoS educativos con los actores de gobierno y turismo. 5. Oferta cultural como atractivo para el desarrollo de actividades económicas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inseguridad, pobreza e indigencia. 2. Existencia de otras zonas más atractivas para inversión y visitantes (Usaquén y Macarena) 3. Dificultad de acceso (inseguridad y congestión vehicular) 4. Riesgo de desplazamiento de la población residente.

Fuente: Elaboración propia a partir de documento “La Promoción de la Candelaria como Distrito Turístico” (Cámara de Comercio, 2007)

⁵ Conviene señalar que existe 9% del centro histórico que corresponde a parqueaderos.

Este breve análisis del origen y funcionalidad del centro histórico de La Candelaria sirve como punto de partida para determinar los elementos claves que configuran los sistemas turísticos en los centros históricos que componen destinos.

2. Elementos y componentes del Turismo cultural en los centros históricos

Según la Organización Mundial del Turismo, este “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994; 43). De este modo, el desplazamiento ha sido la primera variable estudiada para comprender la relación del turismo con la historia, señalando como hechos claves los viajes realizados a partir de motivaciones culturales como las peregrinaciones en la Edad Media.

En la actualidad, el Turismo Moderno se establece como un sistema compuesto por, al menos, cuatro elementos básicos; Oferta, Demanda, Espacio Geográfico y Operadores de Mercado. Esta investigación se centró en conocer los aspectos que componen la Oferta y la Demanda Turístico – Cultural, ya que su estudio conlleva implícitamente el análisis del espacio geográfico y los operadores de mercado⁶.

Sea como fuese, el concepto de turismo es más completo que la simple delimitación de sus componentes. Su carácter evolutivo implica que sea necesaria una revisión continuada de sus límites y alcances. El Turismo Cultural, como una tipología del Turismo implica también una actualización teórica y conceptual. Al igual que con el Patrimonio Cultural, muchos autores sostienen que el concepto ha sido tradicionalmente enfocado solo a la práctica turístico – cultural realizada en Europa (Mallor, Gonzalez – Gallarza y Fayos, 2013; 271). Otros autores, como Greg Richards, aseguran que estos límites ya han sido traspasados y que Turismo Cultural practicado por elites y enfocado a las bellas artes, hoy en día es ampliado con otros perfiles de turistas culturales que buscan más allá de los vestigios del pasado (2001; 17). Las formas culturales contemporáneas, como nuevas creaciones,

también deben incluirse dentro de esta tipología turística, lo que conlleva a replantear los productos y tipologías turístico – culturales. Además, estos nuevos paradigmas superan la elección que solía realizarse en los destinos para discernir cuáles eran los principales atractivos culturales y cuáles eran complementarios. Según Greffe (2002; 12), la amplitud de atractivos culturales genera una personificación de los destinos y sus productos, lo que supone un nuevo horizonte en el marketing turístico de los mismos. Ello conlleva a que parques temáticos, festivales, eventos y la gastronomía supongan nuevas tendencias del Turismo Cultural mundial.

De este modo, el Turismo, además, supone una de las principales actividades económicas del mundo. Colombia se encuentra en una de las regiones con mayor crecimiento anual en llegada de turistas (OMT, 2013). Por ello, el gobierno colombiano realiza diferentes acciones y estrategias para que el Turismo se consolide como tercera exportación del país, según el Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014.

Una de esas estrategias es la que relaciona Patrimonio Nacional con actividad turística, pretendiendo mejorar el posicionamiento y la imagen de Colombia como destino turístico cultural (Ministerio de Cultura, 2011). Según los datos del Centro de Información Turística del Viceministerio de Turismo (CITUR), Cartagena de Indias es la cuarta ciudad más visitada del país, mientras que Bogotá se sitúa como la quinta (con 14% y 10,4% respectivamente) (CITUR, Mayo, 2014) siendo este el dato obtenido más relacionado con la práctica turístico – cultural nacional. A nivel local, solamente las consultas realizadas al Punto de Información Turística (PIT) del centro histórico de La Candelaria aportan datos de importancia a esta tipología turística⁷. Esta falta de otros datos estadísticos es la que determinó analizar tanto la oferta como la demanda turística del centro histórico.

De este modo, en primer lugar, la oferta turística está constituida por la totalidad de productos y servicios para el turista en un destino (OMT, 1998; 51). Siguiendo esta definición, la oferta viene determinada, además, por el gasto turístico que realiza el visitante y que suele ser en actividades de alojamiento,

⁶ El espacio geográfico, como territorio físico donde se realiza el turismo quedó delimitado en el primer apartado en el análisis de la composición morfológica y funcional de La Candelaria. Respecto de los operadores de mercado, estos son aquellos elementos que, sin estar dentro de la Oferta y la Demanda determinan las relaciones de ambas, destacando los aspectos de comercialización turística y la regulación del turismo por medio de organismos públicos y privados, estos últimos analizados durante toda la investigación.

