



*Jardín campesino*

*Determinantes de la elección turística:  
un estudio de caso para Risaralda*

## **SÍNTESIS**

El objetivo de este trabajo es hallar los determinantes de la elección turística en Risaralda, partiendo del análisis de la Teoría de Elección Discreta aplicada al turismo. Para tal fin, se seleccionaron como destinos el Zoológico Matecaña, Parque Recreacional Comfamiliar Galicia, Termales de San Vicente y Termales de Santa Rosa. Los resultados obtenidos a partir de la estimación de un modelo logit multinomial, indican que factores como la repetición del destino, la edad, la situación laboral, el estado civil, viajar en compañía de familiares o amigos, el tamaño del grupo con que se viaja, los ingresos, la motivación por el disfrute del paisaje y las diversiones, influyen en la elección de estos destinos.

**DESCRIPTORES:** Elección, turismo, modelo logit multinomial, eje cafetero.

**Clasificación JEL:** I31, I38, C25, D11

## **ABSTRACT**

The objective of this work is to find tourist choice determinants in Risaralda, starting from the analysis of the Discrete Choice Theory applied to tourism. For this purpose, the Matecaña Zoo, the Comfamiliar Galicia Recreation Park, and the San Vicente and Santa Rosa Hot Springs were selected. The results obtained from estimating a multinomial logit model show that as destination repetition, age, employment status, marital status, travel with family or friends, size of the group you travel, income, and the motivation to enjoy the scenery and entertainment offered, influence in the choice of these destinations.

**DESCRIPTORS:** Choice, tourism, multinomial logit model, coffee region

**JEL Classification:** I31, I38, C25, D11

## *Determinantes de la elección turística: un estudio de caso para Risaralda<sup>1</sup>*



Adriana Romero Villanueva\*  
Yohana Salazar Gutiérrez\*\*  
Margalida Murillo Lozano\*\*\*

*Tourist choice determinants: a case study for Risaralda*

*Primera versión recibida: 26 enero de 2012. Versión final aprobada el 19 abril de 2012*

*Para citar este artículo: Romero Villanueva, Adriana, Salazar Gutiérrez, Yohana, Murillo Lozano, Margalida (2012). "Determinantes de la elección turística: un estudio de caso para Risaralda". En: Gestión y Región N.º. 13 (Enero-Junio, 2012); pp. 71-88.*

En economía del turismo, el comportamiento de la demanda es uno de los campos más estudiados; sobresalen trabajos donde se busca identificar los determinantes de la demanda turística, bien sea a partir de análisis de flujos de turistas o del gasto turístico. Otros, por su parte, se centran en la realización de pronósticos de demanda, empleando modelos de predicción (Lim, 2006). También se encuentran trabajos que parten del análisis microeconómico de toma de decisiones para estudiar el proceso de elección del turista, abordando así elecciones, tales como salir o no de viaje, realizar un viaje nacional o internacional, la elección del destino, la duración de la estancia y la determinación del gasto en destino, siendo la elección del destino turístico la decisión más estudiada (De Rus y León, 1997; Nicolau, 2004; Papatheodorou, 2006; Martínez-García y Raya, 2009).

La elección del destino turístico refiere una decisión espacial donde el turista selecciona un lugar como destino dentro de un conjunto de alternativas. Esta selección está determinada por la comparación que realiza el individuo (o turista) de los atributos de las diferentes alternativas de destino, así como por las características socioeconómicas y demográficas del individuo, las cuales modelan sus preferencias. De esta manera, el turista, con el propósito de maximizar su utilidad, elegirá aquella alternativa que le genere mayor nivel de utilidad condicionada (Huybers, 2004; Nicolau, 2004; Martínez-García y Raya, 2009).

---

<sup>1</sup> Este artículo es un resultado de investigación del proyecto de grado para optar al título de Economista de la Universidad Católica de Pereira.

\* Adriana Romero Villanueva, Economista de la Universidad Católica de Pereira. E-mail: adriromero\_11@hotmail.com.

\*\* Yohana Salazar Gutiérrez, Economista de la Universidad Católica de Pereira. E-mail: yohana\_1031@hotmail.com

\*\*\* Margalida Murillo Lozano, Economista de la Universidad Católica de Pereira. Docente e Investigadora de la Universidad Central, Bogotá. E-mail: mmurillo@ucentral.edu.co

Como señala Nicolau (2002), este tipo de análisis permite, por el lado de la oferta, conocer la valoración que los consumidores tienen del producto, observando aquellos aspectos que conducen a su elección, lo que representa información útil tanto para el desarrollo de estrategias de marketing eficiente como para ofrecer un producto diferenciado ante la competencia.

En particular, para la industria turística, los resultados de las investigaciones sobre determinantes de la elección en turismo, aportan elementos de análisis que permiten adecuar las características de la oferta a la demanda de los turistas y reducir el grado de incertidumbre a la que se enfrentan las empresas debido a factores externos (De Rus & León, 1997). En consecuencia, es importante para las instituciones públicas y privadas, el conocimiento de aquellos factores que inciden en las decisiones de elección de los visitantes turistas o excursionistas.

