

Facultad de Economía
Universidad Santo Tomás

Trabajo de grado para Optar por el Título de Economista

**Tu edad sí importa: Factores sociodemográficos que inciden en la elección de viajar por
turismo doméstico en Colombia**

Autores

Andrés Felipe Góngora Ortiz

Andrés Felipe Osorio Gil

Director

Giovanni Andrés Camacho Murillo, PhD

2020

Agradecimientos

A nuestro tutor el doctor Giovanni Andrés Camacho Murillo, por dedicarnos el tiempo y orientarnos en este proceso de aprendizaje, en el cual mediante sus conocimientos y experiencia nos llevó a la culminación exitosa de este trabajo.

A nuestros padres por apoyarnos y creer en nosotros a lo largo de la carrera universitaria y la vida.

A la universidad Santo Tomas por habernos brindado los espacios pertinentes para nuestro desarrollo personal e intelectual.

Tabla de Contenido

Resumen	4
Abstract	4
1. Introducción	5
2. Marco conceptual y teórico de la demanda por turismo doméstico	8
2.1 Marco conceptual	8
2.2 Marco teórico	8
3. El turismo como actividad económica y generador de valor	10
4. Revisión literaria	10
5. Análisis descriptivo del turismo interno en Colombia	15
6. Metodología	18
6.1. Modelos econométricos	19
6.1.1 El modelo de probabilidad lineal	19
6.1.2 Los modelos logit y probit	20
6.2 La encuesta de gasto interno en turismo - EGIT	21
6.3 Modelo de probabilidad de viajar por turismo interno colombia	22
7. Resultados	23
8. Conclusiones y discusión	27
9. Bibliografía	30

Resumen

El presente documento tiene como objetivo determinar y analizar las características sociodemográficas que incentivan el turismo doméstico en Colombia, otorgando especial énfasis en la variable edad. Para conseguir este fin se llevó a cabo una descripción de la teoría de la demanda turística junto con un análisis cualitativo del comportamiento de la industria turística, finalizando con un análisis empírico del turismo doméstico en Colombia para el año 2019. Con esto se identificó que existen diferencias al momento de viajar por turismo interno entre grupos generacionales y otras características demográficas.

Palabras Clave: Turismo Doméstico, Edad, Generaciones, Sociodemográficas

Abstract

This document aims to determine and analyze the sociodemographic characteristics that encourage domestic tourism in Colombia, giving special emphasis on the variable age. To achieve this goal, a description of the theory of tourism demand was carried out along with a qualitative analysis of the behavior of the tourism industry, finishing with an empirical analysis of the characteristics of domestic tourism for the year 2019. With this, it was possible to identify that there are differences when traveling by internal tourism by generational groups and other demographics characteristics.

Key Words: Domestic Tourism, Age, Generations, Sociodemographic

1. Introducción

El turismo es considerado, a nivel mundial, como una de las industrias con mayor crecimiento en los últimos años. Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), sólo en el 2018, el sector turismo generó una contribución al PIB global de 10,4% y creó aproximadamente 319 millones de nuevos empleos (WTTC, 2019). La división del gasto se vio altamente inclinada al turismo de ocio (78,5% del total del gasto turístico); seguido por el turismo de negocios (21.5% del total de este gasto); y, a su vez, el turismo doméstico representó el 71,2% del total de gasto mundial en turismo para el año 2018 (WTTC, 2019).

Asimismo, el sector turístico se ha consolidado como uno de los mayores generadores de empleo y prosperidad en los países debido a su alta generación de valor agregado y contribución en la reducción de la pobreza (Camacho, 2019); y a los altos niveles de encadenamientos verticales con distintas industrias de las economías (Altimira & Muñoz, 2007).

Por su parte, en Colombia (WTTC, 2018) la contribución del sector turismo fue del 2,1% del Producto Interno Bruto (PIB) y la contribución a la generación de empleo fue de 541.500 nuevas plazas. Según datos del Banco de la República, el turismo participa con el 70% del total de los servicios, los cuales representan el 16.3% (US\$6.820 millones) de las exportaciones totales que, ascendieron a US\$41.831 millones hasta el tercer trimestre del 2018.

Por otra parte, el turismo en la cuenta de viajes y transporte para el año 2017 representó US\$5.800 millones de dólares, presentando un incremento del 3,9% con respecto al año 2016. Para los primeros tres trimestres del 2018 esta cifra alcanzó US\$4.778 millones, lo que significa un 82% de avance respecto al valor total del 2017 y un 11.4% del total de las exportaciones colombianas (VÁSQUEZ, 2018). En cuanto al gasto por turismo doméstico, el país generó aproximadamente COP 24,965bn, siendo esto el 2.8% del PIB en el año 2017.

Respecto a las cifras anteriores, se evidencia que el sector turismo tiene una presencia notable en el crecimiento de las economías, generando así la necesidad de conocer los determinantes de la demanda por turismo doméstico, que influyen en el gasto del mismo. Estos determinantes han sido definidos en varios estudios socioeconómicos relacionados al sector de la actividad turística, tales como: La Estancia Media de los Turistas en las Islas Baleares: Determinantes Microeconómicos e Implicaciones sobre la Evolución del Gasto Agregado (2002); Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil: Aspectos Teóricos y comprobaciones (2003); Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana en Colombia (2005); El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: El caso de la Costa del Sol (2007) y Consumer behavior in tourism: a study with senior tourists (2004). Siendo el común denominador de estos estudios la edad como un factor sociodemográfico; aspecto a analizar en esta investigación.

La importancia de la edad como una variable determinante para la decisión de viajar por turismo doméstico en Colombia, se centra en la caracterización de los grupos generacionales (agrupados por edades), y de esta manera conocer la probabilidad de viajar de una persona según su edad.

En este trabajo de investigación se analizaron los determinantes sociodemográficos y económicos que llevan a las personas a tomar la decisión de viajar por turismo doméstico en Colombia, para así obtener una imagen de las tendencias turísticas de los residentes del país y generar políticas que ayuden a dinamizar este sector. En particular se quiere responder las siguientes preguntas de investigación ¿Como la edad de las personas incide en la decisión de viajar al interior del país?, ¿existen diferencias en la probabilidad de viajar por turismo

doméstico entre grupos generacionales?, y ¿Cuáles son las fuentes de heterogeneidad alrededor de la edad de los turistas domésticos que explican la probabilidad de viajar al interior del país?

