

patrimonio cultural y la promoción del turismo cultural, entre otras estrategias, se han venido implementando para dinamizar el proceso de desarrollo local (Soto, 2006).

Una de las expresiones más representativas del capital cultural que hoy poseen los territorios, son los museos. En un estudio de 2010, Espinal y Echavarría, afirman que los museos se presentan como organizaciones culturales que ocupan un importante lugar en la sociedad, ya que desde sus actividades misionales de formación, educación y reconocimiento y exhibición del arte, incentivan a la población a desarrollar sus capacidades creativas y a buscar nuevas formas de convivencia que mejoren la calidad de vida, incentivando de esta forma los procesos de innovación. Así, los grandes museos contemporáneos se proyectan como lugares de atracción de masas, capaces de cautivar a la sociedad por sus grandes exposiciones y/o por la osadía de su arquitectura, de generar nuevos flujos económicos y empleo directos e indirectos y de transformar las condiciones de vida de los habitantes del lugar en donde se encuentran.

Los museos se han convertido además, en un objeto de estudio por diferentes disciplinas, no solo por su capacidad de cohesión social, sino por el reconocimiento de su importancia dentro de los procesos políticos, sociales y económicos; situación que ha generado un incremento exponencial en el número de publicaciones académicas sobre los museos como institución social¹, llamando la atención aquellos estudios y análisis de los mismos desde una perspectiva económica²:

El museo moderno se muestra como una institución renovada y en constante crecimiento, perfectamente capaz de competir no ya con otras alternativas culturales, sino con otras formas de ocio. Es tema obligado de las políticas culturales, tópico de rigor en las publicaciones relacionadas a la cultura, y espina dorsal de una nueva forma de turismo, como es el turismo cultural. (Asuaga y Rausell, 2006, p. 84).

Es entonces, a través de los museos que se gestan nuevas formas para la planificación e implementación de las estrategias de desarrollo. De acuerdo con Aparicia, Charterina y Vidal (2012), los museos producen impactos económicos que se expresan en las rentas directas por las ventas de sus servicios, en las transformaciones del entorno por los nuevos usos urbanos del suelo, en la creación de nuevos empleos, en el impulso a las industrias culturales y creativas y en los servicios demandados por los turistas y visitantes de la ciudad, generando un efecto multiplicador en la economía. Estos museos también

¹ En revistas como: *Curator, Museums News Revue, Museums Journal, Journal of Conservation and Museum Studies, Museum Management and Curatorship, Museo.es* y la revista del *International Council of Museums –ICOM–*.

² En revistas como: *Journal of Management Development, Journal of Cultural Heritage, Journal of Cultural Economics, Journal of Cultural Management, Journal of Cultural Policies, Accounting Auditing and Accountability Journal* y la Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión.

causan impactos sociales como: revitalización del espacio público, fomento de la participación ciudadana, programas de educación, nuevos espacios para el disfrute del arte y la cultura, mejoran la imagen de la ciudad y cohesionan la comunidad. En otras palabras, los museos juegan un papel importante dentro de las políticas de desarrollo económico local.

En general, una política centrada en el capital cultural de los territorios, potencializa las capacidades creativas, de emprendimiento e innovadoras de una población en términos de confianza en sí misma y despliegue de imaginación, iniciativa, cooperación y receptividad a las ideas y propuestas, que generan cambios sustantivos en los procesos de progreso material, equidad, justicia y sostenibilidad, reflejado en el crecimiento económico y en el mayor bienestar social (Albuquerque, 1994; CEPAL, 2005; Rausell, Abeledo, Carrasco y Martínez, 2007).

Este estudio presenta evidencia a favor de esta relación, a través de una aplicación en el Museo de Antioquia de la ciudad de Medellín (Colombia). La elección de la ciudad obedece a que se ha convertido en un símbolo de reconstrucción social debido a la implementación de políticas que buscan posicionarla como un centro cultural que facilita el desarrollo de actividades innovadoras y el potencial creativo. Como parte de esta estrategia se ha centrado la atención en diferentes activos culturales, como es el Museo de Antioquia, que se ha convertido en el eje central del Plan Especial de Manejo del Centro de la ciudad y del *cluster* de Turismo. En este sentido, el trabajo hace un aporte desde la aplicación empírica que permite nutrir la discusión teórica y proponer nuevas metodologías.

