



Análisis del **VALOR,** en la gestión del **PATRIMONIO** CULTURAL HISTÓRICO



RNA CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL
DE VALUADORES





ICAO CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Día Internacional de los Monumentos y Sitios Históricos



- *18 de abril, se conmemora el Día Internacional de los Monumentos y Sitios. Fecha aprobada por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 1983 con el objetivo de propiciar la toma de conciencia sobre la importancia y diversidad del patrimonio cultural y natural de la humanidad.*
- *El Comité Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), propuso este día para promover el patrimonio de cada nación, su vulnerabilidad, y de los esfuerzos que se requieren para su conservación y protección.*



OBJETIVOS

- Identificar, a través de diferentes metodologías de valoración y medición, cuál es el impacto y el aporte económico específico al Producto Interno Bruto que hace el patrimonio a la economía, con un enfoque multidisciplinario que involucre la participación de sociedad.

- **SOSTENIBILIDAD**

- Generar información relacionada con indicadores no monetarios que permiten diagnosticar, fortalecer y evaluar las políticas públicas sectoriales.

Participación sociedad



Reconoce

- Análisis tradicionales desde la visión económica como aporte al PIB
- Los valores históricos, artísticos, científicos, estéticos y aspectos socio culturales

Integra

- EL interés y valores del patrimonio como parte de su historia



PATRIMONIO

PATRIMONIO



NATURAL



Representa el legado **biológico** y la biodiversidad del mundo.



CULTURAL



Aquello que un grupo o **sociedad** ha heredado de **generaciones** pasadas y que posee un valor simbólico y de **Identidad** sociocultural.



MIXTO



Compuesto por referentes que presentan un legado **tanto cultural como natural**.



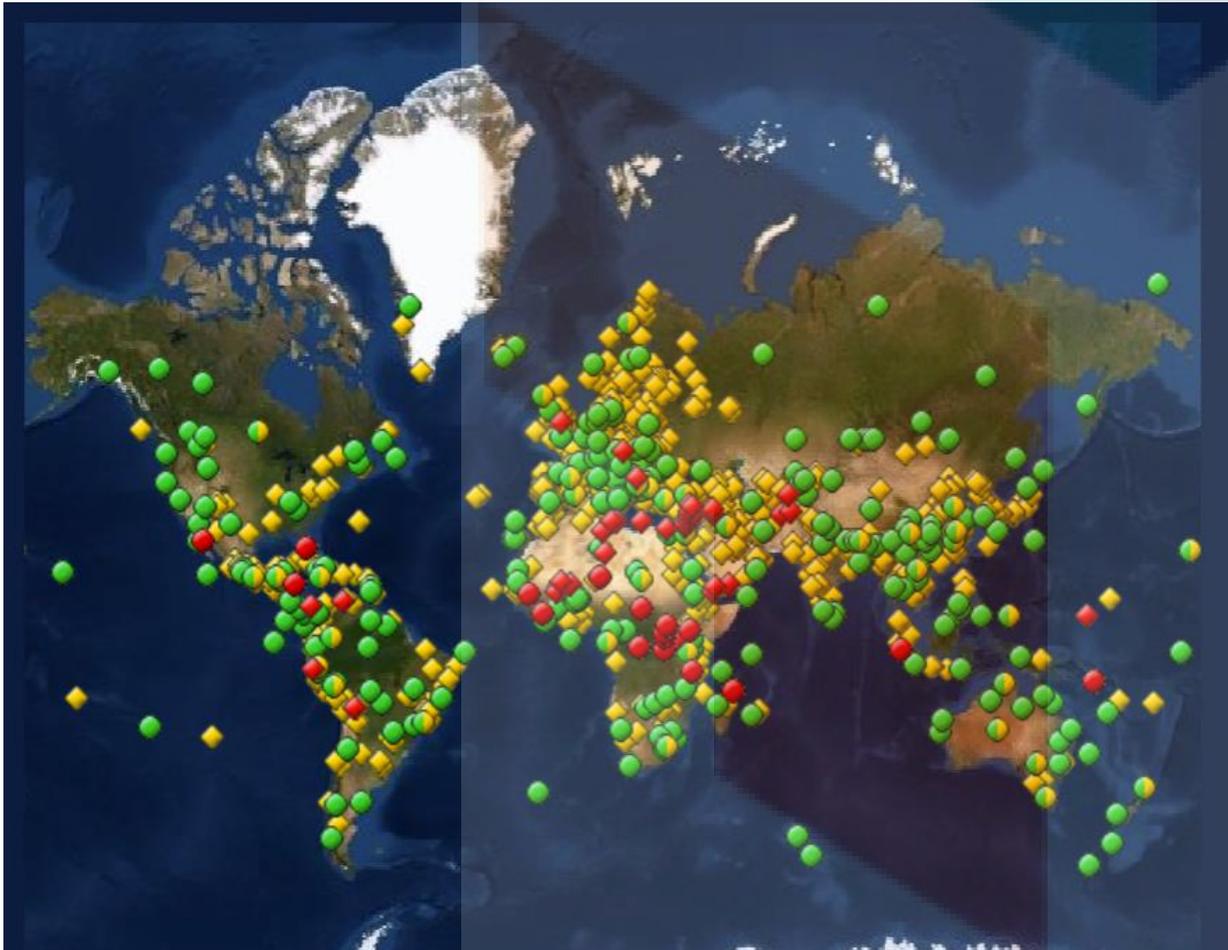
ICM CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL

¿QUÉ ES EL PATRIMONIO CULTURAL?





Lugares declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO



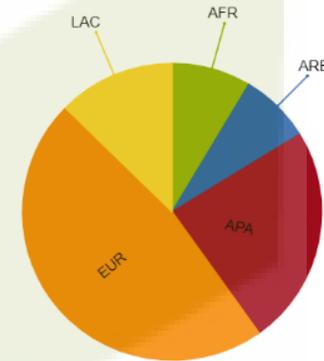
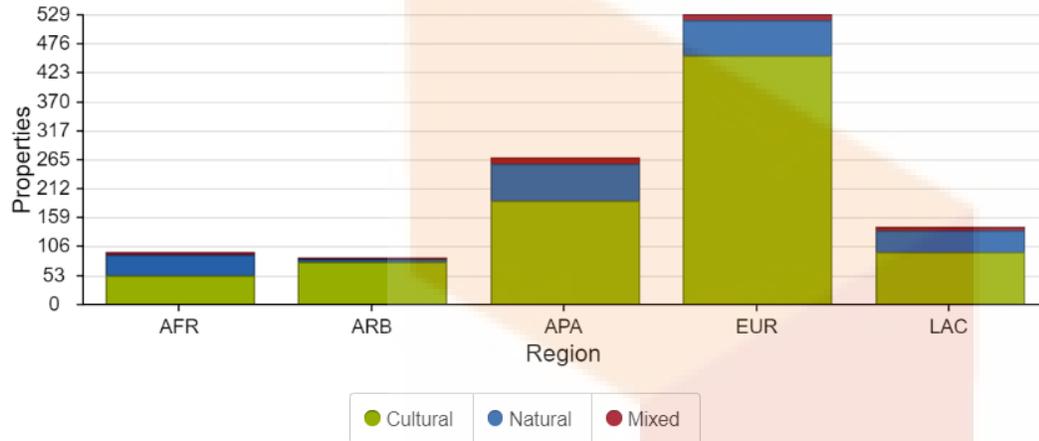
Nivel Mundial

| | | |
|--|----------------|-----|
| | Sitio Cultural | 869 |
| | Sitio Natural | 213 |
| | Sitio Mixto | 39 |
| Sitio Inscrito En La Lista Del Patrimonio Mundial En Peligro | | |
| | Sitio Cultural | 36 |
| | Sitio Natural | 17 |
| | Sitio Mixto | 0 |



Lugares declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO

Por Continentes



| Regions | Cultural | Natural | Mixed | Total | % | States Parties with inscribed properties |
|---------------------------------|----------|---------|-------|-------|--------|--|
| Africa | 53 | 38 | 5 | 96 | 8.56% | 35 |
| Arab States | 78 | 5 | 3 | 86 | 7.67% | 18 |
| Asia and the Pacific | 189 | 67 | 12 | 268 * | 23.91% | 36 |
| Europe and North America | 453 | 65 | 11 | 529 * | 47.19% | 50 |
| Latin America and the Caribbean | 96 | 38 | 8 | 142 * | 12.67% | 28 |
| Total | 869 | 213 | 39 | 1121 | 100% | 167 |