Para dar respuesta a estas preguntas, este trabajo se divide en ocho secciones, siendo la primera de estas la presente introducción. La segunda refiere a los marcos conceptual y teórico de la demanda por turismo doméstico. La tercera presenta una revisión de como la industria turística ha tomado importancia en el crecimiento económico de los países. La cuarta sección realiza una revisión de antecedentes literarios acerca de los determinantes del sector del turismo, dando especial énfasis a la edad de los turistas domésticos. La quinta da un contexto del comportamiento del turismo interno en Colombia. La sexta parte describe la metodología y variables utilizadas en la investigación. La séptima sección presenta los resultados empíricos dados por los métodos estadísticos planteados. Por su parte la última sección, la octava, concluye y genera una discusión acerca de las tendencias generacionales de los turistas domésticos colombianos.

2. Marco conceptual y teórico de la Demanda por Turismo Doméstico

Al realizar un análisis de los incentivos al viajar por turismo doméstico; hay que tener en cuenta la teoría económica que establece el comportamiento de los turistas o consumidores de este sector de la economía. Por esta razón en este capítulo se presentarán los marcos de referencia que analizan la teoría de la demanda y, en especial, la teoría de la demanda en el turismo.

2.1 Marco conceptual

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al Turismo como la actividad de los visitantes, quienes son las personas que viajan a un destino principal diferente al de su entorno habitual¹, por una duración menor a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea el de emplearse en una entidad residente en el país o en el lugar visitado (Naciones Unidas, 2010). Existe turismo receptor, el cual incluye las actividades de turistas internacionales al interior de un país visitado, turismo nacional; el cual cubre las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de los viajes turísticos internos y emisores; y finalmente el turismo interno (o doméstico), el cual incluye las actividades realizadas por los residentes de una nación al interior de su país (Sancho, y otros, 1998).

2.2 Marco teórico

Para este análisis se tuvo en cuenta la teoría del consumidor o de la demanda, la cual establece que el consumidor es un individuo cuyo principal objetivo es el de maximizar su utilidad o satisfacer sus necesidades mediante la obtención de bienes o servicios (Mankiw, 2002). La demanda de bienes o servicios es la cantidad que un consumidor está dispuesto a

¹ Se define como la zona geográfica, en la que un apersona realiza sus actividades cotidianas habituales.

adquirir según diferentes niveles de precios, estando la demanda en función de los precios y otros factores relevantes como el ingreso del consumidor, el precio de otros bienes, sus gustos, sus factores sociodemográficos, sus expectativas, entre otros.

Algo que destaca a la demanda de turismo es el hecho de que puede ser determinada por distintos factores, sean estos económicos, geográficos, psicológicos o políticos. La demanda del turismo se define como el número total de personas que viajan o desean viajar, y usan tanto las instalaciones como los servicios turísticos en lugares distintos a su lugar de residencia o trabajo (Cooper, Fletcher, Gilbert, Fyall, & Wanhill, 2005).

Por el lado económico, según Cooper (2005), se pueden identificar dos tipos de curva de demanda por turismo. La primera es la curva directa de demanda, en la cual la demanda de un producto turístico puede ser atribuida a la relación entre dos variables: el precio y la cantidad. La segunda es la curva inversa de demanda que, establece la cantidad demandada de un producto turístico de acuerdo a la fluctuación del precio.

Según Quesada (2000) la actividad turística se puede dividir de varias maneras dependiendo de las características que se quieran resaltar, esta clasificación se ha denominado como las formas y tipos de turismo, las cuales conjuntamente definen el perfil turístico de los viajes y de quienes los emprenden. Dentro de estas características se encuentran: el ámbito geográfico, organización, duración del viaje, edad, transporte, nivel de ingresos, y otras formas (individual, familiar y grupos). La edad dentro de esta definición de turismo es de gran importancia ya que determina ciertas características de los turistas como: sus gustos, preferencias, hábitos de consumo, ocupación; y otras que ayudan a conocer mejor a los individuos y ofrecer mejores servicios y actividades turísticas.

3. El Turismo como Actividad Económica y generador de valor

Para comenzar con el análisis de los factores incidentes en el turismo, primero se realizara un recuento breve del porqué el turismo ha tomado tanta importancia en el desarrollo actual de las economías y cómo algunos países han evolucionado en esta industria.

Según el WTTC (2017), para el año 2016 la contribución directa del turismo alcanzó los \$2,3 billones de dólares a nivel mundial, siendo esta contribución mayor que la contribución del sector automotor, manufacturero y del sector químico; también el sector de turismo es tan grande como el 60% del sector de construcción; para el año 2016, el turismo generó el 10,2% del PIB mundial (WTTC, 2017). La importancia del turismo recae en su habilidad de generar empleo, contribuir en el crecimiento de la seguridad interna de los países, el preservar la cultura, ayudar a la exportación de servicios y a generar políticas ambientales.

La industria del turismo se ha caracterizado por involucrar una gran variedad de sectores económicos, gracias a esto al crecer la industria turística otros sectores de la economía se ven muy favorecidos. Por esta razón, el turismo se ha convertido en la industria predilecta para la generación de renta, la creación de empleo, el aumento del ingreso público y fomentar la actividad empresarial. Así la importancia que toma el turismo dentro de la economía de un país se da por su alta generación de valor agregado; los gastos de los turistas no se limita al pago del alquiler de un hotel, sino también se compone del consumo de una variedad de productos y servicios tales como: transporte, alimentos, y ocio (Parra & Calero, 2006).

4. Revisión Literaria

Dado el gran potencial de la industria turística, los países han generado un desarrollo considerable hacia este sector debido a los beneficios mencionados en líneas anteriores, tomando

como referencia los países en vía de desarrollo, los cuales han migrado de modelos y economías que dependen de la explotación de recursos naturales.

Para este caso es ilustrativo la revisión de la literatura acerca de los determinantes del turismo interno, colocando especial énfasis en la edad de los turistas domésticos. Estas investigaciones se dividirán en dos, donde primero se analizarán los estudios internacionales y, luego los estudios realizados y enfocados en Colombia; tomando para ambos la variable edad como eje de análisis para el presente documento.