⁷ Para el año 2014, el PIT situado en el Centro Histórico de La Candelaria, recibió 3.280 consultas, de las cuales solo 1.049 responden al perfil de turista (el resto es residente) y de esos datos, 139 son turistas nacionales y 907 internacionales. Atendiendo al resto de información del PIT se puede determinar que el perfil del turista que visita La Candelaria se encuentra en edad comprendida entre los 21 – 45 años (Instituto Distrital de Turismo, 2014).



alimentación, transporte, ocio, compras y otros (1998; 52). Sin embargo, la oferta no solo incluye los “negocios” turísticos, como se tiende a relacionar en muchas ocasiones, sino que existen otros elementos que van a variar en función del tipo de turismo realizado. De hecho, los atractivos, constituyen la principal variable que determina que el turismo realizado en un destino es de carácter cultural.

Si bien la OMT no es concreta a la hora de determinar que atractivos son culturales, el Viceministerio de Turismo de Colombia ha elaborado una metodología para la realización de inventarios turísticos, que clasifican los atractivos en Bienes Culturales⁸ y Bienes Naturales. Además de esta clasificación se debe realizar una valoración de cada atractivo teniendo en cuenta su calidad y significado (Viceministerio de Turismo, 2010, s.f.). Otra clasificación de atractivos genérica es la elaborada por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) y la Organización de Estados Americano (OEA), en el año 1967, que determinó que los atractivos turísticos debían clasificarse en cinco tipos: 1) Sitios Naturales, 2) Museos y manifestaciones artísticas e históricas, 3) Folklore, 4) Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas y 5) Eventos o acontecimientos programados (Jiménez, 1991, 80). Igualmente, el modelo CICATUR – OEA exige que de cada atractivo se valore su reconocimiento, que puede ser desde internacional a local.

Además de estas dos instituciones y sus clasificaciones, autores como Greg Richards señalan otros elementos importantes dentro de los atractivos turísticos culturales, como son las Artesanías, la Historia, la Tradición, el Arte, la Música, la Gastronomía y el Patrimonio (2001, 3). Por otro lado, el autor español Manuel De la Calle, analiza otras características del patrimonio cultural de las ciudades históricas. Para el autor, el análisis de los bienes turísticos de naturaleza cultural debe establecerse también a partir de tres niveles: 1) el temático; 2) el espacial y 3) el temporal. Además de esta funcionalidad, también considera como variables importantes la accesibilidad y adecuación de dicho patrimonio, distribuyéndolos en tres grupos: 1) Patrimonio de funcionalidad turística primaria; 2) Patrimonio de funcionalidad turística secundaria y 3) Patrimonio de funcionalidad turística incidental (2002, 163).

Además de los atractivos turísticos, la oferta turística cultural está compuesta de otros elementos esenciales. Además de la clasificación tradicional, elaborada por la OMT, el modelo diseñado por CICATUR – OEA también incluye una clasificación alternativa para la planta turística, dividiéndola en 1) Alojamiento; 2) Alimentación; 3) Esparcimiento y 4) Otros.

La demanda es el segundo componente del mercado turístico que se integra en el sistema del turismo en los destinos. Esta supone un elemento inseparable de la oferta, pues es necesario conocer quien establece el consumo de los productos que se ofrecen.

Siguiendo a la OMT, la demanda turística está conformada por los visitantes, que comprenden un grupo heterogéneo de complejas motivaciones (1998; 24). Por su parte, las motivaciones turísticas han sido clasificadas por diferentes autores e instituciones con el fin de sistematizarlas, generalmente con el objetivo de segmentar el mercado turístico. De igual modo, y para establecer comparativas adecuadas, la OMT definió, en el año 2008, una serie de indicadores y estadísticas que evalúan el perfil de los turistas en los destinos. Para ello, en primer lugar, se distingue entre turista (aquel visitante que pernocta al menos una noche y no más de un año) y excursionista (aquel visitante que permanece en el destino por menos de 24 horas). En adición, en función de su procedencia y destino final, se procede a hacer una clasificación entre 1) Turismo doméstico (residentes visitando su país); 2) Turismo receptivo (no residentes procedentes de otro país) y 3) Turismo emisor (residentes que se dirigen a otro país)⁹. Otras variables básicas que la OMT recomienda registrar son: sexo, edad, actividad económica, ingresos, lugar de residencia, entre otros (1998, 26). Conviene no olvidar que esta información solamente puede recogerse a través de encuestas u otros procedimientos estadísticos con fines turísticos.

Estos componentes pueden ser complementados con otras variables que la OMT incluyó en su documento “Recomendaciones Internacionales de Encuestas en Turismo” (RIET, 2008), donde se incluye: 1) Motivo Principal del viaje¹⁰ y motivaciones secundarias; 2) Tipos de productos turísticos; 3) Duración del viaje o la visita; 4) Origen y destino; 5) Medios de Transporte y 6) Tipos de alojamiento.

8 En adición, los bienes culturales o patrimonio cultural se hayan clasificado en cuatro: 1) Patrimonio Material; 2) Patrimonio Inmaterial; 3) Festividades y Eventos y 4) Grupos de Especial Interés.

9 Además, estas formas pueden combinarse entre sí mismas, dando lugar a: a) Turismo interior (doméstico y receptivo); b) Turismo nacional (doméstico emisor) y c) Turismo internacional (emisor y receptivo) (OMT, 1998, 24).