Lugares declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO

Latina y El Caribe



NATURAL



CULTURAL

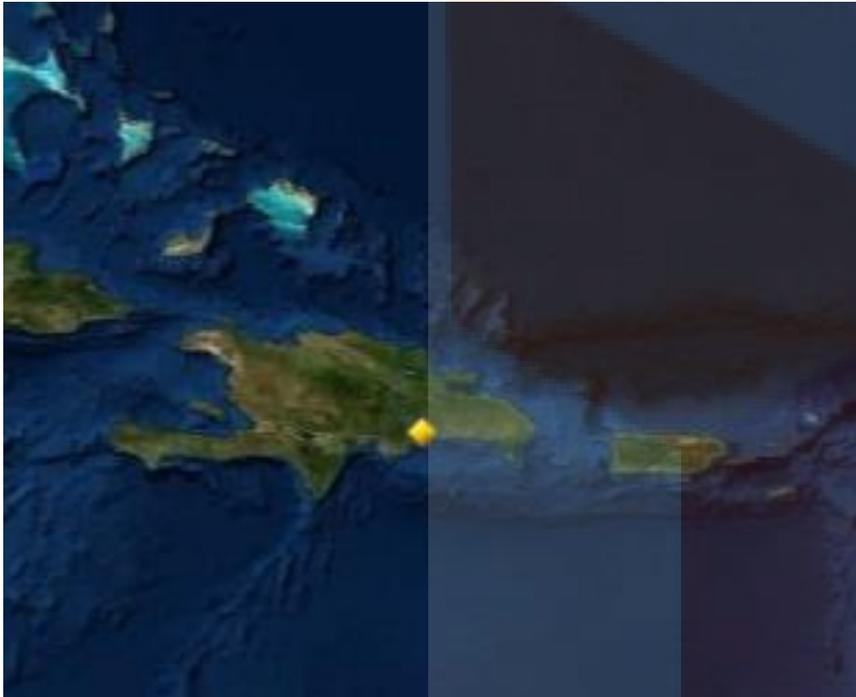


MIXTO

| | | |
|--|----------------|----|
| | Sitio Cultural | 96 |
| | Sitio Natural | 38 |
| | Sitio Mixto | 8 |
| Sitio Inscrito En La Lista Del Patrimonio Mundial En Peligro | | |
| | Sitio Cultural | 7 |
| | Sitio Natural | 2 |
| | Sitio Mixto | 0 |



Lugares declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO



Republica Dominicana

| | | |
|---|----------------|---|
| ◆ | Sitio Cultural | 1 |
|---|----------------|---|

◆ Ciudad colonial de Santo Domingo (1990)

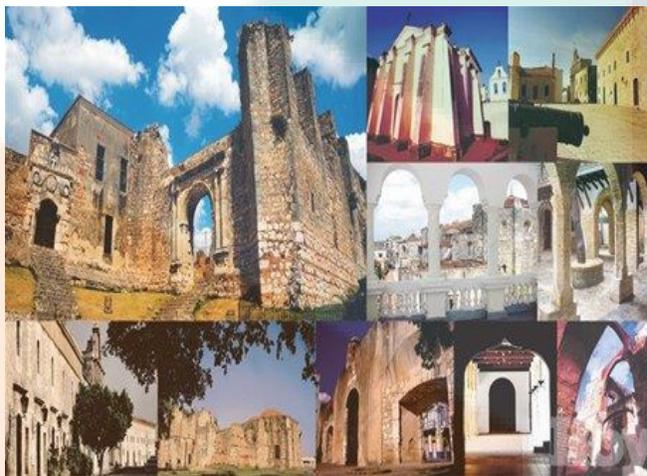


CULTURAL



PATRIMONIO CULTURAL

Monumentos, Obras arquitectónicas, estructuras de origen arqueológico. Construcciones, etc



Usos, representaciones, expresiones, conocimientos. Este se transmite de generación en generación. En Función de su entorno.

Patrimonio material

Patrimonio Inmaterial

Patrimonio Cultural





CLASIFICACIÓN PATRIMONIO CULTURAL





- Al valorar el patrimonio Cultural debemos ir **mas allá de su valor netamente monetario**, y hacer un análisis valuatorio que tenga en cuenta tanto su valor de mercado, como su **valor simbólico- social**.

- El valor material en el caso de bienes culturales, es un indicador muy limitado del valor de un bien o servicio.

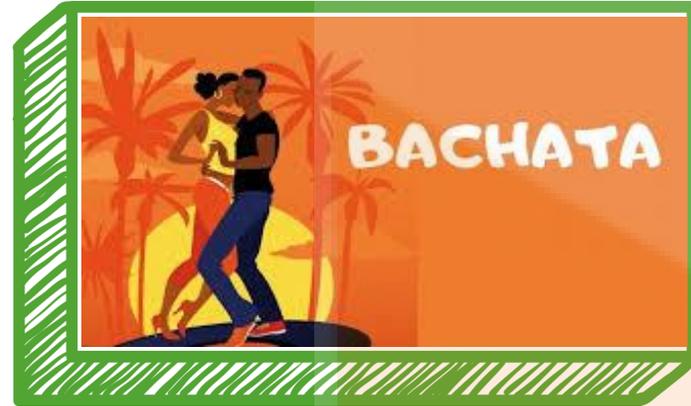
- La cultura se debe evaluar en **marcos temporales largos** dado que el capital cultural **tiene características Inter temporales**:
 - ✓ Se recibe en forma de legado del pasado,
 - ✓ Se trata de una manera determinada en el presente
 - ✓ y se transmite de alguna otra forma específica al futuro.



- El patrimonio desde dos extremos: el netamente culturalista y el economicista puro:
 - El **culturalista** es aquel que enfatiza en los valores históricos, religiosos y estéticos de los bienes patrimoniales y la consecuente necesidad de preservarlos a toda costa.
 - El **economicista** evalúa constantemente en el precio de mercado de los bienes, lo que la gente está dispuesta a pagar por ellos con base en argumentaciones de costo-beneficio. Según este, un bien o servicio cultural es como cualquier otro y todo su valor se captura en el precio.
- También reconoce que la **valoración del patrimonio es cambiante** y que **está condicionada por factores sociales que cambian a través del tiempo**. Lo que hoy es valioso puede no serlo mañana y viceversa.



VISIONES DEL PATRIMONIO CULTURAL





DIFICULTADES PARA CONCEPTUAR EL VALOR ECONÓMICO Y CULTURAL DE UN BIEN PATRIMONIAL



- La valoración económica del patrimonio debe ser un tema central para la política cultural dado que los mercados culturales, asociados a lo patrimonial, no reflejan los beneficios que los usuarios y la sociedad le dan a estos.

- Las decisiones que tienen que tomar los agentes que hacen parte de la política pública cultural del país están ligadas al terreno económico. Por ello, adjudicar escasos recursos para la gestión de un grupo de manifestaciones patrimoniales implica, en el terreno de la realidad presupuestal del país, dejar de lado las necesidades que presentan otros patrimonios valiosos.



QUE SE DEBE TENER EN CUENTA AL VALORAR EL PATRIMONIO CULTURAL



Photo by: David Stanley

- El impacto de los flujos económicos que causa el consumo del bien o manifestación patrimonial derivado de su uso

- La valoración del no-uso o valoración intrínseca.

Con la sumatoria de ambos se obtendrá un acercamiento al valor económico total del bien o manifestación.

Si se trata de bienes de mercado, es posible estimar parte del valor por medio de la información de precios, y en el caso de que no existan mercados relevantes es posible estimarlo en las diferentes metodologías.



VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PATRIMONIO CULTURAL



- El valor de uso se refiere a los beneficios directos de los usuarios a usar las instalaciones o servicios que pertenecen a un bien o manifestación patrimonial.

- El valor de no-uso se deriva de las valoraciones abstractas sobre el patrimonio, a saber:
 - ✓ **El valor optativo:** es un valor de uso futuro del patrimonio.
 - ✓ **El valor de existencia:** es el hecho de que un individuo pueda beneficiarse del recurso a través de la creencia de la continuidad de su existencia, incluso sin verse beneficiado por ello.
 - ✓ **El valor de legado:** es el concepto de tomar responsabilidad sobre conservar el patrimonio intacto para las generaciones futuras.



ECUACIÓN DEL VALOR ECONÓMICO DE LOS BIENES PATRIMONIALES

$$VET = (VUD + VUIr + VUIc) + VNU$$

| | | |
|------|---|------------------------|
| VET | → | Valor económico total |
| VUD | → | Valor de uso directo |
| VUIr | → | Valor de uso indirecto |
| VUIc | → | Valor de uso inducido |
| VNU | → | Valor de no-uso |

La medición del impacto económico se refiere a las repercusiones y beneficios que tiene el uso de un determinado bien o servicio en la economía y el empleo en los ámbitos nacional, regional o local. Para calcular las corrientes económicas generadas normalmente se miden y agregan tres tipos de impacto: directo, indirecto e inducido.

Adicionalmente podríamos medir los impactos **sociales, fiscales y medioambientales** del objeto de análisis y cualquier otra variable que consideremos este afectada.



ECUACIÓN DEL VALOR ECONÓMICO DE LOS BIENES PATRIMONIALES

Patrimonio Histórico Cultural

Valor de uso + Valor de no Uso + Valor Inducido

Uso Cognitivo,
Recreativo,
Estético

Tickets
Costo de Viaje

Valor de Opción
Legado
Existencia

Impuestos,
Donativos

Efecto Externo
Efecto Multiplicadores
Intangibles

Gasto Público
Gasto Privado



METODOLOGÍAS TRADICIONALES DE VALORACIÓN ECONÓMICA DEL PATRIMONIO



- Buscan cuantificar tanto el **valor del mercado** como el valor “ampliado” del bien o manifestación a partir de datos reales de mercado, si es que existen, o por medio de la construcción de **mercados hipotéticos** en donde se valora la percepción del público hacia el bien patrimonial o un conjunto de atributos asociados a él.

- Cuando construimos un modelo con datos reales de mercado los llamaremos “**Modelo de preferencia reveladas**”

- Proviene directamente de los bienes o manifestaciones inmateriales que interesa valorar, o de mercados relacionados con los cuales se puede valorar indirectamente el mercado de interés.



Los modelos que se construyen con mercados hipotéticos se conocen como **“Modelos de preferencias declaradas”**.



Se les pide a las personas que “declaren” cuál es su disposición a pagar por algo.

- Métodos de valoración contingente y
- Valoración del coste de viaje,
- Modelos de elección o de análisis conjunto.

Este tipo de valoración no tiene una connotación geográfica, pues no importa la ubicación del usuario o potencial usuario del bien o servicio.



MEDICIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

- Determina las repercusiones **sobre la economía y el empleo de un determinado bien, servicio, inversión** o sector de la economía en este caso tomaríamos el Sector Patrimonial. Formado por la suma de las actividades económicas que mas se relacionan como son las visitas a museos, lugares arqueológicos, bibliotecas etc.

- Las administraciones públicas obtienen de esta medición **información cuantitativa y cualitativa** sobre los impactos en diversos aspectos.

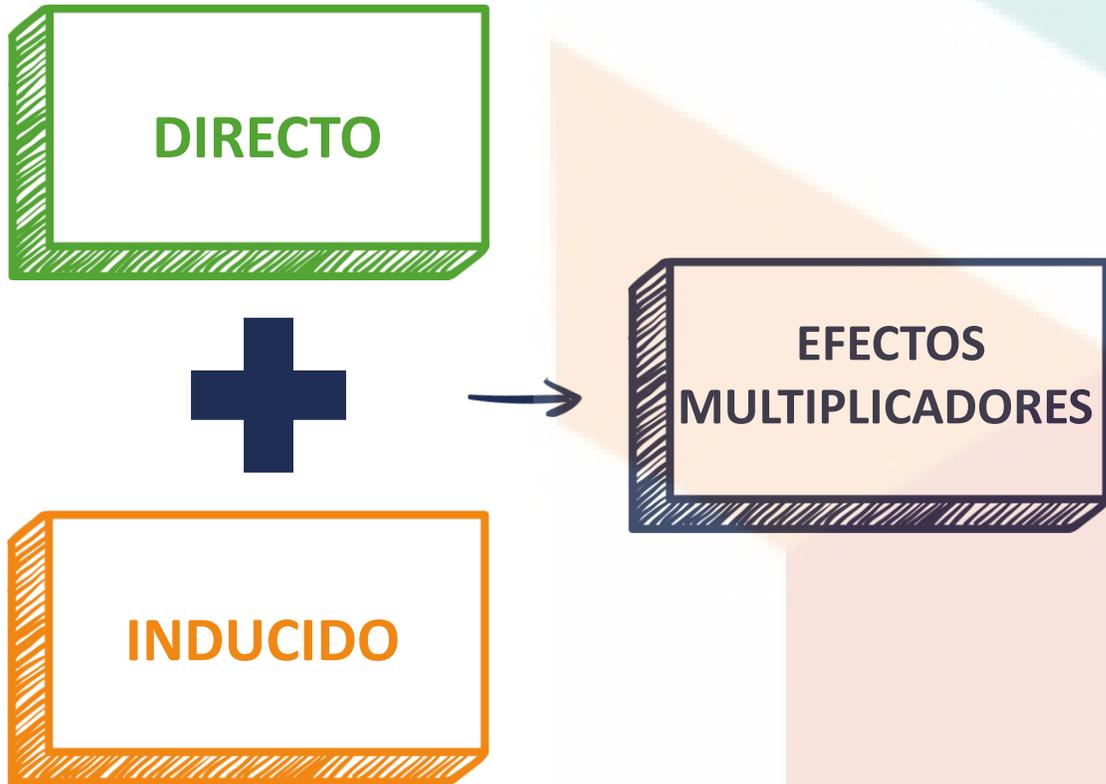






- El análisis tradicional de impacto nos permite ver el impacto en tres fuentes:





Efecto Económico total > Solo el impacto directo

MULTIPLICADORES TÍPICOS

PRODUCTO



Miden el incremento total en pesos del producto de las empresas por cada peso de demanda final adicional de un sector económico determinado.

EMPLEO



Incremento total de empleos en la economía por cada nuevo empleo creado en un sector específico.

INGRESO



Un cambio en gasto agregado induce un cambio en el Ingreso Disponible. Este cambio en el Ingreso Disponible, incrementa el Consumo. El cambio en Consumo incrementa a su vez el Ingreso Disponible y este el Consumo -Gasto; así sucesivamente.

TRANSACCIONES



Esta relacionado con el flujo de efectivo en una economía.



MODELO DE GENERACIÓN DE DINERO A LUGARES GEOGRÁFICOS

Existe un modelo que permite determinar el impacto en la economía local.

Se hace por medio de encuestas realizadas a visitantes en los lugares patrimoniales para conocer sus características principales y recoger información sobre el impacto económico de las visitas.

A partir de esta información se determina el gasto promedio por visitante y se estima el impacto total siguiendo esta sencilla ecuación:

$$\text{Impacto económico} = \text{Número de visitantes} \times \text{Gasto visitantes} \times \text{Multiplicadores}$$

La cantidad total de visitantes se deriva de la información anual recogida en el lugar patrimonial/fiesta o evento.

El cálculo de los multiplicadores es algo más complejo y depende de la propensión de los locales a exportar o a importar bienes y servicios a otras regiones o países. Entre mayor sea la propensión a exportar o a comprar localmente, mayores serán los multiplicadores que se pretenden estimar



MODELO DE GENERACIÓN DE DINERO APLICADO A MGM



- El MGM estima el impacto **económico directo, indirecto e inducido** de los visitantes a los parques en las economías locales en términos de su contribución en **ventas, ingresos y empleos** en el área.
- Este produce medidas cuantificables de los beneficios económicos que generan los parques y que pueden usarse con miras a:
 - La planeación,
 - Administración de concesiones,
 - Justificación de presupuestos,
 - Análisis de políticas públicas y mercadeo dentro y fuera de los parques.
- Esta información ha sido muy útil para
 - Promover la colaboración de la comunidad
 - Obtener apoyo para la implementación de políticas que beneficien a los parques;
 - Identificar el papel que juegan los parques, la comunidad local y los negocios turísticos en la atracción a los visitantes.



CÁLCULOS AGREGADOS DE ORDEN LOCAL, REGIONAL O NACIONAL

- Las estimaciones del impacto económico se pueden realizar de dos maneras: de **arriba hacia abajo** o de abajo hacia arriba.
- Si suponemos que gran parte del consumo de bienes y servicios patrimoniales **se ve reflejado en las actividades turísticas**, algunos países han tomado los datos de **cuentas nacionales sobre turismo**, o los datos de la cuenta satélite de turismo y se ha estimado la proporción de las visitas que corresponden a turismo patrimonial sobre el total de visitas realizadas.
- Así hallamos **un factor de imputación** que se aplica a los datos de PIB, ingresos y empleo para obtener los valores correspondientes al turismo patrimonial.



CÁLCULOS AGREGADOS DE ORDEN LOCAL, REGIONAL O NACIONAL

- Otro método de cálculo sería con la medición del gasto realizado en bienes y servicios patrimoniales a través de encuestas a personas, empresas, datos de oficinas del gobierno o información gremial, y usar los datos de estos ingresos directos para determinar el impacto económico total del sector.
- Este es el **método de abajo hacia arriba** e implica una mayor búsqueda de datos que el primer método referido, normalmente hay datos faltantes y se concentran sobre todo en la medición de los gastos directamente sobre el patrimonio, pero no los necesarios para el consumo del bien o servicio como restaurantes, hoteles, vuelos, etc.





IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO PATRIMONIAL EN EL REINO UNIDO

- En el año 2013 se estimó el impacto económico directo, indirecto e inducido en la información disponible en la cuenta satélite de turismo y las encuestas realizadas a turistas.
- Estas encuestas contienen información acerca de las actividades turísticas realizadas durante la estancia de los encuestados y se realiza tanto a extranjeros como a residentes. A partir de estas últimas se estimaron factores de imputación para determinar la proporción del turismo que corresponde a turismo patrimonial de la siguiente manera:
- Visitantes internacionales en vacaciones (FI: 33%)
- Visitantes internacionales –familiares y amigos– (FI: 13%)
- Visitas domésticas de más de un día (vacaciones) (FI: 4%),
- Visitas domésticas de más de un día –a familiares y amigos– (FI: 1%),
- Paseos de un día –ocio– (FI: 9%).
- De acuerdo con los resultados del estudio el turismo de base patrimonial –excluyendo el patrimonio natural– contribuyó en el año 2010 con más o menos £5000 millones en el PIB y cerca de 134.000 empleos de manera directa, con un total de 101 millones de visitas.
- El efecto combinado de impacto directo e indirecto suma £11.200 millones en el PIB y 267.000 empleos. Si se suman los efectos inducidos la contribución al PIB se estimó en £14.000 millones.



LIMITACIONES EN LA MEDICIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

LIMITACIONES

EFECTO SUSTITUCIÓN

Se refiere a que el gasto realizado en un lugar geográfico específico que **no es un gasto autónomo**. Es decir que no está motivado directamente por el bien o manifestación cultural o corresponde a una **recirculación de dinero**.

DESPLAZAMIENTO

Se presenta sobre todo en el caso de eventos, y es el efecto del gasto potencial desplazado con motivo del evento, es decir del gasto de los turistas que deciden no visitar un lugar con motivo de un evento

FUGA

Ocurre cuando los ingresos generados no repercuten en la economía del área geográfica del estudio.