Risaralda proyecta convertirse en uno de los principales destinos turísticos, tanto nacionales como internacionales, con énfasis en ecoturismo, turismo de aventura, termalismo y turismo de salud, para lo cual dispone de un gran número de atractivos naturales y diferentes ventajas competitivas y comparativas (DNP, 2007). Pese a esto, pocos estudios han caracterizado la demanda turística del departamento y no se encuentran investigaciones que indaguen sobre los factores que influyen en la elección de los destinos turísticos de la región. Este hecho motivó la presente investigación, cuyo objetivo es identificar los determinantes de la elección turística en el departamento de Risaralda. Para tal fin, en la primera sección se exponen los fundamentos de la teoría de la elección en turismo; seguidamente, se presenta brevemente la revisión de literatura; y en la tercera parte, se realiza la descripción de los datos, metodología y principales resultados.

### **Teoría de la elección en turismo**

La demanda turística ha sido analizada tradicionalmente a partir de dos enfoques: el primero, trata de hacer un pronóstico de la demanda turística internacional, explicando cambios en los flujos de turismo entre diferentes destinos en un horizonte temporal determinado y en donde se utilizan como variables explicativas: el ingreso de los turistas, los precios de los bienes y servicios, transporte, el tipo de cambio, el gasto y otras variables que son características de cada lugar turístico (Li y Song, 2007). El segundo enfoque, explica los determinantes de la demanda de turismo en uno o varios países en función de las variables anteriormente señaladas (Eital y Jordaan 2008; Habibi y Abdul 2009; Naude y Saayman, 2005; Bonilla y Moreno, 2010; Galvis y Aguilera, 1999).

Sin embargo, autores como Papatheodorou (2006) y Lim (2006) señalan que las especificaciones adoptadas en la mayoría de los estudios empíricos no están en correspondencia directa con el análisis teórico de la elección del turista, lo cual se

explica, en parte, porque no se cuenta con datos suficientes para aplicar metodologías más apropiadas. A pesar de que la elección del modelo a utilizar depende del objetivo de cada trabajo, la mayoría de investigaciones usan modelos de una sola ecuación; donde todas las variables están expresadas en logaritmos, lo que permite realizar interpretaciones sobre la elasticidad de la demanda ante cambios en cada una de las variables independientes; no obstante, este tipo de especificaciones no resulta ser adecuada para abordar el análisis de la elección del turista. Incluso, el usar el marco estándar de los estudios de demanda para el análisis del turismo ha sido objeto de críticas y de algunas modificaciones, con el propósito de representar apropiadamente el tipo de elecciones que lleva a cabo el turista (Nicolau, 2002).

De manera particular, se le ha objetado a la Teoría de Elección Neoclásica (TEN) del consumidor el no abordar aspectos particulares de la elección en turismo; tal es el caso de la separabilidad de preferencias, ya que no tiene en cuenta que el turista debe elegir entre diferentes conjuntos de bienes turísticos y no turísticos al momento de asignar parte de su ingreso al consumo de ellos. Además, se ha indicado que la TEN tampoco es apropiada debido al carácter discreto de la decisión del turista, puesto que asume que él consume todos los bienes al mismo tiempo. Y, por último, se cuestiona la existencia de un consumidor representativo, dado que no tiene en cuenta la heterogeneidad de las preferencias del turista (Papatheodorou, 2006).

Frente a estas particularidades, una alternativa válida para la modelación fue propuesta por Rugg (1973), quien adapta la Teoría de las Características de Lancaster, a la elección en turismo. La formulación original de Lancaster define los productos como entidades físicas que poseen ciertos atributos o características, siendo el consumo de estas características lo que genera utilidad al consumidor. Sin embargo, Rugg (1973) indica que, en el caso del turismo, esta definición resulta poco acertada, pues un viajero no obtiene utilidad de poseer o consumir (en el sentido anterior) los destinos de viaje; ya que este obtiene utilidad al estar en un destino concreto por un período de tiempo, pues su estancia en un sitio particular es lo que le permitirá disfrutar de los atributos o características del destino.

De acuerdo con el marco de análisis propuesto por Rugg (1973), el problema de optimización del turista será:

$$\begin{aligned} & \text{Max. } U(z) && (1) \\ \text{Sujeto a:} & && \\ & z = g(d) && \\ & Y \geq p_d d + p_0 + p_t m && \\ & T \geq d + t_0 + t && \\ & z, d, p_0, p_d, p_t, t_0, t \geq 0 \quad Y, T \geq 0, && \end{aligned}$$

o equivalente:

$$U^*(z) = \text{Max} [U(z)] - [p_d d + p_0 + p_t m - Y] - [d + t_0 + t - T] \quad (1')$$

donde  $U$  es la función de utilidad del consumidor,  $z$  es un vector columna de las características de cada destino,  $d$  son los días o el tiempo de estancia en cada destino,  $p_d$  es el coste diario medio de estancia,  $p_0$  y  $t_0$  representan el precio y el tiempo de viaje entre origen y destino,  $p_t$  y  $t$  costo y tiempo de desplazamiento entre destinos,  $m$  número de tales desplazamientos. Por lo tanto, la primera restricción ( $Y \geq p_d d + p_0 + p_t m$ ) representa la capacidad de gasto del turista, cuyo gasto total está dado por los gastos en destino y los gastos transporte, mientras la segunda ( $T \geq d + t_0 + t$ ) corresponde a la restricción temporal o tiempo disponible del individuo para el consumo turístico, incluido el tiempo de desplazamiento y el tiempo en destino (Rugg, 1973; Papatheodorou, 2001; Martínez-García y Raya, 2009).