10 Según este documento, la motivación cultural podría estar dentro de 1) Motivos personales; 2) Vacaciones, recreo y ocio; 3) Educación y Formación y 4) Religión y peregrinación y 5) Otros motivos OMT, 2008).

Los indicadores de demanda recomendados por la OMT han sido integrados por la mayor parte de países y/o destinos turísticos y, en el caso colombiano, dentro del Sistema de Información Turística CITUR. No obstante, el Viceministerio de Turismo de Colombia no establece perfiles de demanda turístico – cultural, solo promueve y solicita investigaciones de mercado de este tipo dentro de su Política de Turismo Cultural.

Si bien en Colombia el estudio de la demanda es incipiente, no sucede lo mismo con otros destinos, donde los estudios evidencian un perfil turístico – cultural heterogéneo, aunque coinciden en un grado de interés en la cultura variable y un alto nivel educativo y adquisitivo (Mallor; Gonzáles – Gallarza; Fayos, 2003; Richards (2001) o Greffe (2002). Este último autor sugiere tres niveles de turista cultural según su consumo: 1) Turistas culturales especializados; 2) Turistas culturales motivados y 3) Turistas culturales ocasionales, siendo estos últimos mayoría frente a los dos primeros grupos. Otros autores analizan el turismo cultural respecto a la teoría de Maslow, clasificándolo dentro de las motivaciones o necesidades sociales y de autoestima, especialmente en lo que se refiere al enriquecimiento personal, el aprendizaje y el reconocimiento del estatus frente a otros tipos de visitantes.

Según la Asociación Europea para la Educación en Turismo y Ocio (ATLAS), el Turismo Cultural crece en términos absolutos 15% cada año (2001; 7). Sin embargo, en términos relativos y comparativos, el Turismo Cultural no crece en tanta proporción como otras tipologías. En las investigaciones de ATLAS realizadas en América Latina, Australia, África y Europa se concluyó que, la edad del perfil del turista cultural, que generalmente se había señalado como alta (por encima de los 35 años), no era tan representativa y que lo que viene delimitado por la edad es el número de atractivos visitados¹¹. Además, se evidenció que, en general, los turistas siguen entendiendo que el turismo cultural es solo una práctica complementaria a otras tipologías turísticas como las de “sol y playa”.

Para la demanda turística en centros históricos, De la Calle amplía el concepto de tipo de viaje, argumentando que estos viajes turísticos suelen responder a tres tipos de comercialización: 1) Viajes totalmente organizados por el visitante; 2) Viajes con

realización de alguna reservar suelta a través de la agencia de viajes y 3) Viajes con organización completa por la agencia de viajes (2002, 125). Además, la composición y tamaño del grupo que visita el centro histórico suele delimitar también su tipología, para las cuáles, el autor establece otras tres formas: 1) Visitantes individuales; 2) Visitantes colectivos o en grupo de carácter comercial y 3) Visitantes colectivos o en grupos de carácter social. Estos viajes, sostiene De la Calle, suelen ser trabajados en forma de excursiones (de un día a medio día), fines de semanas y estancias cortas asociadas a festivales o circuitos (incluidos cruceros).

Por último, el autor señala que, el turista cultural realiza un ritual más o menos homogéneo de actividades durante su estancia en los centros históricos y que responde, entre otros a: visitas a los principales atractivos del centro, paseo o circuito por los lugares de ambiente histórico, actividades complementarias pero necesarias como la alimentación, y otras actividades complementarias pero no esenciales como la realización de fotografías y compra de *souvenirs* (2002; 146).

3. Sistemas de información turística y cultural

En la actualidad, los sistemas de información turística permiten, según Valles (2003) el “establecimiento de relaciones entre objetos turísticos, de manera que puedan asociarse en la Base de Datos y en la Página Web, aquellas entidades turísticas que también se relacionan con la actividad comercial”. Al respecto, los sistemas de información turística actúan como responsables de la información tanto a turistas como a gestores y actores turísticos. Según el autor, estos sistemas aúnan 1) promoción de atractivos junto a otra oferta turística; 2) toma de decisiones por parte de los actores turísticos y 3) la recolección de estadísticas y datos.

De este modo, los sistemas de información aplicados al turismo son inseparables de las estadísticas turísticas, y los convierten en fuentes de investigación del fenómeno turístico. Según Saralegui y González, existe un aumento creciente de este tipo de sistemas, solicitados por los sectores públicos y privados para el “desarrollo de sus actividades y planes de actuación, información sobre las preferencias, necesidades y comportamiento de la población” (citado por Vallés, 2013; 6).

11 Así, los turistas de entre 20 – 30 años visitan una media de 1 a 2 atractivos, mientras que los turistas de más de 30 años, suelen visitar una media de entre 3 y 6 atractivos (Richards, 2001, 8).



Estos sistemas de información suelen estar concentrados y focalizados en la obtención de información de dos tipos: la oferta turística (atractivos, planta, infraestructuras) y la demanda turística (origen, nacionalidad, motivos, tipo de alojamiento, frecuencia, duración, entre otros). Para la homogenización de resultados en diferentes lugares del mundo, desde el año 1985, la OMT ha hecho esfuerzo en crear metodologías que integrasen en lo macroeconómico los datos turísticos, creando las Cuentas Satélites del Turismo (CST)¹².