Para el caso internacional, primero se tratará el tema del turismo desde la óptica de las Islas Baleares (España) presentado por Martín y Garcías (2002). En este artículo investigativo, el objetivo es presentar la evolución de la estancia media de los turistas, por medio de un modelo de elección discreta, el cual intenta explicar la decisión de tomar vacaciones que tengan una duración inferior o superior a una semana, en función de diferentes variables explicativas; incluyendo la edad. Los resultados de este modelaje mostraron que la edad de las personas afecta el tiempo de estadía, de tal forma que aquellas en la edad más joven (inferior a 30 años) son las que presentan una menor probabilidad de estancia superior a la de una semana. Contrariamente, las personas mayores a 60 años presentan una probabilidad más alta de estancia superior a una semana. La investigación concluye que la probabilidad de realizar una estancia de mayor duración difiere según las características de cada turista, aunque hay cierta heterogeneidad en el comportamiento de algunos segmentos de turistas.

Dentro de esta categoría de estudios internacionales también se encuentra la investigación centrada en Vietnam. Bui y Jolliff (2011), donde se examinan los motivos del viaje de los turistas nacionales, incluyendo los perfiles de los viajeros nacionales vietnamitas, destacando sus

características demográficas, patrones de viaje y motivaciones. Se trabaja mediante métodos cuantitativos basados en un cuestionario realizado a 244 viajeros nacionales, elaborado en octubre del 2007.

Los resultados de esta investigación evidencian que aquellos residentes nacionales vietnamitas que más viajan al interior del país asiático son las mujeres, siendo estas el 58,7% de los sujetos encuestados. Cabe también destacar que, las personas que más viajan al interior del país son las que se encuentran entre los rangos de edad de entre 20 y 29 años (48,7% de las personas encuestadas), seguido por aquellos que se encuentran en el rango de edad de entre 40 y 49 años (20,4% del total encuestado). El artículo concluye que hay una importancia en el ingreso disponible de los viajeros, la necesidad de viajes familiares, y el hecho de tener un sistema de turismo que promocióne el viaje dentro del país para el ocio y el descanso.

El siguiente caso a analizar para el estudio de la edad como variable fundamental en el turismo interno ocurre en Costa del Sol, España (NIELSEN, 2007). En este estudio se hace mayor énfasis en el turismo de personas de la llamada tercera edad. Para esto se presenta un análisis de las visitas turísticas realizadas por personas mayores a los 65 años, para así generar una imagen de la importancia de estas al panorama turístico de la región litoral del sur de la provincia de Málaga, España (conocida como Costa del Sol). Este estudio se realizó por medio de una exploración estadística de la encuesta del observatorio turístico de la Costa del Sol en el año 2006. El estudio concluye que, en el largo plazo los flujos de turistas estarán caracterizados por un aumento del envejecimiento demográfico, llevando a que el perfil del consumidor se vea reflejado en las características presentadas por un turista de la tercera edad, entre ellas: Estancias de más larga duración; un presupuesto total medio del viaje algo inferior al del resto; menor uso de la organización particular del viaje, con mayor contratación de paquete turístico organizado;

mayor uso del autobús; mayor uso de algún tipo de alojamiento hotelero que el resto, sobre todo, en hoteles de tres estrellas; mayor fidelidad (más visitas previas); viajes en pareja; tener una propiedad es un motivo más señalado que por el resto; y menor variedad de actividades realizadas.

En el último caso europeo se analiza una investigación realizada en Dinamarca, donde se realiza una caracterización de la población danesa para explorar la relación entre las variables sociodemográficas y la motivación de los viajeros (Jensen, 2011). En el estudio, se utilizó un cuestionario virtual que fue respondido por 256 personas y se usó un factor de análisis para estos datos, en donde se evidencia una diferencia de elección por motivación de viaje dependiendo del grupo de edad. El grupo de 18 a 24 años y el grupo de 25 a 34 le dieron más importancia al prestigio que a sus contrapartes mayores, mientras que el grupo de 55 a 64 años le dio menor importancia a la motivación de relaciones sociales con familiares y amigos, pero a su vez valoran más el motivo de viaje por apreciación de recursos naturales.

Para culminar la revisión literaria internacional se presenta el caso brasilero por Acevedo y Nohora (2004), quienes investigan las similitudes y diferencias en el comportamiento de viaje entre los consumidores adultos y jóvenes para entender la relación entre edad y los patrones de comportamiento de viaje, esta investigación utilizó los datos obtenidos de entrevistas y cuestionarios hechos a 273 personas, separados en dos grupos: el primero, de 25 a 54 años de edad, y el segundo, de 55 en adelante. La información recolectada fue examinada utilizando análisis de estadísticas descriptivas. Los resultados de esto mostraron que entre los dos grupos de edad tratados se presentan diferencias en sus estilos de vida y a su vez comportamientos de viajes, tales como las actividades realizadas durante el viaje.

Para el caso colombiano se tomaron como referencia dos estudios, el primero de ellos centrado en el turismo de la ciudad de Bogotá. En esta investigación realizada en el Instituto Distrital de Turismo (IDT), se buscó cuantificar y caracterizar los flujos de viajeros nacionales e internacionales que visitaron la ciudad de Bogotá durante el año 2017 y se logró identificar el origen de los turistas nacional e internacional, sus motivaciones de viaje, sus tipos de pernoctaciones y características de los turistas, incluyendo sexo, edad, nivel educativo y otros atributos observables. Los resultados establecen que durante el año 2017, el 33% de los turistas pertenece al rango de edad de entre los 31 a 46 años, seguidos por el rango de entre los 18 y 30 años de edad con un 20,2% de la población, y aquellos mayores de 60 años representaron el 7,9% del total de turistas nacionales. Esta investigación concluye que durante el 2017, el sector del turismo de la ciudad presentó un comportamiento positivo, reflejando una respuesta positiva a los programas de promoción para aumentar la demanda turística, y que más del 50% de los turistas que visitan la ciudad son hombres que se encuentran entre los 31 y 45 años de edad (Instituto Distrital de Turismo, 2018).