VALORACIÓN DEL PATRIMONIO

INFORMACIÓN DE MERCADO

Modelos de referencias reveladas

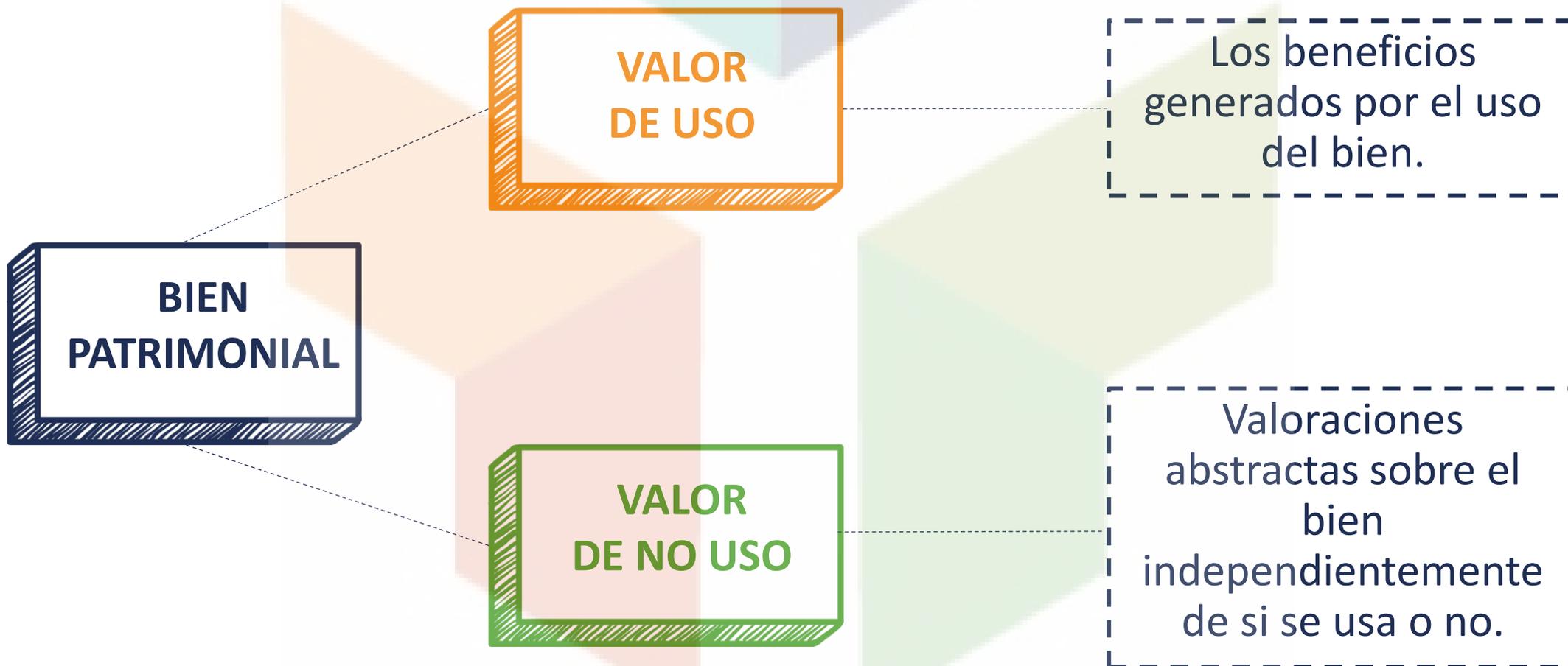
Basados en referencia del mercado

Basados en mercados de referencias

INFORMACIÓN DE NO MERCADO

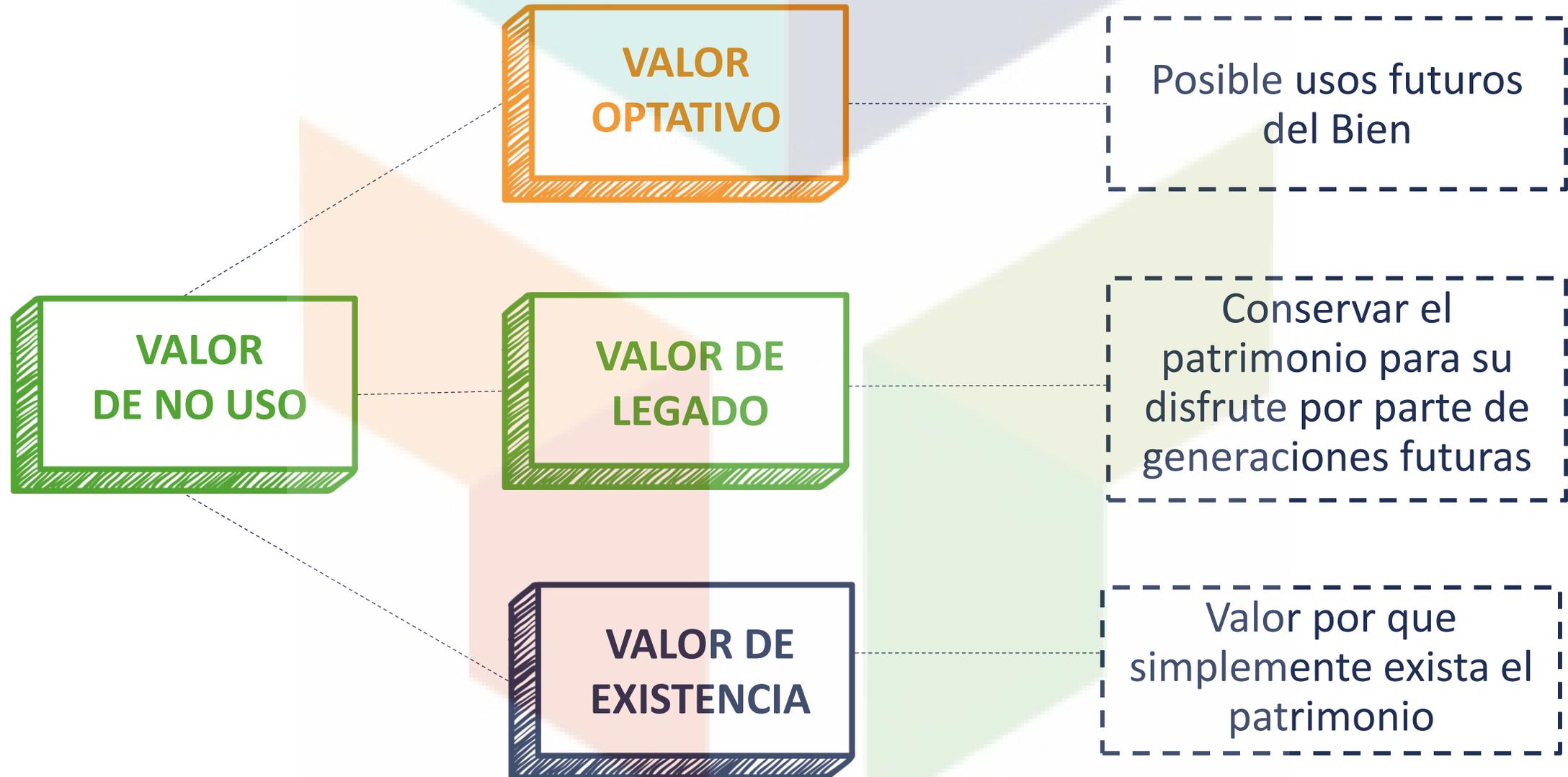
Modelos de referencias declaradas

Creación de mercados hipotéticos





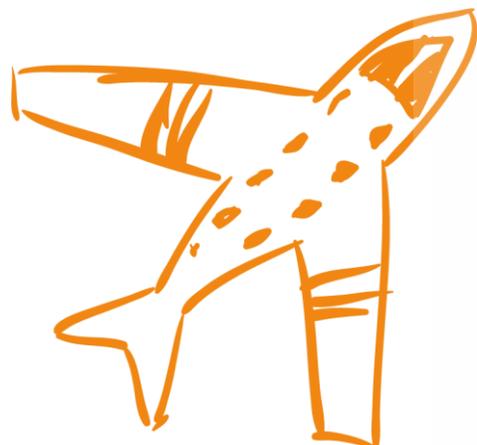
MÉTODOS DE VALORACIÓN DE PATRIMONIO





MÉTODO DE COSTOS DE VIAJE

DESCRIPCIÓN



Aunque el precio de entrada a un lugar patrimonial sea igual a cero, el costo del desplazamiento para llegar tiene un valor positivo. Existen gastos de desplazamiento (pasajes, hoteles, alimentación, etc).

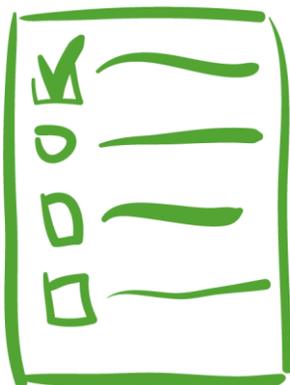
Aproximación de la disposición a pagar de las personas por acceder a un determinado bien o manifestación patrimonial.

Entre mas cerca se este del bien patrimonial, menores son los gastos y mayor el número de visitantes de las zonas circundantes. Con esto construimos la función de demanda y hallamos el excedente del consumidor en función del número de visitantes y el costo de desplazamiento.



MÉTODO DE COSTOS DE VIAJE

INSTRUMENTO



Encuestas o estimaciones del costo de traslado desde el lugar de origen hasta lugar de destino del bien patrimonial o una manifestación patrimonial. Así determino los costos en los que se incurren de acuerdo con la distancia, el medio de transporte y las condiciones de alojamiento, entre otros.

Si ajusto el modelo, puedo tener mayor complejidad ya que inicialmente se calcula el **costo de transporte público, o el combustible y la depreciación de los vehículos privados**, pero si adiciono, **los costos del tiempo invertido en el viaje, el tiempo de permanencia en el lugar, los costes de alojamiento y si lo hay, los costos de la entrada**. En el caso del costo del tiempo, este varía de persona a persona, para algunos el tiempo de la visita no genera costo de oportunidad, pero para otros el tiempo invertido puede ser muy valioso, adicionalmente es necesario estimar este coste en unidades monetarias.