Los sistemas de información turística deben satisfacer las necesidades de todos los usuarios que tengan acceso, es decir, instituciones, gobiernos, organismos de investigación, empresas y cualquier otro público en general. Asimismo, los indicadores deben ser pertinentes, precisos, fiables, oportunos, coherentes y comparativos. Si bien en la actualidad, la mayor parte de los destinos tienen sistemas turísticos, la medición completa del turismo requiere gran complejidad (Panosso & Lohmann; 145). Además, el Turismo Cultural implica dificultades aún mayores en su medición debido a la falta de consenso sobre qué comprende la cultura (Mallor, González – Gallarza y Fayos (2013; 269). Según estas autoras, tradicionalmente las técnicas de medida en este ámbito han sido más cuantitativas que cualitativas.

Para analizar estos instrumentos de recolección de información se realizó una investigación de mercado sobre algunos sistemas de información turística y cultural implementados en Colombia y España. De este modo se analizaron los casos del Instituto de Estudios Turísticos de España (IET), el Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), el Observatorio Turístico de Bogotá y el Observatorio Turístico de Málaga (España). En el ámbito cultural se eligió el Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura de España y las series estadísticas de cultura que realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE). Por último, se examinó el Observatorio Turístico de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, como un ejemplo de sistema de información dirigido solo a centros históricos. En cada uno de ellos, se señalaron la historia y evolución del sistema, las series estadísticas e

indicadores y los medios de publicación y acceso¹³.

También se analizó el concepto de capacidad de carga turística aplicada a los centros históricos, al considerar que este concepto era indispensable para entender la práctica turística sostenible en los destinos. Según García (2003; 34) no solo se debe controlar el desarrollo turístico, sino los impactos que se generan en los atractivos culturales, en la calidad de la experiencia del visitante y en la calidad de vida del residente. La complejidad de las relaciones en el turismo y de sus elementos implica no solo instrumentos de medición del turismo sino de análisis de la sostenibilidad de la actividad turística. Al respecto, García sostiene que “los estudios de capacidad de acogida turística, constituyen, por tanto, uno de los que se podrían considerar primeros intentos de hacer operativo el concepto de sostenibilidad en relación con la gestión de la actividad turística en espacios de distinta índole (...) e implica una gestión del turismo en la cual los niveles de actividad y desarrollo turístico se mantienen dentro de unos límites asumidos como aceptables por la colectividad interesada” (43).

El concepto de capacidad de carga tiene sus orígenes en el estudio de los efectos que producía el turismo en los espacios naturales protegidos de Estados Unidos en la década de los 60. No obstante, su utilización plenamente turística no responde hasta los años 90. En el año 1986, O'Reilly definió el concepto como “el número máximo de visitantes que puede contener un determinado destino turístico”. Posteriormente, otros autores han ido enriqueciendo el concepto desde diferentes perspectivas (económica, física, ecológica, social, antropológica, entre otras). Para García, los cuatro factores fundamentales son los físicos, los económicos, los sociales y los políticos, aunque la heterogeneidad de actores que pueden ser incluidos en estos cuatro componentes dificultan su cuantificación (2003; 203). Para ello, la autora divide los componentes en dos clasificaciones: 1) Dimensiones: Ecológica, Física y Económica y 2) Perspectivas: Residentes, Visitantes y Política. La relación entre estos elementos es plasmada a través de modelos teóricos holísticos como el de Glasson (1995) o enfoques parciales centrados solo en un aspecto de los mencionados¹⁴. En cualquier caso,

¹² Aunque las Cuentas Satélites fueron inicialmente trabajadas por Francia desde el año 1983, fue Canadá el que presentó por primera vez un informe preliminar de indicadores, siendo este el utilizado por la OMT ante las Naciones Unidas en el año 1993. En el caso colombiano, la aplicación de la CST se hizo solamente en el año 2000 y 2005, desde entonces, los indicadores han sido integrados o asumidos (aunque no en su totalidad) por el CITUR o Sistema de Información Turística del Viceministerio de Turismo.

¹³ Estos datos no se incluyen dentro del artículo dado la extensión de los mismos, pero pueden ser consultados en el documento final de la investigación realizada.

¹⁴ Al respecto, en la investigación se describen los siguientes: 1) Espectro de Oportunidades Turísticas; 2) Capacidad de Carga Social; 3) Límites Aceptables de cambio y 4) Gestión del impacto de los visitantes.

la dificultad de establecer umbrales dificulta la obtención de información a través del concepto. Además, la aplicación de la capacidad de carga necesita un control, evaluación y seguimiento sistemático para establecer en qué momento se sobrepasan los niveles aceptables. Estos aspectos generan que la capacidad de carga turística solamente se haya aplicado a casos concretos de masificación de centros históricos, como son los casos de Oxford, Brujas o Venecia (García, 2003; 83)¹⁵.