El estudio de Cerda y Leguizamón (2005), basado en la información y datos de la Encuesta de Turismo a Hogares realizada por el DANE en el año 2003, analiza la demanda turística nacional. El estudio realizó primero una descripción de las variables económicas y sociales que pudieran dar explicación a este hecho, y luego para sus análisis econométricos utilizó la metodología de precios hedónicos² para poder valorar la demanda de los sitios turísticos de destino. Se resalta que dentro de la estimación econométrica la variable edad presenta un alto nivel de significancia; mostrando que la edad de una persona influye altamente en la toma de decisión de viajar o no viajar. De esta investigación se concluyó que para la

² Metodología que parte de la idea que el conjunto de características componentes de un bien heterogéneo tiene un reflejo en su precio de mercado.

elección del viaje, el perfil del turista como jefe de hogar, su poder adquisitivo por encontrarse empleado y el rol de la estructura familiar tienen un alto grado de significancia. También con base en los consumos y pagos que realizan los colombianos con motivo de sus desplazamientos se estructuró una "canasta" de servicios turísticos. (alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, recreación, compra de souvenirs, cultura y otros).

5. Análisis descriptivo del Turismo Interno en Colombia

En este capítulo se dará un contexto del comportamiento del turismo interno en Colombia, esto gracias a los reportes dados por el Consejo Mundial de Viaje y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), la Cuenta Satélite de Turismo (CST) y la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT). Estas dos últimas fuentes son elaboradas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). De esta forma se tendrá una idea clara de los aspectos y características del sector al interior del país mostrando la importancia de éste, con el cual se realizará en siguientes capítulos un análisis de los determinantes del turismo en el país.

En los estudios realizados para el año 2017 por la CST del DANE, el turismo interno en el país presentó un gasto de 12,8 billones de pesos, el cual está asociado principalmente con el consumo de alimentos y bebidas (presentando este un gasto de 3,4 billones de pesos), seguidos por el gasto de alojamiento para visitantes (2,6 billones) y el servicio de transporte aéreo de pasajeros (1,6 billones) (DANE, 2019).

Según lo indicado por el DANE (2019) para el año 2018 en su Boletín Técnico Cuenta Satélite de Turismo, los viajes de turismo interno crecieron en un 3,9% pasando el número de viajes de 41 millones en el 2017 a 42 millones.

De acuerdo con las cifras dadas en la CST, para el primer trimestre del año 2019 para el total de población de 24 ciudades y áreas metropolitanas, el 12,4% realizaron turismo en el interior del país.

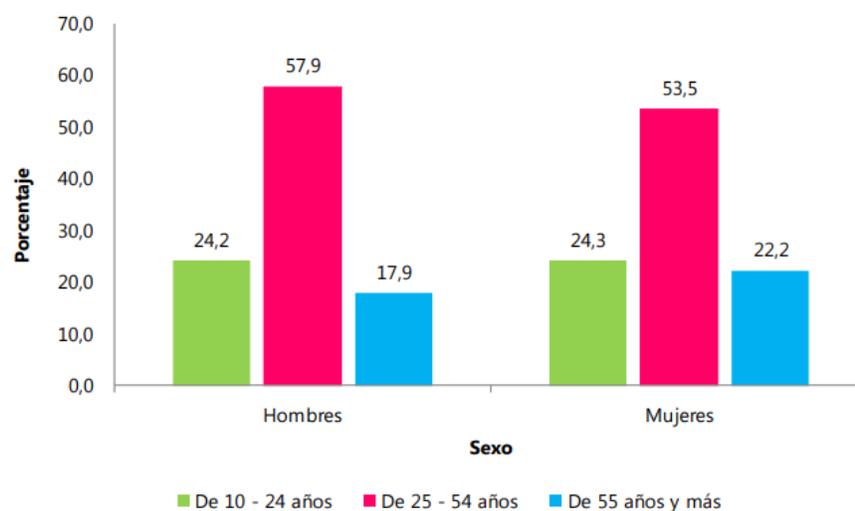
Cuadro 1. Población que realizaron viajes dentro del país y porcentaje de personas que realizaron viajes dentro del país

Turismo interno	Total	Hombres	Mujeres
Población total	21.325	10.156	11.169
Población total que realizó turismo interno	2.644	1.264	1.381
Porcentaje de personas que realizaron turismo interno (%)	12,4	12,4	12,4

Fuente: Encuesta de gasto Interno en Turismo (EGIT).

El gráfico 1 muestra que, según el sexo y la edad de las personas que reportaron realizar turismo en el interior del país, el 57,9% de los hombres estaban entre los 25 y 54 años de edad y el 53,5% de las mujeres estaban también entre los 25 y 54 años.

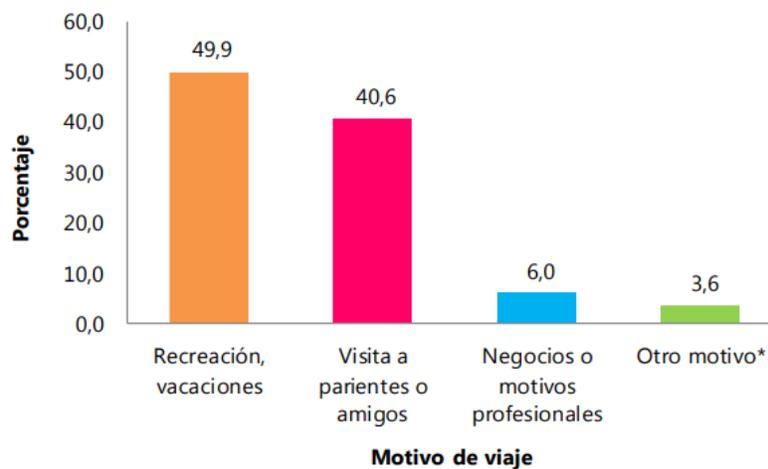
Gráfico 1. Distribución porcentual de la población que realizó turismo interno según sexo y rangos de edad.



Fuente: Encuesta de gasto Interno en Turismo (EGIT).

Los motivos de viaje más reportados por las personas que realizaron turismo interno fueron: “Recreación y ocio” con un 49,9% seguido por “Visita a parientes o amigos” con el 40,6%. Esto se muestra en el gráfico 2

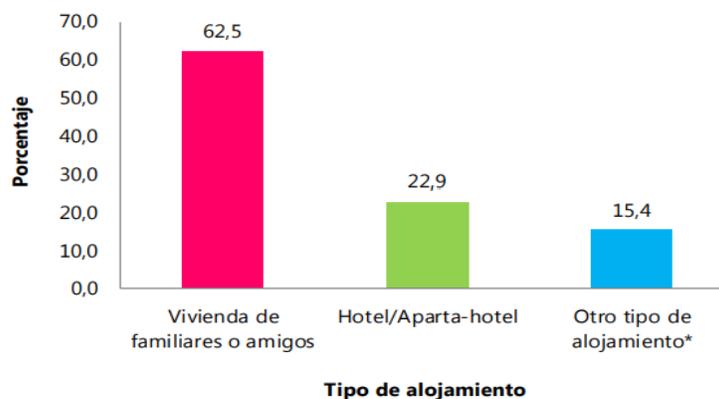
Gráfico 2. Distribución porcentual de la población que realizó turismo interno según motivo de viaje.



