

## Valoración económica del turismo en Boyacá

A partir de la caracterización presentada en el capítulo anterior, este capítulo profundiza en la dimensión económica del turismo en Boyacá, considerando la estacionalidad de la demanda, los perfiles de los turistas y la naturaleza de los productos turísticos.

La valoración económica se sustenta en la apropiación local del territorio turístico y en la participación activa de la comunidad, como lo plantea Vélez (2007). Desde un enfoque estructural, Vargas et al., (2005) y Amado & Amado (2021) advirtieron que la competitividad del turismo boyacense depende del fortalecimiento del capital humano y de la articulación de recursos. Más recientemente, estudios como los de Salas (2023) y el SITUR (2023) han documentado el impacto de la estacionalidad y las transformaciones digitales en el comportamiento de los precios turísticos. La demanda turística en Boyacá se incrementa significativamente durante puentes nacionales, vacaciones de mitad de año y diciembre. Los turistas nacionales, en su mayoría provenientes de Bogotá y del altiplano cundiboyacense, tienden a buscar estancias cortas de 2 a 3 noches, con enfoque en descanso, naturaleza y gastronomía local. En contraste, los turistas internacionales suelen preferir visitas más largas, con motivaciones culturales, de naturaleza y turismo vivencial (DANE, 2023; SITUR, 2023).

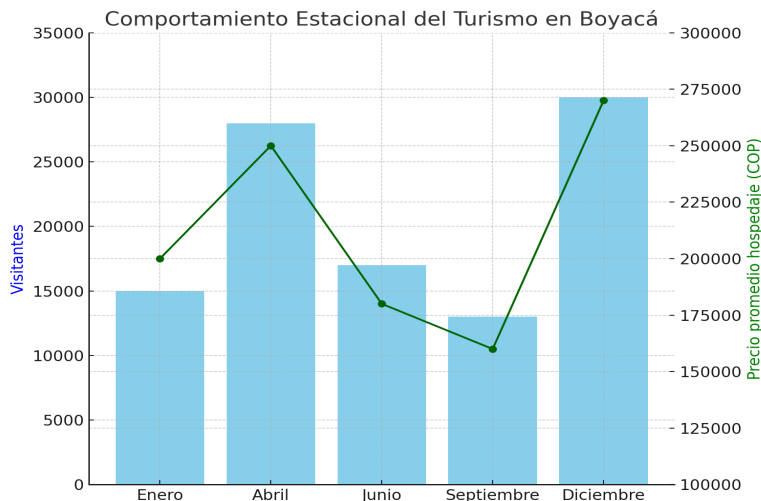
Los costos de tours turísticos varían según tipo de actividad, temporada y público objetivo. En temporada baja, un tour gastronómico de un día oscila

entre \$70.000 y \$120.000 COP por persona, mientras que en temporada alta puede superar los \$180.000. Un paquete rural comunitario de dos noches, con alojamiento básico, alimentación y experiencias vivenciales, ronda entre \$300.000 y \$400.000 COP en temporada media, y hasta \$600.000 COP en puentes y vacaciones. Para turistas extranjeros, estos precios suelen aumentar entre un 15 % y un 30 %, especialmente si incluyen servicios bilingües o transporte privado (Salazar & Ramos, 2023; Muñoz, 2019).

Los principales factores que determinan la valorización de los tours son: accesibilidad geográfica, calidad de la infraestructura, nivel de formalización de la oferta, temporada del año y articulación entre actores locales. Un factor emergente de gran impacto es la transformación digital. Municipios y operadores que han adoptado herramientas TIC (como reservas en línea, redes sociales y plataformas de pago) han reportado mejoras en su posicionamiento y capacidad para atraer turistas dispuestos a pagar precios más altos por experiencias personalizadas. Por ejemplo, en destinos patrimoniales consolidados como Villa de Leyva y en rutas culturales emergentes como Pachavita, la digitalización de canales de comercialización y el uso de inteligencia de mercado han permitido una segmentación más precisa de la demanda, facilitando la diferenciación del producto turístico y la justificación de tarifas premium asociadas a experiencias de alto valor cultural y simbólico (Dolnicar et al., 2018; Poria et al., 2006). En contraste, destinos como Tuta aún requieren mejoras en profesionalización e infraestructura para competir económicamente (López, 2022).

A continuación, se presentan una figura sobre el comportamiento estacional del turismo y una tabla comparativa con precios promedio en temporadas alta y baja.

**Figura 2.** Comportamiento estacional del turismo en Boyacá



**Nota.** Elaboración propia con base en Salas (2023).

La Figura 2 muestra el comportamiento estacional del turismo en Boyacá. Los meses de abril y diciembre concentran la mayor demanda, seguida de enero, junio y septiembre, lo que evidencia la relación entre la estacionalidad y la variación de precios turísticos.

Las siguientes tablas visualizan los patrones de gasto turístico en Boyacá.

**Tabla 5.** Gasto turístico por tipo de turista

Tipo de turista	Gasto diario estimado (COP)	Observaciones
Nacional	\$180.000 - \$250.000	Varía según temporada y región
Internacional	\$300.000 - \$420.000	Mayor gasto en transporte, guías bilingües y experiencias premium

**Nota.** Elaboración propia con base en DANE (2023) y Fontur (2024).

Las Tablas 6 y 7 presentan la estructura del gasto turístico según tipo de turista y actividad. En promedio, los turistas internacionales gastan entre 1,8 y 2,3 veces más que los nacionales, principalmente por su mayor permanencia y preferencia por servicios personalizados. El alojamiento y la alimentación concentran más del 60 % del gasto, mientras que el rubro cultural, aunque menor, representa un potencial de crecimiento para Boyacá.