El Museo de Antioquia como instrumento del desarrollo local

Medellín es la capital del departamento de Antioquia, localizada en la zona noroccidental de Colombia sobre la cordillera occidental, con una superficie de 380,64 km². Es la segunda ciudad más grande del país con una población estimada para el 2014 de 2.751.108 habitantes (DANE, 2005). Se le conoce como la “ciudad de la eterna primavera” por la bondad de su clima y la amabilidad de su gente. Es una ciudad moderna que posee el único sistema de Metro en Colombia, y cuenta con importantes desarrollos en los sectores de servicios e industria (textiles y flores).

Desde el 2004 los gobernantes de la ciudad le han apostado a un nuevo modelo para la transformación de la ciudad basado en iniciativas de desarrollo local. Una de las políticas centrales de esta transformación es “Medellín Ciudad *Cluster*” que se estructura

generando una nueva institucionalidad entre el sector público, el privado y la academia, reconociendo en el capital social y cultural de la ciudad nuevas vocaciones económicas, que le permitan acceder a nuevos mercados y obtener un reconocimiento internacional. El impacto de estas políticas ha sido tan acertado, que el 1° de marzo de 2013, en el marco del concurso “La Ciudad del Año”, Medellín recibió el premio como la Ciudad más Innovadora; reconocimiento otorgado por el *Wall Street Journal* y el *Urban Land Institute*³. Es así como Medellín, una ciudad sitiada por atavismos ligados a su pasado mercantil, a un pasado de violencia y narcotráfico, se convierte en un laboratorio de políticas públicas, con nuevas vocaciones económicas, que pretenden cambiar los referentes con los que la ciudad es conocida y vivida por sus habitantes, hacia una transformación sustentado en su potencial local.

Objeto de estudio: Museo de Antioquia

El Museo de Antioquia que se fundó en 1881, es el primero en el departamento de Antioquia y el segundo en Colombia. Se creó con el fin de convertirse en una entidad representativa de los intereses educativos y culturales de la comunidad de la época; su patrimonio empieza a crecer con objetos provenientes de importantes momentos de la historia de Antioquia y del País. En su Misión se contempla como:

Un espacio de interacción educativa y cultural, que, a través de las artes, convoca a la participación de todos, reconoce y valora la diferencia, genera disfrute, pensamiento y reflexión a través del desarrollo de la sensibilidad, del diálogo polifónico e interdisciplinario, los saberes y las expresiones de las culturas. (Museo de Antioquia, «en línea»⁴).

Desde sus primeros años el museo es una entidad de derecho privado sin ánimo de lucro con autonomía para regir sus destinos. A partir de 1995, cuenta con una nueva sede (véase Fig. N° 2) que reúne todos los requerimientos museísticos espaciales y técnicos, para albergar importantes colecciones y obras donadas por el Maestro Fernando Botero. La discusión sobre la ubicación de la nueva sede centró la atención de todos los sectores de la sociedad local y nacional, alrededor de un proyecto cultural que beneficiara a la comunidad y le diera a Medellín el carácter de destino de interés turístico. Con una visión de futuro y con el arte en el papel protagónico, en una ciudad sin tradición artística, sin cultura de museos, altamente segregada y en un ambiente de conflicto político, económico y social, sin precedente en la región (Espinal, 2010).

³ Reconocimiento obtenido después de un largo proceso de estudios y votaciones del público, que al final le llevó a competir con las ciudades de Tel Aviv (Israel) y New York (Estados Unidos).

⁴ <http://www.museodeantioquia.org.co/> (consultado en junio 30 de 2012).

Fig. N° 2: Museo de Antioquia (Medellín – Colombia)



Fuente: Fotografía del 24 de octubre de 2007 tomada por César Augusto Serna, «en línea»⁵.