Fuente: Encuesta de gasto Interno en Turismo (EGIT).

El gráfico 3 muestra el tipo de alojamiento más usado en el turismo interno fue el de vivienda de familiares o amigos con un 62,5%.

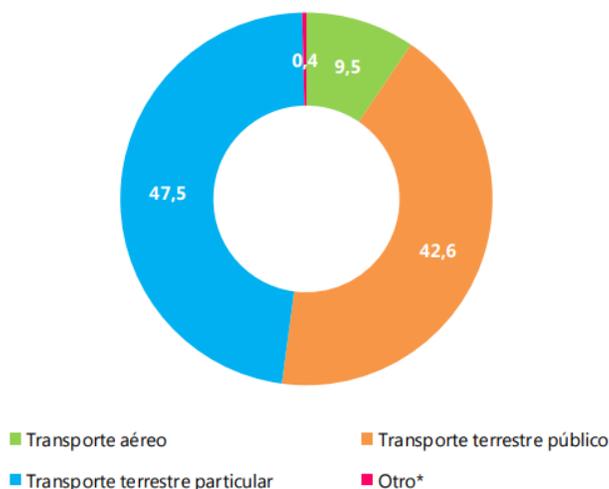
Gráfico 3. Población que realizó turismo interno según tipo de alojamiento



Fuente: Encuesta de gasto Interno en Turismo (EGIT).

El mayor tipo de transporte utilizado al momento de realizar turismo interno fue el terrestre con vehículo particular (47,5%) seguido por el transporte terrestre público (42,6%) según muestra el gráfico 4.

Gráfico 4. Distribución porcentual del total de la población que realizó turismo interno según tipo principal de transporte.



Fuente: Encuesta de gasto Interno en Turismo (EGIT).

*Nota: *La categoría otro incluye transporte acuático y otros.*

El gasto promedio de los turistas internos fue de COL\$72.517, siendo su mayor rubro de gasto destinado al consumo de alimentos y bebidas (DANE, 2019).

6. Metodología

Para contestar las preguntas de investigación planteadas en la introducción de este trabajo, se realizará un análisis econométrico utilizando los modelos binomiales de elección discreta (modelo de probabilidad lineal, modelo Logit y modelo Probit). Se tomarán datos de la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT) realizada por el DANE para el primer trimestre del año 2019.

6.1. Modelos econométricos

En este trabajo utilizaremos los modelos binomiales de elección discreta los cuales nos ayudarán a establecer la relación existente entre la probabilidad de viajar por turismo doméstico y las características sociodemográficas de los turistas. En concreto se tomarán los modelos de probabilidad lineal, el modelo logit y el modelo probit basados en Stock & Watson (2011) y Wooldridge (2010).

6.1.1 El modelo de probabilidad lineal

El modelo toma como base el modelo de regresión lineal:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + u$$

Donde Y es la variable endógena; X_1 y X_2 son las variables exógenas; β_0 , β_1 y β_2 son los parámetros desconocidos de interés y u es un error aleatorio.

La variable Y o la variable dependiente toma dos valores: cero o uno.

$$E(X) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + u$$

$$P(X) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + u$$

De esta forma el valor esperado de Y se convierte en una probabilidad de ocurrencia de un evento condicionado a los cambios de las variables explicativas X.

$$P(X) = E(X) = \text{Pro. de } Y = 1 \text{ dado } X$$

Dado que Y solo puede tomar dos valores, los β_i miden la variación de la probabilidad de éxito al variar X permaneciendo los demás factores constantes.

$$\Delta P(X) = \beta_0 + \beta_1 \Delta X_1 + \beta_2 \Delta X_2 + u$$

El modelo de probabilidad lineal es útil y simple, pero al modelar la probabilidad de la variable dependiente por medio de una función lineal se presenta dos inconvenientes, siendo el primero que las probabilidades resultantes pueden ser menores que cero o mayores que uno y el segundo que el efecto parcial de cualquier variable explicativa será constante.

Para solucionar estas limitaciones se usan los modelos de respuesta binaria no lineales.

6.1.2 Los Modelos Logit y Probit

Estos modelos permiten obtener estimaciones de la probabilidad de un suceso. La modelización Logit es similar a la regresión tradicional salvo que utiliza como función de estimación la función logística en vez de la lineal.

$$P(X) = G(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2) = G(\beta_0 + X\beta)$$

$$X\beta = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Donde $G(z)$ es la función logística en la cual se asumen valores estrictamente entre uno y cero, permitiendo así que la probabilidad estimada se distribuya entre cero y uno.

$$G(z) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2)}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2)}}$$

Así $F(z)$ será la función de distribución acumulada:

$$F(z) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2)}}$$

En el modelo Probit $G(z)$ se convierte en la función de distribución acumulada normal estándar.

$$G(z) = \Phi(z) = \int_{-\infty}^z \phi(v) dv$$

Donde $\phi(z)$ es la densidad normal estándar.

$$\phi(z) = \frac{e^{-z^2/2}}{\sqrt{2\pi}}$$

Esta función $G(z)$ en el modelo Probit asegura nuevamente que z esté estrictamente entre cero y uno.

6.2 La Encuesta de Gasto Interno en Turismo - EGIT

Esta Encuesta es realizada por el DANE, y tiene como principal objetivo el recolectar y proporcionar información que describa el gasto de las personas que se movilizan al interior del país por motivos de ocio, negocios u otros motivos en un periodo inferior un año (DIMPE³, 2019). La EGIT se centra en variables sociodemográficas tales como: sexo, edad, parentesco, nivel educativo, fuerza de trabajo, y en variables relacionadas la turismo como: el gasto relacionados con turismo y excursionismo, motivo del último viaje, lugar de alojamiento, transporte utilizado, entre otras.