4. Propuesta de sistema de información turístico – cultural en La Candelaria

En el proceso de diseño metodológico del sistema de información turístico – cultural de La Candelaria se establecieron varios niveles o pasos para identificar los elementos esenciales. Al respecto, una de las dificultades encontradas fue la de cruzar conceptos y teorías procedentes de diferentes autores e instituciones y obtener denominadores comunes. Por eso, primeramente se establecieron las variables comunes a nivel teórico – conceptual a través de dos bases de datos, y posteriormente se procedió a estudiar los sistemas y modelos estudiados en el *brenchmarking*.

La primera fase, por tanto, fue la creación de dos bases de datos, para la oferta y la demanda turística de La Candelaria. Para ello, se analizaron las dimensiones teóricas – conceptuales revisadas, lo que permitió, en primer término, ahondar en la diversidad de manifestaciones del sector turístico cultural. En adición, la oferta turística se dividió en dos componentes; los atractivos (de índole turístico – cultural) y el resto de componentes de la planta turística.

De este modo, la elección de componentes dio lugar a los indicadores de Patrimonio¹⁶, Museos, Eventos y Festivales (como parte de los atractivos) y Alojamiento, Gastronomía y Transportes (en el ámbito de la planta turística). Posteriormente se analizaron las fuentes secundarias que podrían incluirse dentro de la base de datos de la oferta para el estudio de estos componentes. Al respecto, se detectó que, los listados de Bienes Culturales realizados por el Ministerio, las listas de inventarios turísticos del Instituto de Cultura y Turismo de Bogotá y las

Bases de Datos establecidas dentro del Sistema de Información Cultural, Recreación y Deporte (Figura 2), eran las fuentes que mayor información aportaban a la confección de la oferta turística en La Candelaria. Sin embargo, no todas estas se actualizan de forma periódica, lo que perjudica notablemente la obtención de datos. Al respecto de los atractivos turísticos, la mayor dificultad se presenció en el análisis de Eventos y Festivales, pues si bien existen bases de datos elaborados por las instituciones locales, estas solo registran los eventos públicos, no especificando los eventos o festivales privados que se están realizando en el centro histórico.

Para la planta turística de la oferta de La Candelaria, se volvió a realizar una revisión de fuentes secundarias que contemplasen los aspectos de Alojamiento, Alimentación y Transporte. Al respecto, los listados realizados a través del Registro Nacional de Turismo (RNT) suponen una fuente de continua actualización que además, desagrega los datos para los establecimientos de alojamiento y hospedaje, para los establecimientos de gastronomía y similares y para las empresas transportistas (entre otros). Esta información se complementó con las bases de datos elaboradas por el Observatorio de Turismo del Instituto Distrital de Turismo de Bogotá¹⁷. Igualmente, dentro de este observatorio se encuentra un directorio de prestadores turísticos que permite obtener la información por UPZ, lo que facilita el conocimiento de aquellos componentes que se encuentran ubicados en La Candelaria¹⁸. Dentro del análisis de estos elementos, se detectó que la gastronomía era el de más difícil obtención por medio de fuentes secundarias, pues en general, los registros y listados se remiten solo a los establecimientos con certificación y no contemplan la pluralidad de restaurantes y similares informales que existen en el centro histórico. Al contrario, el listado de prestadores turísticos del Observatorio del IDT es una fuente secundaria de interés en el ámbito de establecimientos hoteleros, ya que se puede obtener información complementaria como la infraestructura, dotación o tarifas de los establecimientos hoteleros del centro histórico. En adición, a partir de este directorio también se pueden obtener datos de aspectos como las artesanías y las guías de turismo que se ubican en este sector urbano.

15 Por todas estas razones, se decidió excluir la aplicación de este concepto al centro histórico de La Candelaria.

16 Si bien el análisis dio lugar a la elección de Patrimonio Cultural, Historia, Religión, Museos y Eventos y festivales como atractivos, tanto Historia como Religión se incluyeron dentro del concepto genérico de Patrimonio Cultural.

17 Alguna de la información de estas bases está, a su vez, obtenida de los datos que elabora COTELCO.

18 Al respecto, por ejemplo, se evidenció que no existía, actualmente, ninguna empresa de transportes ubicada en el centro histórico.



La demanda turística constituye la otra base de datos del sistema propuesto. Al igual que la oferta, se realizó una primera revisión teórica – conceptual, partiendo de la diferenciación establecida por la OMT entre turista y excursionista, y los tipos y formas de turismo que se pueden dar en los destinos turísticos¹⁹. También se incorporaron los indicadores básicos propuestos a partir del RIET (Recomendaciones Internacionales para Estadísticas en Turismo), que contemplaban aspectos como la edad, sexo, actividad económica, ocupación, residencia habitual, motivo principal del viaje, tipo de producto, duración de la visita, medio de transporte y el tipo de alojamiento utilizado.

Para complementar estos datos y obtener un perfil de turista cultural, se introdujeron los elementos contemplados por autores como Richards y De La Calle²⁰. En este caso, no se contempló al Viceministerio de Turismo pues este no elabora ninguna clasificación sobre tipologías turísticas. De hecho, el análisis de fuentes secundarias disponibles evidenció la escasa información existente en este ámbito turístico.