Siguiendo a Papatheodorou (2001), cuando se analiza la elección del destino turístico, es de suponer que el turista viaja a un solo destino; sin embargo, el planteamiento anterior supone que se deben considerar todas las características de los destinos al mismo tiempo, por lo tanto, para garantizar la consistencia interna del modelo, se requiere la adopción de marco de análisis de elección discreta, donde el consumidor viaja al destino que está asociado con la máxima utilidad. En otras palabras, la elección entre las diferentes alternativas de destino se realiza de forma excluyente.

En consecuencia, para el análisis empírico se requiere la utilización de modelos de elección discreta, los cuales, como indica De Rus y León (1997), tienen su fundamento teórico en los modelos de utilidad aleatoria; así pues, se trata de estimar la probabilidad de elegir una alternativa determinada, teniendo en cuenta los atributos de todas las alternativas disponibles, además de las características del individuo que modelan sus preferencias (Riera, 2000; Albaladejo y Díaz, 2005; Martín-García y Raya, 2009).

Específicamente, la teoría de la utilidad aleatoria supone que el consumidor/turista tiene perfecta capacidad de discriminación entre las alternativas; sin embargo, el analista tiene información incompleta y, por lo tanto, tiene un conocimiento imperfecto de la función de utilidad del agente decisor, lo cual conlleva a que la incertidumbre deba ser considerada en el análisis de elección. Ben-Akiva y Bierlaire (1999) señalan como fuentes de incertidumbre: la existencia de atributos no observados, características no observadas de los individuos, errores de medida y el uso de variables *proxy* o instrumentales. Así, la utilidad del individuo es modelada como una variable aleatoria; la utilidad está compuesta por un componente determinístico, además de un componente aleatorio que captura la incertidumbre del proceso de elección del individuo:

$$U_{ij} = V_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (2)$$

$V_{ij}$  es el término determinístico de la utilidad y  $\varepsilon_{ij}$  es la parte aleatoria. Siguiendo a Ben-Akiva y Bierlaire (1999),  $V_{ij}$  es simplificado mediante una función valor de los atributos de las alternativas (destinos) y de las características del individuo (turista), ambas resumidas en el vector  $X_{it}$ , así la utilidad aleatoria suele ser expresada como:

$$U_{ij} = \beta_j^t X_i + \varepsilon_{ij} \quad (3)$$

donde  $\beta$  es un vector de parámetros desconocidos (Albaladejo y Díaz, 2004). La alternativa elegida por el individuo será aquella que genere mayor utilidad; por lo tanto, la probabilidad de que la alternativa

$$\begin{aligned} P_{ij} &= P(U_{ij} \geq U_{ik} \forall k \in C) \quad (4) \\ &= P(V_{ij} + \varepsilon_{ij} \geq V_{ik} + \varepsilon_{ik} \forall k \in C) \end{aligned}$$

Como indica Ben-Akiva y Bierlaire, con fines operacionales se introducen supuestos acerca de la parte aleatoria ( $\varepsilon_{ij}$ ) del modelo. En los estudios empíricos sobre elección turística, se ha extendido el uso de modelos *logit multinomiales*, los cuales son adecuados cuando la variable estudiada es una variable discreta con más de dos alternativas posibles. Así, cuando se emplean este tipo de modelos, se supone que los términos aleatorios son independientes e idénticamente distribuidos con una distribución de Gumbel (Albaladejo y Díaz, 2004).

### **Determinantes de la elección en turismo: una revisión de estudios**

Como señalan Nicolau (2002) y Eugenio y Martin (2003), un estudio adecuado de la elección de turismo implica analizar varias decisiones que se toman en el proceso de elección; por ello, la literatura sobre el tema ha avanzado en el análisis de diferentes elecciones que toma el turista, como son la decisión de salir o no de vacaciones, si realiza un viaje nacional o internacional, la elección del destino, el gasto de turismo realizado en el mismo y la duración de la estancia. Teniendo esto en mente, los referentes expuestos a continuación abordan la elección turística desde alguna o varias de estas elecciones.

Rugg (1973) analiza los determinantes del destino elegido para un grupo de países europeos, cuya especificación captura el destino elegido por el turista en función del ingreso, precio de la vivienda por unidad de tiempo en el destino, el costo del transporte entre origen y destino, el tiempo máximo disponible para viajar, familiaridad del viajero con el destino elegido, promedio ponderado de lluvia mensual, horas de sol al día en los destinos, museos nacionales. Los

resultados obtenidos por el autor respaldan fuertemente la hipótesis de que el modelo es una representación válida de la elección de destino del viaje del consumidor.

Riera (2000) estima un modelo de elección discreta de valor extremo generalizado (VEG), utilizado para medir los beneficios que obtienen los turistas de la visita a los espacios naturales protegidos de la Isla de Mallorca, en el cual la utilidad de los turistas está explicada por las características del propio espacio y socioeconómicas del individuo. Se encontró que el coste del viaje y los atributos que caracterizan cada uno de los destinos son determinantes a la hora de decidir cuántos viajes realizar y qué espacios visitar. Los turistas prefieren espacios especializados en actividades de sol y playa, sin instalaciones de bar o restaurante y de aparcamiento y los espacios con alto grado de naturalidad y mucha vegetación.