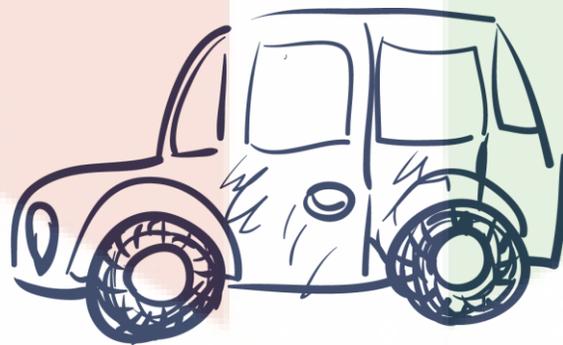
Para calcular las curvas de demanda podemos construir la curva a partir de micro datos, ósea con los datos individuales de los consumidores.



MÉTODO DE COSTOS DE VIAJE

VENTAJAS

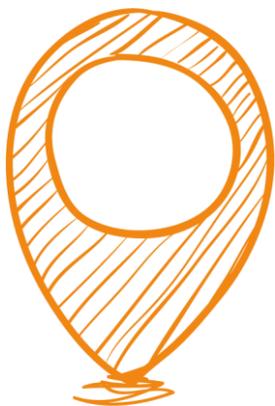
- Existen múltiples métodos para medir los costos de desplazamiento.
- Es posible estimar un modelo básico de costos de desplazamiento a partir de la información del origen de los visitantes que es a veces uno de los pocos datos disponibles sobre asistencia a lugares patrimoniales.





MÉTODO DE COSTOS DE VIAJE

DESVENTAJAS



Solo se pueden aplicar a lugares concretos.

A veces el costo de desplazamiento a un lugar es despreciable como, por ejemplo, cuando se trata de un equipamiento urbano, cerca al lugar de residencia.

Por lo general los viajes se hacen para visitar más de un lugar o asistir a más de un evento, así que habría que determinar la parte del costo que corresponde al patrimonio a valorar.



MÉTODO DE PRECIOS DE MERCADO

DESCRIPCIÓN



Parte de suponer que los precios de mercado reflejan el valor de un bien patrimonial o manifestación, lo cual solo es cierto en *condiciones de competencia perfecta* (cuando ningún oferente o demandante tiene influencia suficiente como para alterar por sí solo el valor de un bien).

Este método toma como medida de valor los precios e ingresos que se pagan por acceder a un determinado bien o manifestación. Con esta información se construyen las curvas de demanda y se determina el excedente del consumidor, que es la sumatoria de las ganancias de los consumidores al pagar por un bien o un servicio, una suma menor que la que hubiera estado dispuesto a pagar.

Los ejemplos de precios de mercado son el valor de la entrada a un museo, o el costo del ingreso a un evento en el marco de una celebración.



MÉTODO DE PRECIOS DE MERCADO

INSTRUMENTO



- En los mercados perfectos, las preferencias y los costos marginales de producción se reflejan en los precios de mercado, lo cual implica que si estos datos están disponibles se pueden tomar como una información precisa del valor de un producto.
- El valor de este multiplicado por el producto marginal de servicios asociados es el indicador del valor de este servicio y, consecuentemente, del bien o servicio que se pretende estudiar. Por ejemplo, en el caso de un museo, la venta de boletería y de los objetos que vende el museo serían indicadores del valor del servicio museal.



MÉTODO DE PRECIOS DE MERCADO

VENTAJAS

Disponibilidad de datos. (Donde se tenga Mercado)

Los precios de mercado reflejan la disposición de pago privada por los costos y beneficios de un bien o manifestación.





MÉTODO DE PRECIOS DE MERCADO

LIMITACIONES



- Solo sirve para estimar el valor de bienes de mercado, por ello no sirve en el caso de los bienes públicos provistos a la sociedad sin cobrar por ellos o que son de libre acceso como, por ejemplo, un monumento, lo cual, por supuesto, no significa que no tengan valor.
- Debido a los fallos de mercado (externalidades o subsidios), la valoración a partir de precios de mercado puede no reflejar el valor real del bien.
- Se deben considerar los problemas de estacionalidad en los precios y otros efectos que puedan afectarlos cuando se vaya a realizar el análisis económico con esta información.

MÉTODO DE PRECIOS HEDÓNICOS

DESCRIPCIÓN



Este método divide un bien o servicio en los atributos que lo componen y valora cada uno de ellos a precios que son observables en el mercado de manera independiente.

Estos precios implícitos se suman para formar el precio total del bien o servicio a valorar, calculando un peso asociado para cada uno de los atributos con el uso de métodos econométricos. De esta manera es posible encontrar una función de demanda para cada característica, y el excedente del consumidor.

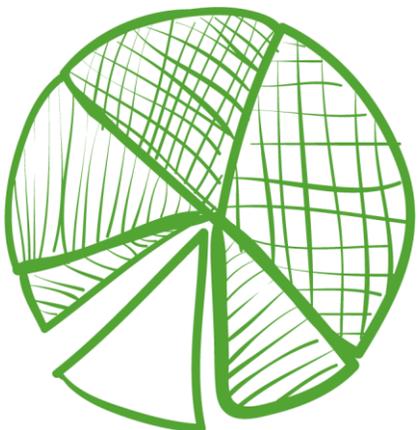
Ejemplo: una forma indirecta de determinar el valor de la muralla de Cartagena es estimando la proporción del precio que corresponde a esta característica en las casas localizadas en esta zona.

Los supuestos básicos de este modelo son que el bien o manifestación posee características objetivas y medibles, que los consumidores individuales valoran las características de manera diferente, y que la relación entre los bienes y las características es lineal y aditiva.



MÉTODO DE PRECIOS HEDÓNICOS

INSTRUMENTO



Para valorar un bien o manifestación es necesario obtener primero datos de las características que lo componen, luego se procede a estimar estadísticamente una función que relacione de una manera específica el valor del bien a las características asociadas. Las características pueden ser datos de panel o variables dummy.

La función resultante mide la porción del precio que se puede atribuir a cada característica, de esta manera se puede determinar el valor de conservar una característica específica del bien. El cambio en el valor de un bien resultante del cambio marginal en una de sus características es lo que se denomina el “precio hedónico”, y puede ser interpretado como el costo adicional que la hace marginalmente “mejor” al bien en términos de una característica en particular y, por lo tanto, la disponibilidad a pagar de las personas por esta característica.

El modelo asume que los precios se ajustan rápidamente si hay cambios en los atributos, lo cual no es siempre cierto.



MÉTODO DE PRECIOS HEDÓNICOS

VENTAJAS

Puesto que la información obtenida se basa en precios de mercado es un modelo cuyos resultados son menos fáciles de controvertir.

Si hay disponibilidad de datos la aplicación del modelo es poco costosa.



MÉTODO DE PRECIOS HEDÓNICOS

DESVENTAJAS



Puede haber dificultad en la obtención de datos para la estimación del valor de algunos bienes y su levantamiento puede resultar muy costoso.

Para la valoración de bienes públicos se requiere de la información del consumo sobre bienes privados (como en el ejemplo de los ruidos generados por los aeropuertos, en el que para valorar el costo de la contaminación auditiva se requiere información sobre los precios de la finca raíz).

Los resultados varían mucho dependiendo de la especificación del modelo (es decir de la inclusión de un determinado grupo de características y no otras).



EL PATRIMONIO CULTURAL HOLANDÉS DE TIELER EN CULEMBORGWAARD



- Con el método de precios hedónicos se puede encontrar los beneficios económicos de preservar las ruinas y construcciones patrimoniales en el área de Tielér en Culemborgerwaard. El área contiene ruinas de civilizaciones celtas, bávaras y romanas que datan desde la Edad Media, así como construcciones históricas.
- Con este método se estima el impacto de preservar el patrimonio cultural en el precio de la vivienda, para ello se incluye en la regresión del precio de la vivienda habitacional una serie de variables que expresaran el valor histórico y cultural de dichas edificaciones tales como declaratoria (declarado bien de interés cultural nacional, municipal, potencial o ninguno), año de la construcción, estilo arquitectónico, autenticidad (original, adaptado parcialmente o adaptado totalmente) y cantidad de elementos históricos en la fachada.



EL PATRIMONIO CULTURAL HOLANDÉS DE TIELER EN CULEMBORGWAARD

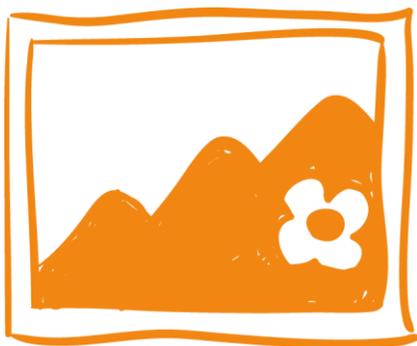
- Con base en una **muestra de 591 casas**, se estima que el Plan de Conservación del Patrimonio Cultural genera un **incremento en el valor** de las viviendas habitacionales de aproximadamente **21.6 millones de euros**.
- Los resultados del estudio también muestran que la autenticidad **incrementa el valor** de una casa en **aproximadamente 30,000 euros**, mientras que un **elemento histórico adicional en la fachada incrementa el precio en 3,777 euros**.





MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN



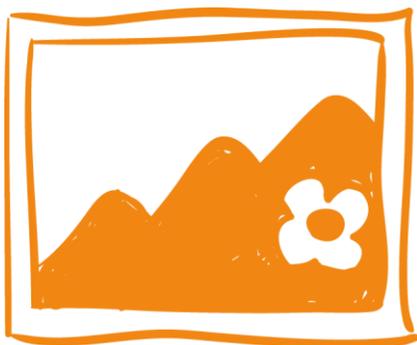
Este método toma como medida de valor de un bien el costo que tendría reemplazarlo por otro de características similares cuyo valor es conocido en el mercado.