**Tabla 6.** Distribución del gasto por actividad turística

Actividad	Porcentaje del gasto total (%)	Notas
Alojamiento	35%	Incluye hoteles, hostales y alojamientos rurales
Alimentación	25%	Restaurantes, cafés y gastronomía local
Transporte	20%	Transporte terrestre, local y regional
Cultura y actividades	20%	Museos, recorridos, eventos y guías

**Nota.** Elaboración propia con base en SITUR Boyacá (2023) y Cotelco Capítulo Boyacá. (2022).

Finalmente, la Tabla 7 ejemplifica cómo la estacionalidad impacta los precios en municipios representativos. En Aquitania, destino asociado al Lago de Tota, los precios del hospedaje y la gastronomía aumentan hasta un 40 % en temporada alta (Semana Santa y diciembre), mientras que, en Tuta, donde el turismo es incipiente, las variaciones de precios son menores, pero el volumen de visitas se ve afectado, por citar solo dos casos.

**Tabla 7.** Comparación de precios turísticos por temporada en Boyacá

Municipio	Temporada	Hospedaje (noche)	Gasto diario estimado
Aquitania	Alta	\$180.000	\$320.000
Aquitania	Baja	\$130.000	\$240.000
Tuta	Alta	\$90.000	\$150.000
Tuta	Baja	\$85.000	\$140.000

**Nota.** Elaboración propia con base en Salas (2023).

En conclusión, comprender la variación de los precios turísticos según temporada y perfil de visitante es clave para diseñar estrategias comerciales, promoción efectiva y planificación territorial. Se recomienda: (a) establecer tarifas diferenciadas por temporada y perfil de turista; (b) diseñar paquetes integrales con proveedores locales; (c) promover plataformas de reserva digital con enfoque regional; y (d) fortalecer la sostenibilidad y autenticidad como valores agregados para justificar precios premium. La valoración económica del turismo en Boyacá debe construirse sobre un modelo basado en evidencias, que contemple la diversidad de experiencias, la estacionalidad, el perfil del visitante y el impacto positivo en las comunidades anfitrionas. Esto permitirá optimizar ingresos, generar empleo y consolidar al departamento como un destino competitivo y sostenible a nivel nacional e internacional.

## Referencias

- Amado-Pinto, L. A., & Amado-Pinto, D. A. 2021. *Factores que inciden en la competitividad en el departamento de Boyacá: Una revisión documental*. [tesis de pregrado, Trabajo de grado. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC. <https://repositorio.uptc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b36b1bf3-5205-41cc-9210-2fec9de36abb/content>
- Cotelco Capítulo Boyacá. (2022). *Informe de ocupación hotelera y comportamiento del turista en temporada alta y baja*. (Informe gremial, puede consultarse con la sede regional de Cotelco o Secretaría de Turismo de Boyacá). <https://cotelco.org/>
- DANE. (2023). *Boletín técnico de turismo interno en Colombia*. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/CST/bol-CST-2023.pdf>
- Dolnicar, S., Grün, B., & Leisch, F. (2018). *Market segmentation analysis: Understanding it, doing it, and making it useful*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-8818-6>
- Fontur. (2024). Resultados Estudio Investigación de Mercados sobre el turismo en Colombia: Datos y tendencias de los turistas nacionales 2024.

- Fondo Nacional de Turismo. <https://fontur.com.co/sites/default/files/2024-09/Resultados-Estudio-Investigacion-de-Mercados-sobre-el-turismo-en-Colombia.pdf> URL: <https://fontur.com.co/estudios-investigaciones>
- López-Pérez, N. Y. (2022). *Plan estratégico de turismo para el municipio de Aquitania como destino internacional* [tesis de pregrado, Universidad de Boyacá]. <https://repositorio.uniboyaca.edu.co/handle/uniboyaca/894>
- Muñoz-Joya, S. C. (2019). *Turismo gastronómico en Ramiriquí, Boyacá, una oportunidad para el desarrollo sostenible*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. <https://vinculando.org/wp-content/uploads/kalins-pdf/singles/gastronomia-patrimonio-cultural-de-ramiriqui-como-promotor-del-turismo.pdf>
- Poria, Y., Reichel, A., & Biran, A. (2006). *Heritage site management: Motivations and expectations*. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 162–178. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.08.001>
- Salas Hernández, P. P. (2023). *Acción colectiva y turismo rural comunitario en la Provincia del Alto Ricaurte, Boyacá* [(Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia - (UNAL))]. <https://repositorio.unal.edu.co/items/67738214-6b6b-4d4d-92d4-ed02b19d7f63>
- Salazar-Elejalde, D., & Ramos-Niño, J. A. (2023). El turismo rural comunitario como promotor para el desarrollo local sostenible en la vereda La Puerta del municipio de Tota, Boyacá [Tesis de especialización, Universidad Distrital Francisco José de Caldas]. <https://repository.udistrital.edu.co/server/api/core/bitstreams/5e7254db-ce2c-418a-99be-906c6c78cab4/content>
- SITUR Boyacá. (2023). *Boletines estadísticos del turismo en Boyacá 2022–2023*. Gobernación de Boyacá – Secretaría de Turismo. <https://situr.boyaca.gov.co/cifras-turismo-boyaca/>
- Vargas-Pérez, A. M., Mariño-Becerra, G. Y., Vargas-Pérez, L. M., (2005). *Factores que condicionan la competitividad turística del Departamento de*

*Boyacá*. [Tesis de Maestría. en Administración. Universidad Autónoma de Bucaramanga - Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey]. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Vélez-Riva, M. L. (2007). Papel de la población local en procesos de valoración turística: Caso turismo rural en la región del Alto Ricaurte, (Boyacá). *Turismo y Sociedad*, 8, 144–161. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576261178008>