Albaladejo y Díaz (2004) analizan las características de los turistas que influyen en la elección del tipo de alojamiento dentro de un centro turístico rural en Murcia, empleando un modelo *logit multinomial*, donde la variable dependiente son los diferentes tipos de alojamiento y como variables explicativas, consideraron las características demográficas y socioeconómicas del individuo (edad, sexo, estado civil, nivel de educación, ingresos), características individuales relacionadas con el viaje (gasto per cápita, tamaño del grupo, actividades en destino); así como, gustos y preferencias de una lista de actividades de turismo rural y las razones para visitar la región.

Los resultados que obtienen de las estimaciones muestran que la experiencia en turismo rural, las actividades relacionadas con el área y las actividades gastronómicas no explican la elección de alojamiento rural; sin embargo, el resto de variables son significativas al menos en una de las modalidades de alojamiento, y por lo tanto, influyen en la probabilidad de elección. Además, los autores señalan que a partir de esta investigación se evidencian varios perfiles de turistas, estos pueden ser atraídos por un destino rural en función de los tipos de alojamiento existentes en este destino. Además, los perfiles del turista pueden ser utilizados como base para la política de inversión y de promoción para cada tipo de alojamiento, haciendo uso en cada caso de las variables que indican una mayor probabilidad de influir en la elección de alojamiento turístico.

Nicolau y Más (2004a) identifican los factores determinantes de la elección del destino turístico en España, considerando los atributos del destino y las características personales de los turistas para una muestra de 3.781 individuos encuestados en este país en 1995. La metodología que utilizan es un modelo *logit multinomial* anidado y otro de coeficientes aleatorios para evitar las correlaciones entre los destinos. Como variable dependiente, usan cuatro variables ficticias que representan los conjuntos de destinos dentro del país (costa, interior, pueblo,

ciudad) y las variables explicativas son: superficie del lugar de destino, distancia al destino, los precios del destino, motivación para relajarse, motivación para encontrar sol, mar y arena.

A partir de los resultados obtenidos, los autores concluyen que las largas distancias tiene un impacto negativo en la decisión de salir de viaje y que los precios altos reducen la demanda de destinos. Con respecto al tipo de destino, se observa que hay una dicotomía entre lo urbano y lo rural; puesto que en los destinos ciudad, los precios son un factor disuasorio y en los destinos costeros los precios aumentan la utilidad. La motivación para relajarse sólo influye en la elección de destinos costeros y del interior.

Nicolau y Más (2004b) analizan los factores determinantes en la toma de tres decisiones básicas por parte de los turistas: salir de vacaciones, viajar al extranjero y viajes de vacaciones multi-destino. La metodología utilizada en este estudio comprende estimaciones de modelos *Logit Binomial*. Como variable dependiente se toma cada una de estas decisiones que son de naturaleza discreta; estas se representan a través de variables dicotómicas que tomarían el valor de 1 o de 0. Las variables independientes que explican esas decisiones son: a) las características personales relacionadas con el destino (organización), b) las restricciones personales (los ingresos, tamaño de la familia, los niños), c) características socio-demográficas (edad, sexo, estado civil, educación, situación laboral, tamaño de la ciudad), d) factores psicográficos (el dictamen favorable, el interés en el descubrimiento de nuevos lugares, el interés por ampliar los conocimientos culturales).

Los autores concluyen que la mayor propensión para salir de vacaciones se asocia con altos ingresos, tamaño menor del hogar, una situación laboral activa, ser estudiante y con la residencia en grandes ciudades, debido a la necesidad de escapar de la congestión. La elección de unas vacaciones en el extranjero, por su parte, está asociada con el uso de agentes de viajes, un menor número de hijos, contar con estudios universitarios y también, con el interés en ampliar el conocimiento cultural y descubrir nuevos lugares. Las vacaciones multidestino están explicadas por la utilización de medios para la organización del viaje y el interés en ampliar el conocimiento cultural y descubrir nuevos lugares.

Nicolau (2005) analiza el proceso de elección de vacaciones para una muestra de hogares de Andalucía utilizando un modelo logit de coeficientes aleatorios. Nicolau obtiene como resultado que las variables que influyen sobre la decisión de salir de vacaciones son los ingresos, el tamaño del hogar, la edad, la situación laboral, la condición de ser estudiante, el tamaño de la ciudad de origen y la opinión sobre salir de vacaciones. Los factores determinantes de la selección de destinos extranjeros son el modo de organizar el viaje, el número de niños menores de dieciséis años, el nivel de estudios y el interés del turista por ampliar

su cultura. Las variables explicativas de viajes multidesestino son el modo de organizarlo (sin intermediarios) y el interés del turista por ampliar su cultura.

Por otro lado, Nicolau y Más (2005) estudian la duración de la estancia, medida a partir del número de días que el individuo permanece fuera de su lugar de residencia habitual. Como variables explicativas toman el número de días de que dispone el turista, continuidad en el periodo de vacaciones, ingresos y características sociodemográficas. Los autores emplearon un modelo binomial negativo truncado y obtuvieron como resultado que las restricciones temporales reducen la duración de la estancia, las personas que viven en las grandes ciudades presentan mayor propensión a prolongar la estadía fuera de su lugar de residencia y no existe relación entre los ingresos y la cantidad de vacaciones, pues ellos influyen más en la calidad del producto y no en la cantidad.

Martínez y Raya (2009) estudian los determinantes microeconómicos de la duración de la estancia para un conjunto de turistas españoles que vuelan en compañías aéreas de bajo coste hacia destinos extranjeros; utilizan un modelo econométrico de demanda temporal (log-normal), donde la estancia del turista está explicada por variables socioeconómicas y sociodemográficas, y como modeladoras de preferencias toman el motivo principal del viaje, la forma de organización del mismo y si el turista viaja acompañado o solo; también consideran restricciones temporales y presupuestarias que se recogen en el momento en que se realiza el viaje; y por último, la distancia entre el origen y el destino (coste de tiempo de desplazamiento).