El Museo de Antioquia se consolidó bajo una visión urbanística integradora, convirtiéndose en el detonante de cambio para el centro de la ciudad, incrementando la actividad económica y mejorando la calidad de vida de amplios sectores de la ciudad. Está concebido como elemento estratégico en el Plan Especial de desarrollo del Centro de la ciudad, consolidando el corredor turístico, comercial y cultural de Carabobo, lo que le permite presentarse hoy como un:

Museo de larga trayectoria que ha renovado su proyecto de museo, mediante nuevas herramientas de gestión cultural, introduciendo valores sociales y educativos a su tradicional misión de investigación, conservación y difusión del patrimonio para incidir en el desarrollo cultural comunitario. El museo emprende un proceso de renovación de su planificación estratégica en aras de consolidarse como un centro cultural transformador de su entorno más cercano así como de la ciudad y la región de Antioquia. (Museo de Antioquia, «en línea»⁶).

El Museo ofrece exposiciones de arte permanentes, transitorias e itinerantes, visitas guiadas, programa de escuela libre, fondo editorial, centro de restauración y conservación, biblioteca, sala de cine, auditorios múltiples, sala virtual, restaurantes, cafeterías y tiendas. Es el centro de exposiciones permanentes más importante de la obra del artista Fernando Botero, ha generado actividades culturales y artísticas de carácter mundial para la ciudad. Ha recibido el premio a la Excelencia en la Gestión

⁵www.colombia.travel/es/images/stories/congresoseincentivos/congresosyconvenciones/Medellin/ours/museo-de-antioquia.jpg (consultado en junio 30 de 2012).

⁶ <http://www.museodeantioquia.org.co/> (consultado en junio 30 de 2012).

Cultural otorgado por el Ministerio de Cultura de Colombia, por posesionarse como un Museo símbolo de la ciudad y el premio “Colombiano Ejemplar” por haber dejado una huella imborrable en la historia a través de su trabajo por la construcción de un nuevo país para todos.

Metodología del estudio

Para el ejercicio empírico se propuso analizar el impacto en el desarrollo económico local, que perciben los habitantes y visitantes de la ciudad de Medellín, generado por el Museo de Antioquia. Para lograrlo, se diseñó un instrumento de recolección de información conformado por 17 preguntas, divididas en dos bloques; en el primer bloque se indagó por las percepciones que se tiene del Museo y su relación con el desarrollo económico local; y el segundo bloque de preguntas, recabó los aspectos socioeconómicos de cada encuestado. En la figura N° 3 se presentan las preguntas y variables definidas en el estudio.

Las percepciones que declaran las personas permiten demostrar la importancia que le confieren al Museo de Antioquia y su legitimidad social, es decir, si “la percepción generalizada o asunción de que las acciones de una entidad son deseables, adecuadas o apropiadas” (Suchman, 1995, p. 573) dentro de un sistema económico y social y por tanto, el Museo de Antioquia es considerado como instrumento clave para el desarrollo económico de la ciudad de Medellín.

Fig. N° 3: Preguntas y variables del estudio

Variable	Descripción
<i>Dllocal</i>	Considera usted que ¿la existencia del Museo de Antioquia es importante para el desarrollo económico y social de la ciudad de Medellín?
<i>Visita</i>	¿Ha visitado alguna vez el Museo de Antioquia?
<i>Motivis</i>	¿Cuáles son los motivos de su visita (o por los que visitaría) al Museo de Antioquia? (Puede marcar más de uno): Atractivo turístico y cultural (<i>Actturycul</i>); Mejorar mi educación y/o formación (<i>Educa</i>); Disfrutar de las experiencias del arte (<i>Arte</i>); Es parte de mi trabajo o estudio (<i>Trabyest</i>); Patrimonio de la ciudad (<i>Patri</i>); Relajación y ocio (<i>Relyoci</i>); Otras ¿Cuáles?
<i>Valormus</i>	Desde el conocimiento que usted tiene del Museo de Antioquia y su contribución en el desarrollo educativo y cultural en la ciudad, califique su importancia de 1 a 5, siendo 1: Muy Poco Importante a 5: Muy Importante.
<i>Deacuerdo</i>	¿Estaría usted de acuerdo con que el Museo amplíe y mejore sus servicios generando un mayor impacto en el desarrollo económico de la ciudad?
<i>Aporte</i>	Para que el Museo genere un mayor impacto en el bienestar social es necesario, que el gobierno, las empresas y las familias de la ciudad de Medellín ayuden a