Al respecto, la mayor parte de los documentos encontrados responden a investigaciones puntuales o bases de datos no actualizables que además se limitan a unos indicadores generales²¹. Al respecto, tanto solo la información del Punto de Información Turística (PIT) situada en el centro histórico bogotano aporta algo al perfil turístico cultural al analizar la edad y nacionalidad de los turistas que realizan consultas.

De entre todas las fuentes consultadas, el Informe de Competitividad de Bogotá para 2015, aportó importante información sobre la imagen que tienen los turistas sobre los atractivos culturales de la ciudad. De este modo, los visitantes sitúan a La Candelaria en el cuarto lugar de “sitios turísticos reconocidos” por detrás de Monserrate, Museo del Oro y Maloka, lo que supone reconocerlo como el primer sector

urbano de la capital. No obstante, el patrimonio cultural y el resto de atractivos turísticos siguen sin ser el motivo principal de visita a la ciudad, aunque toman gran relevancia una vez que el turista se encuentra en Bogotá (2006; 102). Por último, el informe señalaba que el potencial de La Candelaria era claramente cultural, pero que “en cuanto a la oferta de atractivos turísticos, salvo algunas excepciones, los sitios de interés cultural y turístico no son aprovechados en su totalidad” (p.72)”.

Los resultados evidenciados corroboran la necesidad de, cuando menos, analizar y medir el funcionamiento del turismo en el centro histórico. Una vez realizados los componentes resultantes de las fuentes secundarias para la oferta y la demanda turística, se procedió a la construcción de nuevos indicadores, basados en el análisis del *benchmarking* realizado. De este modo, se introdujeron los conceptos de Ocupación Promedio en Alojamiento, Gasto Turístico, Empleo Turístico y Satisfacción Turística. También se complementaron algunos aspectos dentro de Eventos y Festivales, y se incluyó los indicadores de Educación y Artesanías.

Finalmente se realizó una propuesta de sistema con un panel inicial de 53 indicadores, agrupándose en los dos apartados en que se ha trabajado esta investigación; oferta, con un total de 33 (62%) (Tabla 2 y 3), y demanda, con un total de 20 (37%) (Tabla 4).

De ellos, 25 en total proceden de fuentes secundarias (47%) y 28 serían nuevos indicadores creados a partir de la obtención de fuentes primarias (53%). Respecto a esto último, se determinó que la información necesaria para los indicadores nuevos, pertenecientes a la demanda, deberían recolectarse a través de los Puntos de Información Turística, siendo aconsejable el situado en el Centro Histórico de La Candelaria. De este modo, se recomienda una recolección anual para la implementación del sistema que posteriormente podría ser mayor (semestral o cuatrimestral).

19 El turista debe pernoctar en el destino, mientras que el excursionista no debe pasar más de 24 horas en el lugar.

20 De Richards se introdujo una ampliación en la motivación del viaje (turistas especializados, motivados y ocasionales), así como el nivel educativo y poder adquisitivo. y De La Calle introdujo dentro del tipo de producto la diferenciación entre 1) viajes individuales; 2) colectivo – comerciales y 3) colectivo – sociales.

21 El Informe de Competitividad Turística de Bogotá para 2015 (elaborado en el año 2006), realiza un completo análisis de diferentes estudios de mercado realizados sobre la demanda turística en la ciudad, sin embargo sus datos son generales y no desagregables para las UPZ.

Tabla 2. Indicadores seleccionados para la Oferta Turística: Atractivos.

Categoría	VARIABLES DE ESTUDIO	Fuentes	Periodicidad
Patrimonio Cultural	Número de Bienes Culturales.	Listado de Bienes Declarados (Ministerio de Cultura)	Anual
	Dirección de Bienes Culturales.	Listado Bienes (IDPC)	Anual
	Categoría de Bienes Culturales	Listado Bienes (IDPC)	Anual
	Calidad de Bienes Culturales	Inventario de Atractivos Turísticos (IDT)	Anual
	Significado de Bienes Culturales	Inventario de Atractivos Turísticos (IDT)	Anual
Museos	Número de Museos	Base de datos (SISORED)	Anual
	Dirección de Museos	Base de datos (SISORED)	Anual
	Titularidad de Museos	Base de datos (SISORED)	Anual
	Uso principal de los Museos	Base de datos (SISORED)	Anual
Festivales y eventos	Número de Eventos	Base de datos (SISORED)	Anual
		Inventario de Atractivos Turísticos de Bogotá	Anual
	Dirección de Eventos	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
	Fecha de Eventos	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
	Titularidad de Eventos	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
Educación	Numero Universidades o instituciones educativas superiores	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
	Número de programas de intercambio en cada universidad	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
	Número de estudiantes de intercambios	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
	Nacionalidades de los estudiantes de intercambio	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3. Indicadores seleccionados para Oferta Turística: Planta Turística**