Los resultados del modelo estimado muestran que el turista que viaja por motivo estudio, en los meses de verano, y que se aloja en un apartamento de alquiler o en propiedad, tiene un viaje con una duración esperada de 19 días. Pero un turista que viaja por un motivo distinto al estudio, que se aloja en un hotel y que realiza un viaje en periodo no vacacional, tiene una duración esperada del viaje de 3 días. Por tanto, los autores concluyen que son determinantes de la duración del viaje: el destino, el motivo del viaje, el nivel de estudios del turista, el tipo de alojamiento elegido, el hecho de viajar en temporada vacacional y la zona de residencia.

## **Análisis empírico**

### ***Caracterización de los visitantes de Risaralda***

Para la realización de este trabajo se eligieron cuatro destinos: Termales de San Vicente, Termales de Santa Rosa, Parque recreacional Comfamiliar Galicia y el Zoológico Matecaña, ya que estos son los destinos turísticos más visitados en el departamento, según se indica en el “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Frente a la Competitividad” (Gobernación de Risaralda, 2006).

Como se señaló en la introducción, el departamento de Risaralda no cuenta con estudios que avancen en el análisis de los determinantes de la demanda y de las elecciones de los visitantes (excursionistas) y turistas, y por tanto, tampoco cuenta con bases de datos que recojan información sobre características relacionadas con las preferencias de los turistas al momento de elegir visitar o pasar sus vacaciones en el departamento. Por lo tanto, se realizó una encuesta compuesta por 24 preguntas que indagan sobre las características demográficas y socioeconómicas del turista, además de las individuales, relacionadas con el destino<sup>1</sup>.

Los resultados de la encuesta muestran que la mayor parte de los visitantes son jóvenes entre 20 y 29 años de edad, con mayor concentración en nivel de estudios de secundaria y universitarios. En relación con la actividad laboral, el 44,06% de los visitantes reportan estar empleados o ser trabajadores independientes, el 38,81% de los individuos reciben un ingreso igual o inferior al salario mínimo y el promedio de gasto/día de cada visitante es relativamente bajo: \$48.000.

Por otra parte, 36,49% de los visitantes a estos lugares indicó no haber visitado antes los destinos y que los eligieron motivados principalmente por la curiosidad (33,68%) o por recomendación de algún familiar (20%). Ahora bien, los visitantes que reportaron ser pensionados (11,89%) visitan estos lugares por motivos de descanso y manifiestan preferencia por destinos como los termales, mientras que los visitantes que reportan ser empleados (44,06%) o trabajadores independientes (23,43%), eligen destinos como Comfamiliar y el Zoológico.

La mayoría de los visitantes que vienen de municipios de Risaralda y quienes vienen de otras ciudades, organizan su viaje por cuenta propia (68,88%); principalmente los empleados, mientras que los pensionados viajan a través de agencias de viajes o utilizan algún tipo de organización (70,58% de total de pensionados).

El 82,17% de los visitantes viajan con su familia, la cual tiene un tamaño promedio de 4 personas, pero en general ellos no pernotan; solo el 26,22% lo hace, y la mayoría son provenientes de Cali y Manizales.

Las personas que visitan estos cuatro destinos de Risaralda vienen de lugares que están ubicados a corta distancia; ya que el 57% provienen de lugares de menos de 150km, distancia equivalente a desplazamientos desde municipios como Tuluá o Buga. El 40% de los visitantes se desplazan en transporte público y el 30% usan transporte particular.

---

<sup>1</sup> La muestra se eligió a partir de un muestreo no probabilístico por cuotas o prorrateo y se extrajo de los turistas que visitan los lugares elegidos del departamento; se realizó una prueba piloto que permitió ajustar las preguntas para mayor claridad. En total se llevaron a cabo 286 encuestas, en el tercer fin de semana del mes de octubre de 2011.

### **Definición de variables y modelo**

Para hallar los determinantes de la elección de turismo en Risaralda se emplea el modelo de elección discreta *logit multinomial*, que considera variables relacionadas con las características del destino y de los visitantes, tal como lo hacen los estudios sintetizados en la revisión de literatura presentada.

Así, como variable dependiente se utilizan *dummies* asociadas a los cuatro sitios turísticos encuestados para este estudio. Como variables explicativas se incluyen la distancia en km desde el lugar de origen hasta cada destino y variables dicótomas que transmiten información sobre la repetición del destino, motivación de la visita y también características demográficas y socioeconómicas del individuo, como la edad, sexo, estado civil, estudios, situación laboral, ingreso, niños (si viajan con menores de 16 años) y tamaño del grupo<sup>2</sup>.

El modelo *Logit multinomial* que se estima en este trabajo permite identificar los determinantes de la elección del turista al momento de optar por visitar Termales de San Vicente, Termales de Santa Rosa, Zoológico o Comfamiliar; a su vez, este modelo permite calcular los efectos marginales de la elección entre destinos turísticos. Para ello, como se señaló anteriormente, se entiende que sus preferencias están influenciadas por una serie de características personales (demográficas y socio-económicas), algunas relacionadas con el viaje y los atributos del lugar (superficie), además de otras características de las alternativas (distancia).