Este valor no corresponde necesariamente al valor de mercado del bien, por esto se distingue claramente del valor del bien en efectivo, lo cual quiere decir, por ejemplo, que en el caso de la pérdida de un inmueble, el costo de sustitución corresponde a lo que costaría volverlo a construir en condiciones similares a las de antes de la condición de pérdida, no al valor que la propiedad tenga en el mercado; y en el caso de una obra de arte, del costo de obras con características similares disponibles en el mercado.



MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN



Este método asume la existencia de sustitutos perfectos de los bienes o por lo menos lo suficientemente cercanos, de modo que también asume que no existen pérdidas que no puedan ser compensadas lo cual no es necesariamente cierto para algunos tipos de bienes escasos.

Otro supuesto importante del modelo es que **debería existir evidencia de que el bien o manifestación sería demandada por la sociedad si estuviera disponible al precio de la alternativa de costo más baja.**

Esta condición garantizaría que los costos de reposición no están siendo sobrevaluados. Si todos los individuos no estuvieran dispuestos a pagar por el valor total en el agregado, se estaría sobreestimando el valor del bien.



MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

INSTRUMENTO



Para aplicación de este método se deben seguir tres pasos:

- **Caracterizar el bien o manifestación patrimonial ,**
- **Los costos de sustitución asociados,**
- **Los bienes que sustituirían la pérdida o las diferentes técnicas de reposición;**

Con esto, identificar la alternativa de menor costo y establecer la demanda pública de esta alternativa.

Para estimar el valor de un bien por medio de una alternativa efectiva en costos se debemos analizar las diferentes formas que estén disponibles para reemplazar el bien o combinaciones de ellas.



MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

INSTRUMENTO



Para cada nueva valoración se debe decidir cuál es la cantidad razonable de alternativas de reposición que se debe evaluar y escoger la de menor costo.

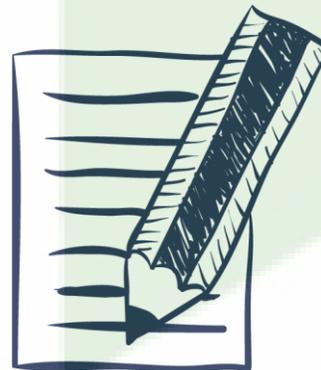
Se debe garantizar la condición de que los costos de reposición no excedan la cantidad que las personas estarían dispuestas a pagar. No obstante, para un determinado tipo de bienes es posible transferir la información de encuestas previas.



MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

VENTAJAS

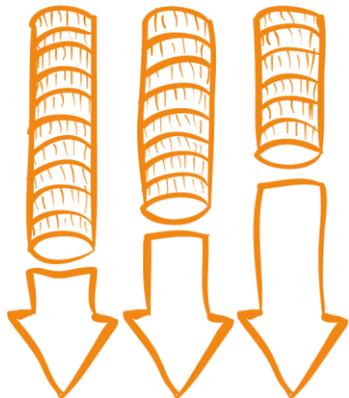
- | Disponibilidad de la información y tiempo de evaluación.
- | Se trata de la **metodología de uso común y de fácil comprensión.**





MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

DESVENTAJAS

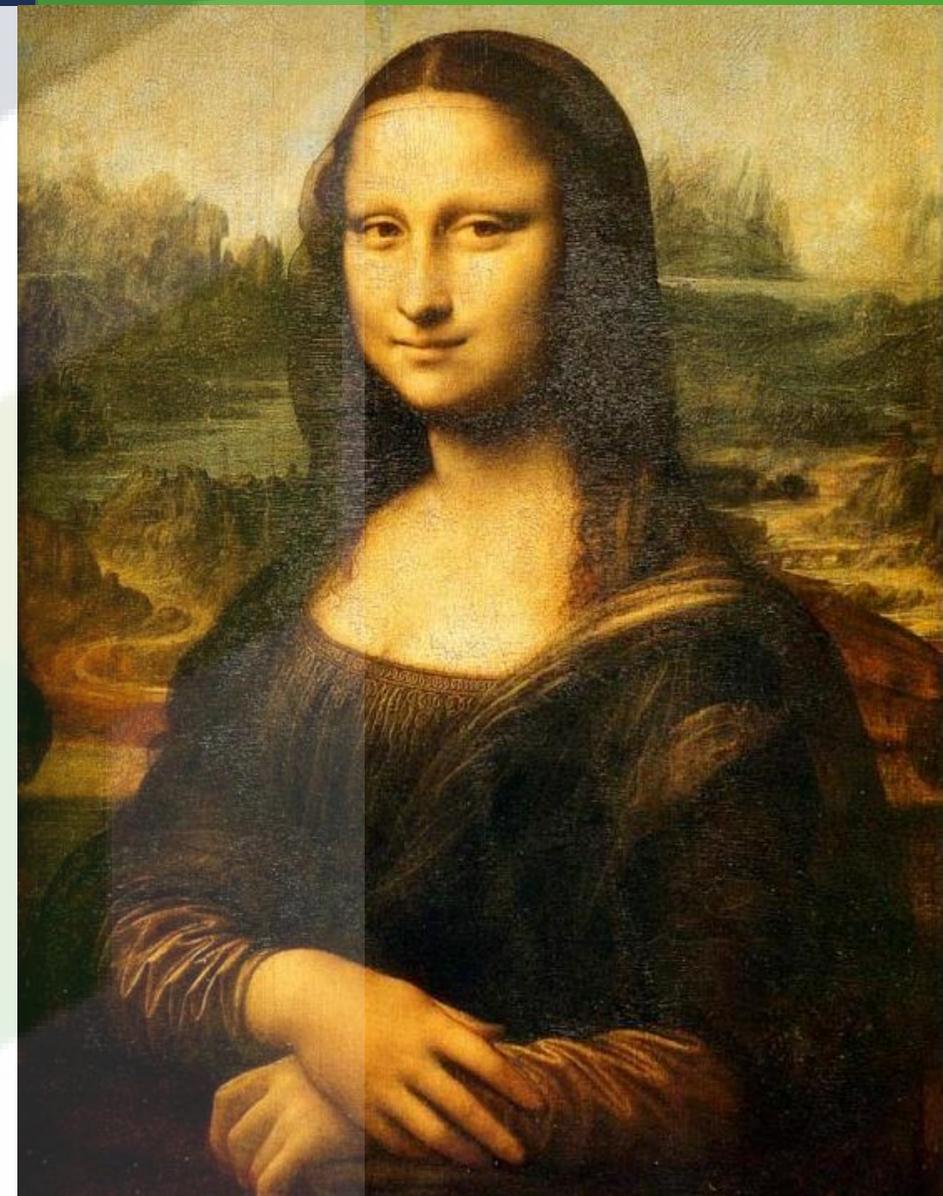


- Este método funciona bajo el supuesto de que es posible encontrar sustitutos de los bienes o manifestaciones inmateriales.
- **Cuando se trata de bienes patrimoniales que son únicos e irremplazables, su pérdida implicaría un costo infinito para la humanidad.** Este costo infinito no implica que no se pueda estimar un valor de reposición del bien, sino que este valor de reposición no reflejaría la contribución única al acervo cultural de la humanidad.
- Esta metodología se llama una “inocente teoría del costo”. Ya que, aquellos que dicen que los costos son fáciles de medir ignoran el hecho que todo costo implica una pérdida de utilidad para los individuos, lo cual crea simetrías entre los beneficios y los costos, con lo cual se concluye que los costos son tan difíciles de medir como los beneficios.



¿CUÁNTO POR LA MONALISA?

- Ninguna pintura de significancia histórica y nacional comparable ha salido al mercado en los últimos cien años. Solo se puede especular, y aun así, estaríamos errados. Es por ello que los expertos prefieren no dar cifras, incluso si la gente quiere saberlo. Si una pintura es **invendible, irremplazable e invaluable**, no tiene ningún objeto que los expertos especulen sobre su valor.
- ¿Las obras de arte invaluable se pueden asegurar?
- Básicamente cualquier pintura se puede asegurar. Pero pinturas como La Monalisa en sus lugares habituales dentro de un museo por lo general no están aseguradas y tampoco se dan en préstamo. Si se perdieran o se dañaran todos los ciudadanos sufrirían una pérdida. Así que el asunto del seguro no surge en un caso como estos. En ocasiones pinturas muy preciadas son dadas en calidad de préstamo para alguna exhibición importante, y por este motivo deben ser aseguradas. En este caso se utiliza un avalúo pro-forma, que ciertamente es menor que el que un tesoro como este costaría en el mercado.





ICAA
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL

¿CUÁNTO POR LA MONALISA?



Algunas veces los precios en el mercado del arte parecen poco transparentes, incluso absurdos.

Cómo se debería determinar el precio de una pieza de arte en el mercado?

Los precios en el mercado del arte no son tan absurdos. Una casa de subastas, un comerciante o el dueño de una galería antes que nada obtiene orientación de los precios que han sido pagados por ítems comparables en los últimos años. Esta evaluación inicial también se ve influenciada con frecuencia por señas de los compradores potenciales. Generalmente, **las casas de subasta y los dealers saben con bastante exactitud lo que sus clientes están dispuestos a pagar si una obra de arte extremadamente rara y valiosa apareciera en el mercado.**

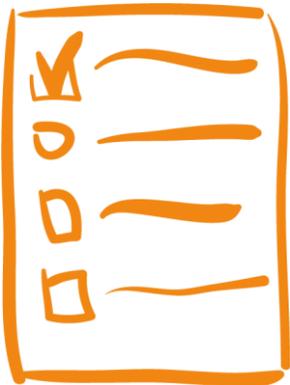
Sin embargo, las palabras no establecen un precio de mercado. Este solo está en firme hasta que un coleccionista ponga el dinero en la mesa para comprar una obra de arte.