Esta encuesta se realizó en trece principales ciudades del país (Medellín, Barranquilla, Bogotá, Cartagena Manizales, Montera, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira, Bucaramanga, Ibagué y Cali); el marco teórico utilizado por el DANE para la EGIT es aquel emanado por la ONU y la OMT, el cual define los conceptos como: El gasto turístico, caracterización del viaje por motivo y lugar de alojamiento, entre otras.

La Población objetivo de la encuesta corresponde a la población civil no institucional residente en las ciudades o áreas metropolitanas de trece principales ciudades del país.(DIMPE, 2013)

³ Dirección de Metodología y Producción Estadística

La Encuesta de Gasto Interno en Turismo clasifica sus principales variables de investigación en ocho distintos capítulos:

1. Tenencia de segunda vivienda de uso recreativo: número de vivienda del hogar y los gastos relacionados con estas.
2. Registro de personas: identificación del residente habitual.
3. Características generales: edad, sexo, parentesco con el jefe del hogar y estado civil.
4. Educación: alfabetismo, asistencia escolar, nivel educativo alcanzado y último año aprobado o que esté cursando y títulos o diplomas obtenidos.
5. Módulo de gasto en turismo para personas entre 10 y más años: viajes fuera del entorno habitual y gastos del viaje.
6. Fuerza de trabajo: ocupados y desocupados
7. Turismo: viajeros dentro y/o fuera del país, viáticos, paquete turístico, gasto per - cápita día, promedio pernoctación y principal medio transporte.
8. Excursionismo: viajeros dentro y/o fuera del país, gasto per – cápita y principal medio transporte.

6.3 Modelo de Probabilidad de Viajar por Turismo Interno Colombia

Para este análisis econométrico se elaboró un modelo de elección discreta en el cual se determina la probabilidad de viajar por turismo interno en Colombia (*turismo*), a partir de las características sociodemográficas de los individuos como lo son: El sexo del individuo analizado específicamente si existen diferencias significativas al momento de tomar la decisión de viajar entre mujeres y hombres (*female*); el estado civil del turista, donde se tomó como grupo de control a las personas viudas y se analizaron las casadas (*casado*) y las personas separadas/solteras (*separado*); el nivel educativo, tomando como grupo de control a las personas

con nivel bachiller o sin título y se analizaron las que tienen posgrado (*posgrado*) y pregrado/técnico (*pregradotecn*). También se incluyó ingreso mensual (*ingreso*) de la persona que viaja y la región natural en la cual habita la persona que viaja, tomando como grupo de control la región caribe y analizando las regiones (*andina*, *pacífica* y *orinoco/amazonas*).

En el modelo de probabilidad, la edad está discriminada por generaciones, siendo estas, la generación Z la cual se encuentra entre los 10 y 19 años (*genZ*), generación Y la cual va de 20 a 39 años (*genY*), generación X la cual va de los 40 a 54 años (*genX*) y las generaciones Baby Boomer y Silenciosa la cual para este modelo está delimitada entre los 55 a los 95 años (*genBOM*) (McCrindle, 2012). Dada esta caracterización y al ser la edad la variable principal de análisis para esta investigación, se tomaron las generación Baby Boomer y Silenciosa (*genBOM*) como grupo de control para el análisis. Este modelo está representado por la ecuación (1)

$$\begin{aligned} \text{turismo} = & \beta_0 + \beta_1 \text{genZ} + \beta_2 \text{genY} + \beta_3 \text{genX} + \beta_4 \text{female} + \beta_5 \text{posgrado} + \\ & + \beta_6 \text{pregradotecn} + \beta_7 \text{casados} + \beta_8 \text{separado} + \beta_9 \text{ingreso} + \beta_{10} \text{andina} + \\ & \beta_{11} \text{pacífica} + \beta_{12} \text{orinocoamazonas} + u \quad (1) \end{aligned}$$

7. Resultados

Con base a los problemas que presenta el modelo de probabilidad lineal (MPL) expuestos en el capítulo 6, se tomará como referencia para analizar los resultados del modelo de probabilidad de viaje por turismo interno en Colombia, el modelo respuesta binaria no lineal Logit.

El cuadro 2 muestra los resultados de las estimaciones de los modelos MPL, Logit y Probit para la probabilidad de viajar por turismo interno en Colombia.

Cuadro 2. Estimaciones MPL, Logit y Probit - Probabilidad de Viajar por Turismo Interno Colombia – 2019

Variable dependiente: turismo				
Variables independientes	Columna 1	Columna 2		Columna 3
	MPL	Logit	Odd Ratio	Probit
<i>genZ</i>	0,0231** (0,0085)	0,2716** (0,0989)	1,3121** (0,1298)	0,1431** (0,0507)
<i>genY</i>	0,0141** (0,0058)	0,1348** (0,0651)	1,1443** (0,0745)	0,0758** (0,0339)
<i>genX</i>	-0,0018 (0,0064)	-0,0418 (0,0727)	0,9591 (0,0697)	-0,0172 (0,0378)
<i>Female</i>	-0,0007 (0,0039)	-0,0119 (0,0442)	0,9881 (0,0437)	-0,0042 (0,0229)
<i>Posgrado</i>	0,1125*** (0,0094)	0,9626*** (0,0835)	2,6185*** (0,2187)	0,5133*** (0,0466)
<i>Pregratecn</i>	0,0399*** (0,0043)	0,5033*** (0,0487)	1,6542*** (0,0805)	0,2540*** (0,0249)
<i>Casados</i>	-0,0268** (0,014)	-0,3002** (0,148)	0,7407** (0,1096)	-0,1674** (0,0779)
<i>Separado</i>	-0,0238** (0,0142)	-0,2701** (0,1502)	0,7633** (0,1146)	-0,1526** (0,0790)
<i>Ingreso</i>	1,90e-08*** (0,0000)	1,37e-07*** (0,0000)	1*** (9,49E-09)	7,91e-08*** (0,0000)
<i>Andina</i>	0,0517*** (0,0044)	0,6292*** (0,0535)	1,8761*** (0,1004)	0,3219*** (0,0269)
<i>Pacifica</i>	0,0369*** (0,0058)	0,4715*** (0,0697)	1,6023*** (0,1116)	0,2411*** (0,0353)
<i>Orinocoamazonas</i>	0,0493*** (0,0078)	0,6226*** (0,0853)	1,8637*** (0,1590)	0,3180*** (0,0443)
<i>Constante</i>	0,0302** (0,0143)	-2,9661*** (0,1529)	0,0515*** (0,0079)	-1,6781*** (0,0799)
<i>Pseudo R2</i>	0,0367	0,0471		0,0481

*Significancia al 10%; ** Significancia al 5%; ***Significancia al 1%

Variables de control: Male, Viudo, Bachiller/No Titulo, Caribe

Basándose en el cuadro anterior se puede observar que los tres modelos presentan resultados consistentes, ya que los signos de los coeficientes son los mismos para los tres modelos y presentan las mismas variables estadísticamente significativas (*genZ*, *genY*, *posgrado*, *pregratecn*, *casados*, *separado*, *ingreso*, *andina*, *pacífica* y *orinocoamazonas*), para el análisis siguiente se tomará solo el modelo Logit como referencia.