Categoría	Variables de estudio	Fuentes	Periodicidad
Alojamiento	Número de establecimientos hoteleros	Registro Nacional de Turismo	Anual
	Tipo de establecimientos	Observatorio de Turismo de Bogotá (IDT) - COTELCO	Anual
	Dirección de establecimientos	Observatorio de Turismo de Bogotá (IDT) - COTELCO	Anual
	Tarifa	Observatorio de Turismo de Bogotá (IDT) - COTELCO	Anual
	Equipamiento	Observatorio de Turismo de Bogotá (IDT) - COTELCO	Anual
	Infraestructura	Observatorio de Turismo de Bogotá (IDT) - COTELCO	Anual
	Ocupación Promedio	No disponible. Indicador Nuevo.	Anual
Gastronomía	Número de establecimientos gastronómicos	Registro Nacional de Turismo	Anual
	Tipo de establecimientos	Directorio de Prestadores Turísticos (IDT)	Anual
	Dirección	Directorio de Prestadores Turísticos (IDT)	Anual
Transporte	Número de empresas de transporte	Registro Nacional de Turismo	Anual
	Tipo de establecimientos	Directorio de Prestadores Turísticos (IDT)	Anual
	Dirección	Directorio de Prestadores Turísticos (IDT)	Anual
Artesanías	Número de establecimientos de artesanías	Directorio de Prestadores Turísticos (IDT)	Anual
	Dirección	Directorio de Prestadores Turísticos (IDT)	Anual
Empleo Turístico	Número de personas empleadas e planta turística	No disponible. Indicador de creación nuevo.	Anual

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Indicadores seleccionados para Demanda Turística.

Categoría	VARIABLES DE ESTUDIO	Fuentes	Periodicidad
Sexo	Sexo	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Edad	Edad	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Nacionalidad	Procedencia Internacionales (País)	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
	Procedencia Internacionales (ciudad)	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
	Procedencia Nacionales (Departamento)	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
	Procedencia Nacionales (Ciudad)	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Ocupación	Ocupación	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Residencia Habitual	Residencia Habitual	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Motivo Principal de Viaje	Motivo Principal ²²	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Motivo Secundario de Viaje	Motivo Secundario	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Actividades realizadas	Actividades realizadas	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Tipo de Producto	Tipo de producto ²³	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual

22 Atendiendo a la clasificación realizada por Greg Richards y que divide la motivación principal en: 1) Turistas especializados; 2) Turistas motivados y 3) Turistas ocasionales.

23 Incluyendo la clasificación establecida por De la Calle en: 1) Viajes individuales; 2) Viajes colectivo – comerciales y 3) Viajes colectivo – sociales.



Categoría	VARIABLES DE ESTUDIO	Fuentes	Periodicidad
Duración de la visita	Duración de la visita	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Medio de Transporte	Medio de transporte	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual
Medio de alojamiento	Medio de alojamiento	No disponible. Indicador de creación nuevo. Consulta PITS	Anual

Fuente: Elaboración propia.

De igual modo, en referencia a la publicación de resultados se estimó que sería pertinente el poder publicitarlos dentro de la Página del Observatorio Turístico de Bogotá, o integrarlo en la iniciativa del “Observatorio Económico de la Candelaria” propuesto por la Cámara de Comercio de la capital. Además, la información debería ser repartida y difundida entre los actores intervinientes dentro del desarrollo turístico del centro histórico y, en cualquier caso, pública y accesible.

Resultados y conclusiones

La propuesta elaborada se diseñó como un sistema de indicadores abierto, donde la oferta y la demanda se presentan como bases de datos actualizables de forma anual. Al respecto, la investigación realizada aportó la generación de nuevo conocimiento sobre los sistemas de medición turística y concretamente, del turismo cultural. Esto supone cuando menos, un nuevo enfoque y una aportación a la epistemología del turismo a través de la investigación científica. Así, se evidenció a través del análisis de los conceptos y teorías que, aspectos como la capacidad de carga no sirven para su utilización en centros históricos como La Candelaria, al no evidenciar una masificación de visitantes dentro del mismo.

Una de las principales conclusiones de la investigación fue la dificultad teórica y operativa que plantea el análisis del Turismo Cultural, al constituir este concepto un estudio amplio, evolutivo y complejo. Esta revisión continuada implica cambios constantes en las formas culturales, en la oferta y en la demanda de esta tipología turística.

En adición, no existe literatura académica ni institucional en Colombia que analice los sistemas turístico – culturales. A nivel

internacional, tampoco se evidencian relaciones entre los sistemas turísticos y los culturales, y en la mayoría de las ocasiones los indicadores mixtos proceden de los listados de bienes culturales catalogados o las estadísticas realizadas por algún museo emblemático del destino. A excepción de García (2003) y su análisis de la capacidad de carga, los conceptos se limitan solo a su definición teórica y no a su aplicación práctica. Esto sucede con el estudio de la Política de Turismo Cultural de Colombia, que ofrece un interesante diagnóstico y estado del arte, pero del que no se aprecia un ulterior desarrollo.

La enorme disparidad de conceptos y teorías conlleva la imposibilidad de reunir todos los indicadores posibles respecto a los componentes del sistema turístico – cultural, pudiendo crear sesgos en la elección de qué atractivos culturales deben ser incluidos en el sistema. Así, por ejemplo, la no inclusión de aspectos como la educación dentro de los atractivos, puede modificar notablemente la visión del Turismo Cultural en La Candelaria. Por ello, es aconsejable una mayor investigación de la oferta de los centros históricos colombianos que pueda hacer más pertinente la selección de indicadores. Esto permitiría además, crear mejores productos turísticos, establecer diseño de flujos de visitantes, entre otras medidas.