Para la medición se tomó como destino de referencia o base, el Zoológico Matecaña. En los ejercicios realizados se excluyeron aquellas variables que no fueron significativas, obteniendo así seis estimaciones que se compararon entre sí para evaluar la consistencia del modelo en términos de significancia de las variables en cada destino, y finalmente, empleando el criterio de información Akaike se eligió el modelo que mejor explicara la variable dependiente y que incluyera mayor número de variables explicativas relacionadas teóricamente con la elección en turismo.

### **Análisis de resultados**

Con base en los resultados de la estimación del modelo (Tabla 1), se destacan aquellas variables que son estadísticamente significativas, y que por lo tanto, son determinantes para la elección de los destinos recreativos o turísticos de Risaralda, como son: la distancia del lugar de origen al destino, que incide

---

2 Además de la distancia, en este trabajo se consideró la superficie como uno de los atributos del destino determinantes para su elección; sin embargo, esta variable fue excluida, puesto que el modelo estimado no lograba convergencia cuando se incluía en la estimación.

negativamente sobre la elección; sin embargo, es importante destacar que su efecto es marginal dada la magnitud del parámetro asociado. La variable repetición del destino también es significativa y su signo indica que haber visitado antes el lugar reduce la probabilidad de elección, lo cual sugiere que quienes visitan estos lugares están motivados por factores como la curiosidad, el interés por conocer lugares nuevos o por recomendación de amigos y/o familiares. Por otra parte, organizar el viaje afecta positivamente la elección en todos los destinos, lo cual sugiere la posibilidad de incentivar mayor flujo de visitantes a través de la venta de paquetes turísticos u otro tipo de viajes organizados.

Todas las demás variables son significativas, como la edad (ser mayor de 60 años), estar ocupado (empleado o independiente), contar con transporte privado, la motivación por conocer lugares nuevos, disfrutar del paisaje o diversiones, viajar con acompañantes (amigos y/o familiares), el tamaño del grupo y el ingreso; por lo tanto, influyen en la probabilidad de elección de un destino ubicado en Risaralda (Tabla 1). Por el contrario, ser mayor de 30 años, viajar solo y el nivel de estudios, son factores que no influyen en la probabilidad de elección de cualquiera de los tres destinos.

Interesa destacar que contar con transporte privado y mayores ingresos afecta positivamente la probabilidad de elección del destino, particularmente cuando este es más alejado, como es el caso de los Termales de San Vicente. Asimismo, viajar con amigos u otros acompañantes aumenta la probabilidad de que se elija visitar cualquiera de los termales ubicados en el departamento; sin embargo, en la medida en que el tamaño del grupo aumenta se reduce su probabilidad de elegir estos destinos, debido a los mayores gastos implicados en los viajes con varias personas.

Para finalizar y a manera de ejemplo de la utilidad de estos resultados, se encontró para el caso de los termales, destinos que ofrecen servicios de salud, descanso y bienestar, como son las aguas termales, caminatas ecológicas, agua mineral natural, turcos naturales, sauna, lodo terapia, baño *piling*, servicios cuyo coste puede ser considerado por algunos turistas como elevado; la preferencia de los visitantes por estos lugares está determinada por la edad (mayores de 60 años), ingresos altos, transporte privado, viajar en compañía de familiares y/o amigos en un viaje organizado bien sea a través de agencias u otro grupo; sin embargo, el número de hijos reduce la probabilidad de elección de este tipo de sitios.

Por su parte, para el caso de Comfamiliar y/o el Zoológico, destinos que ofrecen actividades de tipo recreativo; entre ellas: piscinas, granja, cabañas, escenarios deportivos, visitas guiadas que permiten disfrutar del mundo animal y que además ofrecen tarifas más económicas; la elección del visitante y/o el turista está determinada por la ocupación, es decir, ser trabajador empleado o independiente, el estado civil (casado o en unión libre) y la motivación por conocer lugares nuevos y por el disfrute del paisaje y la diversiones.

Tabla 1. Estimación de parámetros

CODIGO VARIABLE	VARIABLE	MODALIDAD	Zoológico	Termales 1	Comfamiliar	Termales 2
dis_origen	Distancia		0	0.00009719 (0.000)	-0.0040263* (0.002)	-0.0047899** (0.000)
repeticion	Repetición (No repite)		0	-1.1136986* (0.489)	-0.92276106* (0.438)	-0.99894401* (0.439)
organizacion2	Organización (No organiza)		0	2.3222311*** (0.605)	1.7754727*** (0.505)	2.6289118*** (0.504)
estancia	Estancia		0	-0.24698057 (0.179)	-0.31082111* (0.140)	0.005915 (0.111)
age2	Edad (d 30 años)	Mayores de 30	0	-0.1541052 (0.563)	0.84696667 (0.517)	0.36618312 (0.539)
age3		Mayores de 60	0	-0.02773063 (1.330)	0.46174002 (1.033)	1.6125598* (0.781)
sexo2	Sexo (Hombres)		0	-0.87259578 (0.548)	0.31796568 (0.400)	-0.43258997 (0.459)
ocupado2	Ocupación (No trabaja)		0	0.26493598 (0.568)	1.1946922** (0.450)	-0.3566169 (0.474)
transp1	Transporte (Transp. Público)		0	1.1601338* (0.563)	0.81743274* (0.416)	0.22945094 (0.521)
casado_ulb1	Estado Civil (No casado)	Casado o en unión libre	0	0.22898999 (0.558)	0.97807893* (0.472)	1.6692099** (0.615)
lug_new	Conocer lugares nuevos		0	-0.59695547 (1.095)	-1.7136664** (0.655)	0.65083602 (0.897)
ambiente	Motivo del Viaje	Paisaje/Diversión	0	0.36020564 (1.088)	-1.6074197* (0.665)	1.390614 (0.900)
grupo2	Acompañantes de viaje	Viaja con familiares	0	0.40080452 (1.136)	-1.4502541 (1.410)	-0.14572235 (1.027)
grupo3		Viaja con amigos u otros	0	2.3045614* (1.167)	0.06683394 (1.466)	2.3525412* (1.066)
tan_grupo	Tamaño del Grupo		0	-0.35219078** (0.109)	0.01160508 (0.068)	-0.33927053** (0.110)
ingreso	Ingreso (menor a 1 SMLV)		0	0.48137665* (0.213)	0.17711011 (0.166)	0.27737902 (0.182)
sch1	Nivel de estudios	Primaria o secundaria	0	0.09585348 (0.466)	0.49541632 (0.411)	-0.19192399 (0.479)
hijos	Hijos			-0.21427552 (0.240)	0.06852762 (0.129)	-0.36907207* (0.168)
	Constante		0	-1.8323305 (1.530)	-0.50643187 (1.603)	-2.141486 (1.343)