Variable	Descripción
	subsidiar los costos asociados. ¿Estaría usted de acuerdo con hacer un aporte económico, por una sola vez, en la medida de sus posibilidades?
<i>Aspectos</i>	Por favor, ordene estos aspectos (Colecciones y Exposiciones del Museo; Seguridad de la zona; Nuevos Servicios del Museo; Impacto del Museo; Contribución Voluntaria por una sola vez) según la importancia que tienen para usted. Ponga 1 para el más importante y 5 para el menos importante.
<i>Adecuados</i>	¿Considera usted que estos (aspectos (Colecciones y Exposiciones del Museo; Seguridad de la zona; Nuevos Servicios del Museo; Impacto del Museo) son los adecuados, para que el Museo de Antioquia, produzca un mayor impacto en el bienestar de los habitantes y visitantes de la ciudad?
<i>Razonillo</i>	Ponga 1 para el más importante y 3 para el menos importante: Atrae a visitantes y turistas que demandan múltiples servicios y productos, incrementando el empleo de la ciudad (<i>Impateco</i>); Las actividades de educación y formación del Museo mejoran la calidad de vida de los habitantes (<i>Educalid</i>); El reconocimiento de su valioso patrimonio ha contribuido a la formulación de políticas públicas pertinentes para el desarrollo social (<i>Patrisocial</i>).
<i>Compramus</i>	¿Ha realizado alguna compra en Cafetería, Tienda o Restaurante del Museo?
<i>Compras</i>	En su viaje al Museo ¿Ha realizado alguna compra en los diferentes lugares comerciales del centro, que están a no más de diez (10) cuadras del Museo?
<i>Sexo</i>	Sexo del entrevistado: Femenino; Masculino.
<i>Edad</i>	Entre: 18 y 30 años; 31 y 40 años; 41 y 50 años; 51 y 60 años; Mayor de 60 años.
<i>Educación</i>	Nivel de Estudios: Ninguno; Primaria; Secundaria; Técnicos o Tecnológicos; Universitarios; Posgrado.
<i>Ocupación</i>	Estudia; Empleado; Empresario o Independiente; Ama de casa; Jubilado o pensionado; Desempleado; Estudia y Trabaja.
<i>Ingresos</i>	Los ingresos mensuales del entrevistado son entre ⁷ : \$0 y \$600.000 (0 – 334 USD); \$600.001 y \$1.500.000 (335 – 835 USD); \$1.500.001 y \$2.700.000 (835 – 1.502 USD); \$2.700.001 y \$4.200.000 (1.503 – 2.336 USD); Más de \$4.200.001 (> 2.337 USD).
<i>Residencia</i>	Medellín y Área Metropolitana; Fuera de Medellín y Área Metropolitana; En un departamento distinto a Antioquia; En un país distinto a Colombia.

Fuente: Gómez Jonathan, basado en los datos del estudio.

Se realizaron dos pruebas piloto, cuyo objetivo fue perfeccionar y validar el instrumento final para la recolección de información. La primera prueba piloto contó con veinte cuestionarios realizados entre el 25 y 27 de agosto de 2012; y la segunda prueba piloto recabó ochenta cuestionarios entre el 30 de agosto y 3 de septiembre. Los cuestionarios

⁷ Para el año 2012 un dólar equivalía a 1.796,41 pesos colombianos.

finales se llevaron a cabo durante el 4 y 23 de septiembre de 2012, de forma presencial y aleatoriamente a personas mayores de 18 años, con el apoyo de un grupo de estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín. Se aplicaron un total de 900 cuestionarios, distribuidos de la siguiente forma: 240 dentro del Museo de Antioquia; 160 alrededor del Museo, específicamente, en la Plaza Botero y; 500 en distintos lugares de la ciudad⁸, cubriendo diferentes zonas geográficas y estratos socioeconómicos.

Los cuestionarios diligenciados se introdujeron en una base de datos para darle tratamiento estadístico, donde las filas son las respuestas a las preguntas y las columnas las diferentes variables. Una vez codificados los valores de las variables, se formalizó un Modelo de Regresión Logística utilizando el software econométrico *Stata*, lo que permitió analizar el comportamiento de los encuestados y la percepción que tienen del Museo como instrumento para el desarrollo económico local.