No obstante, si el análisis de la oferta conllevó problemas, estos aun fueron mayores respecto a la demanda turística. Primeramente, la delimitación teórico – conceptual del perfil turístico – cultural es tan heterogéneo y diversificado como la oferta. Solamente algunos autores, evidencian elementos de caracterización del turista cultural respecto del turista genérico, y la determinación de estas peculiaridades solo pueden determinarse por medio de fuentes

primarias, lo que determina un incremento en el coste de cualquier sistema de medición.

Al respecto, la obtención de información se aplicó, en primer término, a través de fuentes secundarias, evaluando sistemas turísticos nacionales e internacionales. La investigación arrojó que estos sistemas utilizan indicadores similares entre ellos, lo que permitió introducir nuevos componentes genéricos en la propuesta. Esta se definió con la intencionalidad de establecer regresiones lineales que permitan conocer la evolución del turismo cultural de modo actualizable. Su aplicación, en una siguiente fase, permitiría ir más allá del estado de la cuestión y arrojar datos sobre la realidad turística de La Candelaria, así como corroborar las hipótesis arrojadas en otras investigaciones que evidencian la importancia de la cultura en este sector urbano. Aunque los resultados pueden ser cuestionados por la existencia de más indicadores no incluidos en la propuesta, la elección de las fuentes de información suponen un escenario fiable y accesible. Por tanto, si bien la propuesta puede suponer un modelo imperfecto, debe considerarse, ante todo, un primer intento de aproximación a la importancia de la medición del turismo en los centros históricos del país.

Bibliografía

- Caraballo Perichi, Ciro (2001). "Centros históricos y actores sociales. Sustentabilidad versus imaginarios", en: Fernando Carrión M. (2001: 329-345).
- Caraballo, C. (2000a). Centros históricos y turismo en América Latina. Una polémica de fin de siglo. Pp. 105 – 119.
- CCB. (2007). Promoción de La Candelaria como Distrito Turístico. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Centro de Información Turística de Colombia (s.f.) (página web en línea). Recuperado el 26 de octubre de 2014 de <http://www.citur.gov.co/>
- CITUR (2014). Datos turísticos. Mayo 2014. Bogotá: Viceministerio de Turismo.
- DAPD, (2000). Decreto 678 de 1994. Asigna el tratamiento especial de conservación histórica del Centro Histórico del Distrito Capital. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá, Departamento Administrativo de Planeación Distrital.
- De la Calle, M. (2002). La ciudad histórica como destino turístico. Barcelona: Editorial Ariel.
- García, M. (2003). Turismo y conjuntos monumentales. Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Greffe, X. (2002). Les rapports entre l'offre culturelle et le public touristique: une opportunité pour la culture, le tourisme et l'économie. En: Vidal (Ed.) Cultura i turisme. Cultura y turismo. Actes del Seminari dut a terme a Barcelona el nombre de 1999. Girona: Universitat Girona. Pp. 55 - 74.
- Instituto Distrital de Cultura y Turismo (2006). Plan de Competitividad Turística de Bogotá. Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo.
- Jiménez, L.F. (1991). Teoría Turística: Un enfoque del hecho integral. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Lulle, T.; De Urbina, A. (2010). Las dinámicas socioespeciales de los centros históricos versus las políticas públicas de conservación del patrimonio urbano. El caso de Bogotá". En *Scripta Nova*, Vol. XIV, Núm. 331, pp. 20 – 39.
- Lulle, T; De Urbina, A. (2011). Vivir en el Centro Histórico de Bogotá. Patrimonio construido y actores urbanos: Bogotá: Colciencias y Universidad Externado de Colombia.
- Mallor, E.; González – Gallarza, M.; Fayos, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español, en *Pasos Online*, Vol. 11 Núm. 2, pp. 269 – 284.
- Ministerio de Cultura. (2011). Política de Turismo Cultural. Bogotá: Ministerio de Cultura de Colombia.
- Observatorio Turístico de Bogotá (s.f.) (página web en línea). Recuperado el 26 de octubre de 2014 de <http://www.bogotaturismo.gov.co/observatorio-turistico>
- Organización Mundial del Turismo (1998). Compendio de Estadísticas del Turismo 1988 – 1992. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo (2008). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo (RIET). Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Panosso, A.; Lohmann, G. (2010). Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas. México: Editorial Trillas.
- Richards, G. (2001). Turismo cultural en Europa: Tendencias y retos. Barcelona: Fundación Interarts



Saldarriaga, A. (2010). Centro Histórico Bogotá. En: *Las Escuelas Taller en Colombia. Herramientas de Paz*. Pp. 209 – 219. Bogotá: Editorial Planeta Colombiana.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Urbina-González, A. (2012). El Centro

Histórico de Bogotá “de puertas para adentro” ¿El deterioro del patrimonio al servicio de la gentrificación? *Cuadernos de vivienda y urbanismo*. Vol.5.No 9, enero-junio 2012:46-89.

Valles, D.M. (1999). Las tecnologías de la información y el turismo, en *Estudios Turísticos*, Nro. 142; pp. 3 – 24.