VALORACIÓN CONTINGENTE

DESCRIPCIÓN



En ausencia de un mercado real se simula un mercado a través de encuestas a consumidores y consumidores potenciales en donde se les interroga acerca del precio que pagarían por un determinado bien o servicio si tuvieran que adquirirlo. En este caso el entrevistador representa la oferta, y el entrevistado representa la demanda.

Este método procura **encontrar la máxima disposición a pagar por la provisión o mejora de un bien** de no mercado o la mínima disposición a ser compensado por la pérdida o disminución de su disfrute.

En el caso de bienes de **no mercado**, la **disposición a pagar es equivalente al beneficio obtenido por el consumidor.**

Se le denomina contingente porque a diferencia de otros métodos de estimación interroga directamente a una muestra poblacional por su valoración de un bien determinado.



VALORACIÓN CONTINGENTE

DESCRIPCIÓN



Este método es particularmente importante para medición del patrimonio cultural porque **permite obtener información acerca del valor de no-uso de un bien o manifestación** como, por ejemplo, el valor que le otorga la gente a la existencia de un bien que es patrimonio mundial de la humanidad: Ciudad Colonial de Santo Domingo, Machu Pichu, el Carnaval de Barranquilla, el Carnaval de Rio, o el día de los Muertos en México, al hecho de que se preserve para generaciones futuras.

Otra ventaja es que permite conocer antes, la disposición a pagar de las personas por un bien como, por ejemplo, cuanto estarían dispuestas a pagar por tener una vivir cerca a un sitio catalogado como patrimonio histórico.



VALORACIÓN CONTINGENTE

INSTRUMENTO



Se puede captar la disposición a pagar en encuestas a través de la formulación de diferentes tipos de pregunta, que pueden ser:

- Cerrada (valor Único)
- De opción múltiple, (en donde se pregunta unas sumas específicas de dinero)
- Pregunta abierta sobre el monto que estaría dispuesto a pagar.

Una forma usual de pregunta para estimar la disposición a pagar consiste en preguntar al encuestado si **su disposición a pagar sería mayor, igual o menor a una cifra dada. Si se obtiene “menor” se le vuelve a preguntar estableciendo otro rango inferior hasta encontrar el límite, luego con base en esta respuesta, se le pregunta el valor máximo que pagaría.**

Para realizar la agregación de los datos, se suele obtener la media o la mediana de las respuestas dadas y se multiplica por las personas que forman la población en estudio. La forma más usada es la de obtención de la mediana.



VALORACIÓN CONTINGENTE

VENTAJAS

- Estima los valores de uso y no-uso de los bienes y servicios en ausencia de mercados reales.
- A diferencia de otros métodos mide directamente los efectos sobre los usuarios.





MÉTODO DE COSTOS DE SUSTITUCIÓN

DESVENTAJAS



- La disposición a pagar puede estar sobreestimada ya que al obtener la información con la construcción de un mercado hipotético puede sesgarse por una serie de **factores emocionales**, por lo tanto, no se traslada a un pago real.
- Otros sesgos como percepción incorrecta del contexto, pistas implícitas para la evaluación y **complacencia de los entrevistados con los entrevistadores**.
- Corresponde a una medición en un solo momento del tiempo.



EL MODELO DUAL DE PRECIOS DEL MUSEO NACIONAL DE IRÁN



- Un análisis realizado en el 2013 usando la metodología de valoración contingente determinó dos tarifas de entrada diferentes para acceder al **Museo Nacional de Irán**, una para turistas extranjeros y otra para residentes. Se estableció una relación entre la disposición a pagar de los turistas con sus características socioeconómicas, geográficas y psicológicas, y se estableció que cada segmento difiere sustancialmente del otro tanto en sus características como en su comportamiento.
- Contrario al sentir de los residentes, los turistas extranjeros estaban dispuestos a pagar por una tarifa de entrada sustancialmente mayor que la que estaba vigente sin disminuir significativamente el excedente del consumidor. El precio de entrada del museo en el 2012 era el equivalente a USD 0.71 por adulto tanto para residentes como extranjeros. Con la aplicación de encuestas y su posterior análisis a través de métodos estadísticos, se encontró que la media de la disposición a pagar de los residentes era de USD 0.70 y la de los extranjeros USD 6.34.
- Como se puede verificar en la página web de turismo en Teherán, para el año 2013 el museo adoptó un sistema dual de precios y los extranjeros pagan alrededor de US 5 por entrada.



MÉTODO DE ELECCIÓN O ANÁLISIS EN CONJUNTO

DESCRIPCIÓN



En este tipo de modelación se le presenta al encuestado una serie de escenarios alternativos y se le pide que de un set de posibilidades seleccione sus preferidas o asigne diferentes puntuaciones dependiendo de sus preferencias, tomando como línea de base la situación actual del bien o servicio.

Con los resultados se realiza un mapa de preferencias y valores correspondientes a las alternativas y atributos relevantes con el fin de observar que los niveles de bienestar cambian en función de los atributos que lo componen.

Este acercamiento no pregunta directamente por la disposición a pagar, sino que la infiere a partir de técnicas estadísticas de acuerdo con las escogencias, rankings y puntuaciones que proporcionan los encuestados.



MÉTODO DE ELECCIÓN O ANÁLISIS EN CONJUNTO

DESCRIPCIÓN

Para la aplicación de este método se asume que cualquier bien o manifestación puede ser representado como una lista de características, por ejemplo, en el caso de un museo se podría hablar del tamaño de la colección, las instalaciones, las exposiciones del museo, etc.

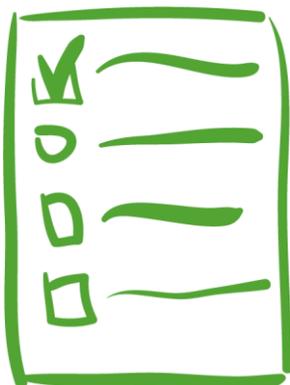
Si el interés principal es valorar económicamente cada una de las características y no el bien en su totalidad, se puede aplicar esta metodología. Sin embargo, los cambios en las características de interés no deben estar correlacionados, y debe existir un claro trade-off entre ellas.





MÉTODO DE ELECCIÓN O ANÁLISIS EN CONJUNTO

INSTRUMENTO



Se realizan encuestas en las que se evalúan las características que componen el bien o manifestación. Estas características pueden ser determinadas en grupos focales, revisión de la literatura existente, discusiones o preguntando a los usuarios, normalmente se recomienda no escoger más de seis atributos.

Modelado de las preguntas divididas en **cuatro categorías**:

- **Escogencia:** Usualmente se le pide al entrevistado que escoja entre dos alternativas, versus status quo.
- **Ranking contingente:** Se solicita rankear una serie de alternativas.
- **Puntuación contingente:** Se pide calificar escenarios alternativos de acuerdo a una escala de puntuación numérica.
- **Comparaciones en pares:** Se pide calificar pares de escenarios en escalas similares.



MÉTODO DE ELECCIÓN O ANÁLISIS EN CONJUNTO

INSTRUMENTO



Se formula preguntas, y se dan opciones en las que varían las cantidades de cada atributo específico con respecto a una línea base

Se pide a los encuestados que escojan entre una alternativa a, b, o ninguna. Si el encuestado escoge ninguna quiere decir que no se asegura ningún tipo de beneficio en relación al status quo pero tampoco se incurre en costos.

El análisis de los resultados requiere la escogencia de una función

Generalmente es una **función lineal que combina costos y atributos, posteriormente mediante un análisis econométrico la media y la mediana de la disposición a pagar con sus respectivos intervalos de confianza.**

La medida del bienestar se mide analizando cómo cambia la utilidad de los consumidores si los atributos cambian su nivel actual y expresando este cambio en términos monetarios.



MÉTODO DE ELECCIÓN O ANÁLISIS EN CONJUNTO

VENTAJAS



- Evalúa múltiples aspectos sobre un bien o servicio.
- El encuestado responde de manera diferente a la forma dicótoma, es decir, elegir entre a, b, o ninguno.
- Evita el problema de encuestados reacios a asignar un valor por el consumo de un bien o manifestación



MÉTODO DE ELECCIÓN O ANÁLISIS EN CONJUNTO

DESVENTAJAS

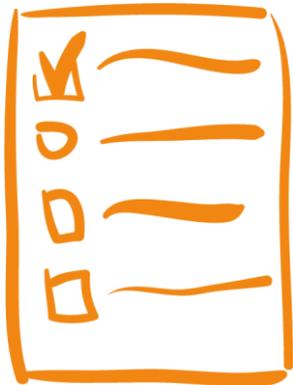


- Se debe asumir que el valor de un bien es igual a la sumatoria de sus características, lo cual puede no siempre es cierto.
- No refleja necesariamente la voluntad real de pago.
- Los cuestionarios diseñados pueden ser engorrosos, extensos y difíciles de llenar.
- Se pueden presentar problemas estadísticos si las características están correlacionadas entre sí.