Para la variable edad es más probable que una persona de la generación Y y Z viaje por turismo doméstico en Colombia que una persona de la generación Baby Boomer (grupo de control), más concretamente una persona de la generación Y tiene un 14% y una persona de la generación Z un 31% más de probabilidad de viajar por turismo doméstico que una persona de la generación Baby Boomer, teniendo las variables generacionales una significancia estadística al 5%. Estos resultados concuerdan con lo planteado por Bui y Jolliff (2011), quienes en su investigación establecen que las personas jóvenes viajan más por turismo doméstico.

Al analizar la variable sexo (*female*) se establece un impacto negativo con la probabilidad de viajar por turismo interno, disminuyendo esta probabilidad en un 1%, siendo esta variable estadísticamente no significativa para el modelo.

Revisando los efectos de las variables de la educación (*posgrado*, *pregratecn*), se muestra un impacto positivo con la probabilidad de viajar por turismo interno. Para el nivel educativo de posgrado (*posgrado*) se establece un aumento en la probabilidad del 162%, mientras que para el nivel pregrado o técnico (*pregratecn*) el aumento es del 65%, frente a la educación básica (grupo de control), teniendo estas variables significancia estadística del 1%.

Para las variables representativas del estado civil (*casados*, *separado*) se establece un impacto negativo con la probabilidad de viajar por turismo interno, disminuyendo esta

probabilidad para la variable *Casados* en 26% y para la variable *separado* en 23% frente a los viudos (grupo de control), con un nivel de significancia estadística del 5%.

Al analizar las variables que representan la región de origen del turista (*andina, pacífica* y *orinocoamazonas*) tienen un impacto positivo con la probabilidad de viajar por turismo interno, este aumento de la probabilidad es del 88% para aquellos provenientes de la región andina, 60% para los de la región pacífica y 86% para aquellos de las regiones Orinoco y Amazonas frente a los de la región Caribe (grupo de control), estas variables tienen un nivel de significancia estadística del 1%.

Para la variable ingreso, se establece una relación positiva con la probabilidad de viajar por turismo interno, pero para el modelo este aumento del ingreso es indiferente, por lo cual se tomará como referencia el cuadro 3, el cual muestra los efectos marginales del ingreso, al ser esta la única variable continua del modelo.

Cuadro 3. Efectos Marginales Ingreso Modelos Logit y Probit - Elección de Viajar Turismo Interno Colombia – 2019

Efectos Marginales		
Variable	Logit	Probit
<i>Ingreso</i>	1.20e-08*** (8.33e-10)	1.34e-08*** (8.98e-10)

***Significancia al 10%; ** Significancia al 5%; ***Significancia al 1%**

Al revisar los efectos marginales de la variable ingreso para el modelo Logit se observa que al aumentar el ingreso de los turistas en una unidad, la probabilidad de viajar por turismo interno aumenta 1.20e-08 puntos porcentuales, estos efectos son estadísticamente significativos a un nivel del 1%.

8. Conclusiones y discusión

En relación al objetivo de esta investigación, se conocieron los Factores sociodemográficos que inciden en la elección de viajar por turismo doméstico en Colombia y los resultados obtenidos después del modelamiento econométrico, se logró identificar:

Primero, las diferencias existentes entre grupos generacionales de los turistas domésticos colombianos, en el cual las personas pertenecientes a la generación Z y Y tienen mayor probabilidad de viajar al interior del país dadas las dinámicas generacionales, en donde para estas generaciones jóvenes las redes sociales influyen en la toma de decisiones con respecto a sus opciones de turismo y viaje mostrado ser de gran relevancia para motivar a un individuo a viajar (Parsons, 2017) dejando de lado el turismo tradicional y enfocándose en un turismo alternativo, en el que el turista se preocupa más por los impactos ambientales, económicos y sociales que se suscitan en el destino turístico (Bonilla, 2013), generando de esta manera oportunidades para destinos turísticos menos conocidos o explotados, a los cuales mediante estrategias como campañas de promoción y activación de producto desde el sector público o privado, lograrían llevar los beneficios de la expansión de la industria turística.

De igual forma es relevante analizar el papel de la población mayor perteneciente a las generaciones X, Baby Boomer y silenciosa en el turismo, debido que a pesar de que son las generaciones que se relacionan de forma negativa con la probabilidad de viajar, presentan ciertas actitudes y preferencias al momento de viajar que los convierten en un mercado potencial, esto debido a que el envejecimiento de la población está definiendo el mercado en distintos sectores de la economía siendo el turismo uno de estos, debido a que se trata de una población experimentada que además atesora patrimonio y recursos importantes acumulados a lo largo de

una vida laboral. Presentan también una actitud cada vez más positiva y activa hacia esta fase del ciclo de vida, que ya no se concibe como una fase de retiro sino como una fase de cambio en la que priman los hábitos saludables, el aprovechamiento del tiempo, las actividades de ocio y entretenimiento, o la formación y el aprendizaje (European Commission, 2015).

Segundo, para el factor sociodemográfico género, se evidencia que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres al momento de viajar por turismo interno, una de las razones para este comportamiento es el trabajo por parte del estado colombiano, el cual siendo parte del sistema de las Naciones Unidas, se ha comprometido con la equidad de género mediante la ratificación de importantes tratados internacionales, respondiendo en parte a estos, y también a la presión y la demanda del movimiento social de las mujeres (Londoño, 2009) dando como resultado que las diferencias en preferencias, motivaciones y tendencias de viaje se igualen entre hombres y mujeres.