1 Entre paréntesis se indica la categoría de referencia de cada variable.  
 2 El Zoológico Matecaña es el destino de referencia para la interpretación del modelo.  
 \* Significancia de 10%, \*\* Significancia de 5%, \*\*\* Significancia de 1%.  
 N= 286, Criterio de Akaike= 630.059

## Conclusiones

Dar cumplimiento al propósito del trabajo permitió identificar aspectos teóricos importantes sobre la elección de turista, al ser una elección discreta se debe analizar con base en las Teorías de elección discreta y metodológicamente se debe hacer uso de los Modelos *Logit Multinomiales* ya que son los más utilizados en la literatura empírica sobre elección, los que mejor explican la elección del turista y permiten capturar el hecho de que el turista tenga que elegir entre un conjunto de elecciones formadas por diferentes alternativas.

Con el propósito de recolectar información de las características de los visitantes, se realizó una encuesta en el Zoológico Matecaña, Comfamiliar Galicia,

Termales de Santa Rosa y Termales de San Vicente; a partir de esta información, se elaboró una caracterización del turista promedio de Risaralda, que cuenta con el siguiente perfil: es joven, con una edad promedio menor a 30 años, su nivel educativo es secundaria y aunque se encuentre empleado, sus ingresos son bajos (un salario mínimo o menos) por lo cual solo destina para turismo un promedio de \$48.000 por persona/día. De lo anterior se deriva el hecho de que el turista organice su viaje por cuenta propia, pues le resulta más económico que organizarlo por medio de intermediarios (agencia de viajes). Por el contrario, otra parte de la población, específicamente turistas que reportan estar pensionados, motivados por la búsqueda de descanso en lugares tranquilos, se ven beneficiados al viajar en grupos organizados y hacer uso de intermediarios.

De otro lado, los resultados de la encuesta indican que el departamento de Risaralda cuenta con turismo de corta distancia, ya que más de la mitad de los visitantes provienen de lugares con una distancia no mayor a 150km, lo que corresponde a ciudades como Ibagué, Buga o Tuluá; lo anterior sumado al hecho de que el turista tenga ingresos bajos y sea empleado (lo que reduce el tiempo disponible para descansar), lleva a que el turista promedio viaje motivado por curiosidad y no por el deseo de descanso, lo cual incide en que la estadía promedio en el destino sea inferior a un día.

La estimación del modelo *logit multinomial* permitió identificar que los factores determinantes en la elección de turismo son: la distancia del lugar de origen del turista al destino, la edad, la situación laboral (independiente o empleado) asociada a un mayor presupuesto disponible, el estado civil, la compañía de familiares y amigos, el tamaño del grupo, debido a la restricción monetaria que implica viajar con varias personas, lo cual impide realizar un mayor gasto, los mayores ingresos que aumentan la probabilidad de visitar los destinos más alejados, haber viajado al destino antes, la organización del viaje por cuenta propia, sin intermediarios, que se vincula con el uso de vehículo propio y de transporte público, los paisajes/diversión en el sentido de que son un motivo importante para la elección del destino.

Finalmente, se evidencia que el análisis del comportamiento del turista y de sus determinantes es de utilidad para las organizaciones turísticas, pues permite desarrollar mejor sus estrategias de mercadeo y para los actores públicos locales, quienes deben crear políticas encaminadas a potencializar la actividad turística en la región. En este sentido, esta investigación permitió identificar diferentes aspectos que se pueden considerar como dimensiones claves para la toma de decisiones que permitan potenciar el desarrollo del sector: 1) tanto desde el sector público como desde el privado se debe trabajar en la promoción de los Termales como destinos turísticos de fácil acceso y con diversidad en paisajes, ya que el no conocimiento previo de los destinos lleva a que los turistas opten por visitar otros lugares que ya conocen; 2) las agencias de viajes deben organizar sus

estrategias de marketing y los paquetes turísticos que ofrecen enfocados a un turista que vienen de otra ciudad, que viaja acompañado de su familia y que tiene ingresos bajos; esto debido a que la organización del viaje sólo está influyendo en una minoría como lo son los pensionados, mientras que la mayoría de turistas deciden organizar su viaje por cuenta propia, sin el uso de intermediarios; 3) los destinos turísticos deben potenciar sus atracciones enfocados ahora en el turista que los visita, es decir, el Parque Recreacional Comfamiliar Galicia y el Zoológico Matecaña son destinos que reciben visitantes que no tienen las facilidades de pernoctar, por lo cual deben ofrecer actividades que el turista pueda disfrutar en un solo día y que satisfagan su curiosidad; mientras que los Termales reciben turistas que llegan motivados por la búsqueda de descanso y que tienen más posibilidades en cuanto a tiempo e ingresos para pernoctar.