Método AHP (Analytic Hierarchy Process)

DESCRIPCIÓN

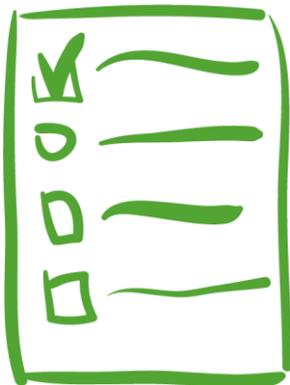


Método AHP (Analytic Hierarchy Process), herramienta matemática (sobre la base de matrices) propuesta para la toma de decisiones en 1980 por Tomás Saaty (Profesor de la Universidad de Pittsburgh), aplicado por la Universitat Politècnica de Valencia a la valoración inmuebles, futbolista, activos ambientales, y también aplicado a la valoración del patrimonio histórico, para lo cual se plantea la secuencia de cuatro niveles descendentes de operaciones



Método AHP (Analytic Hierarchy Process)

INSTRUMENTO



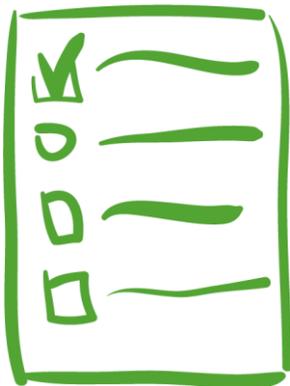
DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES PRINCIPALES Y SECUNDARIAS, definidas mediante participación de profesionales expertos en cada de los tipos de activos patrimoniales. Como pueden ser

- a. **URBANÍSTICAS:** calidad de usos y ocupación dominantes, relación con foco monumental y afinidad con perfil urbano
- b. **ARQUITECTÓNICAS:** proporción y conformación de fachada, calidad de espacios interiores (zaguán-patio-galerías) y posibilidad de ampliación (parqueos)
- c. **MATERIALES:** la fachada (elementos ornamentales), estado de conservación (rubros construcción), puesta en valor (rubros recuperables) e instalaciones especiales (visibles y ocultas)
- d. **HISTÓRICAS:** importancia de vivencias y acontecimientos
- e. **CULTURALES:** Bailes, actividades artísticas, musicales, costumbres etc



Método AHP (Analytic Hierarchy Process)

INSTRUMENTO



La cuantificación de las comparaciones pareadas provee los datos a las matrices (en forma de fracciones en que uno de los términos siempre será 1, el otro es una de las 9 posibilidades de valor o calificación (tabla propia del método AHP conformado por 5 posibilidades más 4 intermedias), cuyo resultado posibilita la obtención de los vectores propios o peso ponderado de cada variable secundaria con respecto a la meta variable o variable principal de su pertenencia.



Método AHP (Analytic Hierarchy Process)

VENTAJAS



- Evaluación integral incluyendo los valores de uso y de no uso, bien o Actividad cultural.
- Estructura jerárquica: El AHP refleja la tendencia natural de la mente a clasificar elementos de un sistema en diferentes niveles y a agrupar elementos similares en cada nivel.



Método AHP (Analytic Hierarchy Process)

DESVENTAJAS

Se debe asumir que el valor de un bien es igual a la sumatoria de sus características, lo cual puede no siempre es cierto.

El AHP permite analizar por separado la contribución de cada componente del modelo respecto al objetivo general.





CANAVAL DOMINICANO

- **La Vega** es una ciudad y municipio de la República Dominicana, que está situada en la provincia de La Vega, de la que es capital. La aldea primitiva fue creada en 1494 por Cristóbal Colón pero se trasladó después de un gran terremoto en los años 1560.
- **Tiene una población de 220.000 Hab.**
- Forman parte del patrimonio cultural de La Vega: el Convento de la Orden de la Merced, Las Ruinas del Monasterio de San Francisco y del Fuerte de La Concepción, los Restos de la Antigua Ciudad de La Vega y el Santo Cerro.
- **El Carnaval Vegano es uno de las actividades más importantes y famosa de la República Dominicana** que atrae miles de visitantes locales y extranjeros a la ciudad de La Vega, desde hace varios años.
- Este carnaval es considerado el mejor del país y el Caribe; se celebra todos los domingos durante el mes de febrero por motivo de la celebración del Día de la Independencia dominicana y en ciertas ocasiones se extiende hasta marzo





CANAVAL DOMINICANO

- La festividad se caracteriza por la formación de grupos disfrazados de “diablos cojuelos” quienes forman comparsas y salen a las calles con sus trajes de colores a desfilan por la ciudad.
- Dicha celebración por años ha sido monetizada por que es de interés para los visitantes que se trasladan de diferentes partes del país y el mundo a conocer la cultura.
- **La Vega recibe unas 200,000 a 250,000 personas cada domingo**, alrededor de un millón de persona al mes y está moviendo **unos 500 millones de pesos dominicanos (U\$9.274.000)** por todo el mes de Febrero. Además invierten al año en **unos 50 millones de pesos (U\$927.000)** en disfraces.





TURISMO EN REPUBLICA DOMINICANA



NA CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL

- En los últimos ocho años la República Dominicana registró un crecimiento promedio anual del (**5%**) **cinco por ciento en la llegada de turistas**, al sumar **45.2 millones de visitantes entre 2012 y 2019**. (Fuente: ministerio de turismo)
- Durante ese periodo lo visitaron 38,7 millones extranjeros no residentes, que representan el 85,6 % del total, mientras que los dominicanos no residentes sumaron 6,4 millones, un 14,4 % del total.
- En cuanto a los ingresos en divisas por la actividad turística, el país ingresó en esos ocho años un total de **US50.634,5 millones de dólares**.
- El turismo es el propulsor de la economía dominicana y aporta el **7,6 % del producto interior bruto (PIB)**, aunque de forma indirecta llega a tener un impacto en cercano al **22 % de la economía local**.





DÍA DE LOS MUERTOS

- La Celebración de Muertos durante el año 2018, se celebró del 27 de octubre al 4 de noviembre.
- Esta es una tradición declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en 2003, e instaurada en la Ciudad de México por decreto en 2016.
- **Solo el desfile lo presenciaron más de un millón de personas.** Esta tradición ha atraído a viajeros de todo el mundo.
- **Es un evento con raíces históricas y algunos tintes de modernidad, que da una proyección y promoción internacional a México, a su riqueza cultural y turística.**
- Y esta costumbre ha sido ampliamente promocionada por la película “Coco”, lo cual ha fomentado el deseo por vivir esta celebración por personas de muchos países del mundo.





DÍA DE LOS MUERTOS

- En esta fiesta se unen temas como la gastronómica, la cocina tradicional, la variedad musical y una serie de elementos enseñan la identidad que otros países no tienen. Representa la importancia de las familias en México, al ser una festividad entre parientes, en la que se destacan los valores personales
- Turistas recibidos : > **2.000.000**
- En el **sector hotelero** se tuvo una ocupación de alrededor de **165,520** turistas hospedados en la Ciudad de México, de los cuales **132,135** fueron nacionales y **32,115** extranjeros. Dejando un recaudo de **963 millones** de pesos, lo que equivale a 52.1 millones de **dólares**.
- **Ingresos:** se generaron **25,586 artículos** relacionados al Desfile del Día de muertos, equivalente en dólares a **442.8 millones**, caso 24 millones de dólares.
- Es una celebración que tiene un gran impacto económico para el país.



Valoración económica del patrimonio

Métodos de valoración del patrimonio

Valor de Uso

Beneficios generados con el consumo el bien o el servicio patrimonial

Preferencias reveladas (Mercados reales)

Directo

Producción y empleo generados en el sector

Indirecto

P&E generados por consumos del sector patrimonial a otros sectores

Incidente

P&E por grados de consumo de los salarios de empleos directos e indirectos del sector patrimonial

Basados en datos de mercado

De arriba hacia abajo (top-to-bottom)

A través de las matrices insumo, producto o a través de la cuenta satélite de turismo con la estimación de factores de imputación

De abajo hacia arriba (bottom-to-top)

Encuestas/agregación de datos a través de usuarios del bien o servicio patrimonial o empresarios del sector o sectores relacionados

Métodos ad hoc

Estimación mediante consultas a expertos y uso de indicadores de un área geográfica para ser aplicados en otra.

Basados en mercados de referencia

Precios de mercado

Toma como medida de valor los precios e ingresos que se pagan por acceder a un determinado bien o servicio

Método de costo de viaje

Toma como medida de valor los costos por desplazamiento para poder acceder a un bien o servicio

Métodos hedónicos

El bien o servicio se descompone en cada uno de sus atributos y se valoran individualmente

Métodos de costos de sustitución

El valor se constituye con el costo de lo que costaría reemplazar el bien o servicio

Usos: Medición de flujos económicos; construcción de cuentas satélite, comparación en términos económicos con otros sectores y otros países; valoración del sector cultural frente a la opinión pública y sectores del gobierno, toma de decisiones en materia de inversión

Valor de no Uso

Valoraciones abstractas sobre el patrimonio

Preferencias declaradas (Mercados hipotéticos)

Optativo

Valor de uso futuro del patrimonio

De existencia

Beneficio a través de la creencia en la continuidad de la existencia de patrimonio

De Legado

Valor de conservar el patrimonio para generaciones futuras

Valoración contingente

Se indaga por la voluntad a pagar por un determinado bien o servicio

Modelos de elección

Se presentan escenarios alternativos y se pide al encuestado seleccionar las que prefiere

Usos: Estimación de precios de reserva; obtención de la información para la creación de nuevos servicios asociados al patrimonio, campañas de mercadeo, etc.; conocer la disposición de los ciudadanos a aportar a recursos o pagar impuestos para la conservación de un patrimonio específico; toma de decisiones en materia de asignación de recursos presupuestales



ICV CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL DE VALUADORES





INA CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL
DE VALUADORES



¡Gracias!

Juan Guillermo Rueda juan.rueda@equityr.com