Tercero, la variable sociodemográfica de educación tiene gran significancia al momento de tomar la decisión de viajar por turismo doméstico, esto debido a que a mayor título obtenido mayor probabilidad de viajar, lo cual se puede llegar a dar en cierta medida a la relación que hay entre más años de educación con mayor ingreso, este retorno de la educación hace que las personas inviertan en sí mismas, como lo es el caso del turismo que satisface ciertas necesidades y convicciones personales dependiendo del grupo generacional que se analice. (Ordaz, 2007)

Cuarto, la variable sociodemográfica estado civil, muestra una relación negativa con la probabilidad de viajar por turismo doméstico en el país, eso se puede explicar debido a la mayor presencia de jóvenes que viajan y la tendencia de no comprometerse, los cuales promocionan por medio virtual sitios en donde los viajes y experiencias se categorizan en el turismo sin compañía o Turismo Single (Moraes, 2011)

Quinto y último, en lo referente a la región de origen se determina que los turistas que mayor probabilidad tienen de viajar por turismo doméstico, son los de la región andina la cual agrupa los departamentos con mayor densidad poblacional y desarrollo humano del país (Ramírez, Avellaneda, & Pineda, 2015), todo esto pudiendo ser una respuesta a la firma del proceso de paz en donde la percepción de los ciudadanos cambió frente a zonas antes consideradas peligrosas, abriendo oportunidades para generar nuevos polos de desarrollo turístico en zonas antes no exploradas, generando así la necesidad de mejorar la conexión del país mediante obras de infraestructura que ayuden a las zonas turísticas nuevas a absorber la nueva oferta de turistas.

9. Bibliografía

- Alegre Martín, J., & Pou Garcias, L. (2002). *La Estancia Media de los Turistas en las Islas Baleares: Determinantes Microeconómicos e Implicaciones sobre la Evolución del Gasto Agregado*. Islas Baleares: Universitat de les Illes Balears.
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Madrid: Real Centro Universitario Escorial - María Cristina.
- Andrade, J. R. (2003). *Análisis económico de la demanda del turismo doméstico em Brasil: Aspectos Teóricos y comprobaciones*. Aracajú: Universidad Federal de Sergipe.
- Bonilla, J. (2013). *Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de información y las*. Bogota : Fundacion Cafam.
- Bui, H., & Jolliff, L. (2011). *Vietnamese Domestic Tourism: An Investigation of Travel Motivations*. ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies.
- Camacho, G. A. (2009). *Tourism Demand: Understanding its Determinants and Contribution to Poverty Reduction in Colombia*. *PhD thesis*. Palmerston North, New Zealand: Massey University.
- Camacho, G. A. (2019). *Tourism Demand: Understanding its Determinants and Contribution to Poverty Reduction in Colombia*. *PhD thesis*. Palmerston North, New Zealand: Massey University.
- Cerda Ampié, R. L., & Leguizamón, M. (2005). *Análisis del comportamineto de la demanda turística urbana en Colombia*. Bogotá: Universidad Externado.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2005). *Tourism Principles and Practice*. Pearson Education Limited.
- DANE. (2019). *Boletín Técnico Cuenta satélite de turismo*. Bogotá.
- DANE. (2019). *Boletín Técnico Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT)*. Bogotá.
- DIMPE. (16 de Julio de 2019). *COLOMBIA - Encuesta de Gasto Interno en Turismo - EGIT - 2019 (I Trimetre) .* Bogotá.
- DIMPE, D. d. (2013). *Metodología de la Encuesta de Gasto Interno en Turismo - EGIT*. Bogotá.
- European Commission. (2015). *GROWING THE EUROPEAN SILVER ECONOMY*.

- Instituto Distrital de Turismo. (2018). *La Investigación Encuesta Viajeros de Bogotá 2017*. Bogotá: Instituto Distrital de Turismo.
- Jensen, J. M. (2011). *The relationships between socio-demographic variables, travel motivations and subsequent choice of vacation*. Odense: Department of marketing and management, university of southern denmark .
- Londoño, M. C. (2009). *El desafío de la equidad de género en Colombia*. Cali: Centro de Estudios de Género.
- Mankiw, N. G. (2002). *Principios de Economía*. Madrid: McGRAW-HILL.
- McCrindle. (2012). *mccrindle*. Obtenido de Generations defined: 50 years of change over 5 generations: <https://mccrindle.com.au/insights/blog/generations-defined-50-years-change-5-generations-resource/>
- Moraes, C. C. (2011). *Turismo Single: Revisando o Segmento de Mercado*.
- Naciones Unidas. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Nueva York: Naciones Unidas.
- NIELSEN, K. M. (2007). *El turismo de la tercera edad en los destinos turísticos consolidados: El caso de la Costa del Sol*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Ramírez, J., Avellaneda, C., & Pineda, K. (2015). *Estimación del Índice de Desarrollo Humano ajustado para los departamentos colombianos*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Ordaz, J. L. (2007). *México: capital humano e ingresos. Retornos a la educación, 1994-2005*. México D .
- Parra, E., & Calero, F. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Parsons, H. L. (2017). *Does Social Media Influence an Individual's Decision to Visit Tourist Destinations? Using a Case Study of Instagram*. Cardiff: cardiff metropolitan university.
- Quesada Castro, R. (2000). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: EUNED.
- Rosa Acevedo, C., & Nohora , J. (2004). *Consumer behavior in tourism: a study with senior tourists*. Sao Pablo.
- Sancho, A., Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., . . . Ruiz, P. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT Organización Mundial del Turismo.

- Stock, J. H., & Watson, M. W. (2011). *Introducción a la Econometría*. Pearson Education.
- VÁSQUEZ, M. L. (2018). *Boletín estadísticas de turismo*. Cali: Secretaria de turismo .
- Wooldridge, J. M. (2010). *Introducción a la econometría Un enfoque moderno*. Cengage Learning.
- WTTC, W. T. (2017). *Travel & Tourism Benchmarking Reports 2017*. London: World Travel & Tourism Council All rights reserved.
- WTTC, W. T. (2018). *Travel & Tourism Economic Impact 2018 Colombia*. London: World Travel & Tourism Council All rights reserved.
- WTTC, W. T. (2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019 World*. London: World Travel & Tourism Council All rights reserved.