## Referencias

- Albaladejo, I. & Díaz, M. (2004). Rural tourism demand by type of accommodation. *Tourism Management*, 26, 951–959.
- Andrade, R. (2007) Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil: Aspectos teóricos y comprobaciones. *Estudios y Perspectivas del Turismo*, 13, 143-159.
- Baimai, C. & Daniel, J. (2009). Market potential estimation for tourism in emerging markets. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 515-524.
- Ben-Akiva, M. & Bierlaire, M. (1999). Discrete choice methods and their applications to short- term travel decisions. En: R. Hall (ed.), *Handbook of Transportation Science*, International Series in Operations Research and Management Science, Vol. 23. United States of America.
- Bonilla, J. y Moreno, M. (2010). Determinantes de la demanda de turismo en Colombia 2004-2007. *Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Economía*, 48-60.
- Carrasquilla, V. (2006). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Frente a la competitividad para el departamento de Risaralda*. Pereira: Gobernación de Risaralda.
- Departamento Nacional de Planeación (2005). *Agenda Interna para la Competitividad y la Productividad*. Bogotá: Autor.
- Departamento Nacional de Planeación (2007). *Agenda Interna para la Competitividad y la Productividad: documento regional, Risaralda*. Bogotá: Autor.
- Eital, J. & Jordaan, A. (2008). Estimation of tourism potential in Namibia. En: [www.imf.org](http://www.imf.org). (see Eita and Jordaan, 2007).

- Eugenio-Martin, J. (2003). Modelling determinants of tourism demand as a 5-stage process. En: *A discrete choice methodological approach*. Departamento de Análisis Económico Aplicado Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Spain.
- Galvis, L. y Aguilera, M. (1999). Determinantes de la demanda por turismo hacia Cartagena, 1987-1988. En: *Publicación por el Banco de la República*. Cartagena. Banco de la República.
- Guizzard, A. & Mazzocch, M. (2009). Tourism demand for Italy and the business cycle, *Magazine Tourism Management*, 31, 367-377.
- Huybers, T. (2004). Destination choice modelling: to label or not to label? *Discussion paper series 4, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute*, 5-30.
- Habibi, F., Abdul, K. & Ramchandran, S. (2009). Dynamic Model for International Tourism Demand for Malaysia: Panel Data Evidence. *International Research Journal of Finance and Economics*, 10, 205-220.
- LI, G. & Song, H. (2007). Tourism demand modelling and forecasting—A review of recent research. *Magazine Tourism Management*, 29, 203–220.
- Lim, C. (2006). A survey of tourism demand modelling practice: issues and implications. En: L. Dwyer & P. Forsyth, *International Handbook on the Economics of Tourism*. (Pp.45-76) Great Britain: MPG Books Ltd.
- Martínez, E. y Raya, J. (2009). Determinantes de la demanda temporal de turismo: una aproximación microeconómica con un modelo de duración. *Investigaciones Económicas*, 33, 271-302.
- Moreno, P. (2007). La Segmentación de la demanda de turismo. Aplicación a la provincia de Sevilla. *Universidad de Sevilla*. España.
- Nicolau, J. L. (2002). Elección en turismo: aplicación probabilística al turista español. Tesis doctoral, *Universidad de Alicante*. España.
- Nicolau, J. L., & Más, F. (2004a). Analysing three basic decisions of tourists: Going away, going abroad and going on tour. *Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Universidad de Alicante*. España.
- Nicolau, J. L., & Más, F. (2004b). *Stochastic choice analysis of tourism destinations*. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Universidad de Alicante. España.
- Nicolau, J.L. y Más, F. (2005). Elección de la duración del viaje vacacional una aproximación con modelos de recuento, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(2), 99-116.
- Nicolau, J.L. (2005). Modelización de un proceso de elección secuencial en cuatro etapas del consumidor turista. *Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Universidad de Alicante*. España.
- Naude, W. & Saayman, A. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis. *MPRA 16479(27)*, 3-55.
- Papatheodorou, A. (2006). Microfoundations of tourist choice. En: L. Dwyer, & P. Forsyth, *International Handbook on the Economics of Tourism*. (Pp.73-88) Great Britain: MPG Books Ltd.

- Riera, A. (2000). Modelos de elección discreta y costes del viaje. Los espacios naturales protegidos en Mallorca. *Revista de economía aplicada*, 24(III), 181-201.
- Rugg, D. (1973). The choice of journey destination: a theoretical and empirical analysis. *The Review of Economics and Statistics*, 55(1973), 64-72.
- Wooldridge, J. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. Massachusetts: Thomson Paraninfo.
- Wooldridge, J. (2006). *Introducción a la econometría: Un enfoque modern (2 Ed.)*. Madrid: Thomson Paraninfo.