En la formulación del Modelo de Regresión Logística se tomó como variable dependiente *Dilolocal*, por ser una variable dicotómica y contener la pregunta hipótesis del estudio. Se consideraron variables exógenas tales como percepciones del consumo cultural y de los servicios del Museo, características socioeconómicas de los encuestados, entre otras. Se presentan a continuación los análisis de los resultados obtenidos.

Análisis de los Resultados

Caracterización de la muestra

Las características socio-demográficas de los entrevistados se muestran en la Fig. N° 4. Se observa que esta muestra sigue una distribución y comportamiento cercano a las estimaciones y proyecciones para el año 2012, de acuerdo a los datos del último censo realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) de Colombia, en el año 2005.

⁸ Centro Administrativo La Alpujarra, Parque de los Pies Descalzos, Parque Norte, Parque Explora, Jardín Botánico, Parque de los Deseos, Parque de Belén, Parque El Poblado, Barrio Carlos E. Restrepo, Éxito de Colombia, Carrefour de la 65, Terminal de Transportes del Sur, Aeropuerto Olaya Herrera, Unidad Deportiva de Belén, Aeroparque Juan Pablo II, Parque Biblioteca San Javier, Paseo Junín, Torres de Bombona y Centros Comerciales: Camino Real, Los Molinos, Oviedo, SantaFé y Monterrey.

Fig. N° 4: Características socio-demográficas de la muestra del estudio

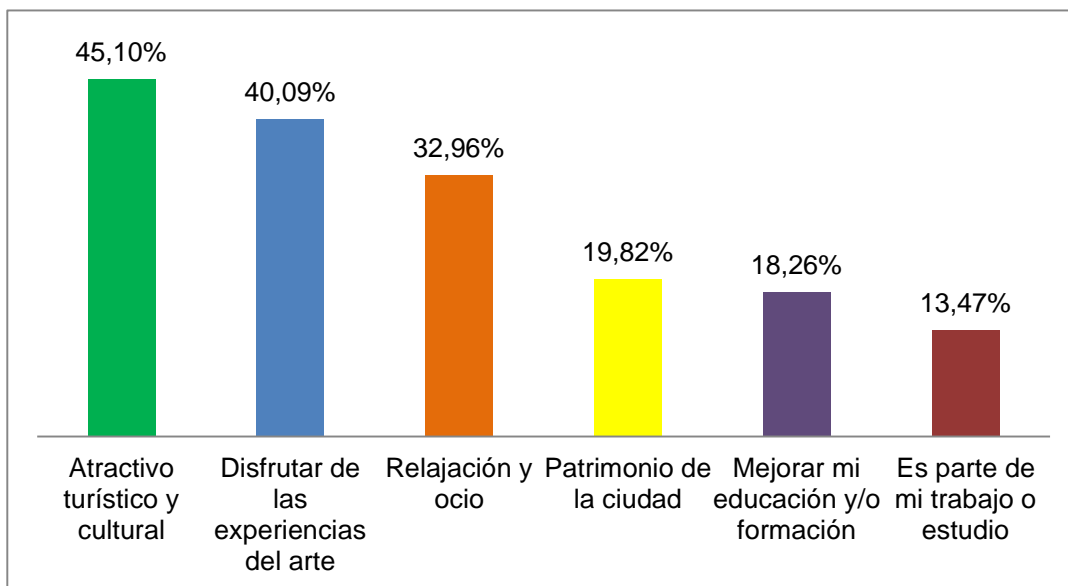
		Conteo	%
Género	Femenino	468	52,00
	Masculino	432	48,00
Edad	18 - 30 años	406	45,11
	31 - 40 años	184	20,44
	41 - 50 años	121	13,44
	51 - 60 años	109	12,11
	> 60 años	80	8,89
Educación	Sin Educación	3	0,33
	Primaria	79	8,78
	Secundaria	251	27,89
	Técnica y/o Tecnológica	158	17,56
	Universitaria	333	37,00
	Posgrado	76	8,44
Ocupación	Desempleado	56	6,22
	Ama de Casa	94	10,44
	Estudia	172	19,11
	Estudia y Trabaja	89	9,89
	Jubilado o Pensionado	57	6,33
	Empresario o Independiente	140	15,56
	Empleado	292	32,44
Ingresos mensuales	\$0 - \$600.000 (0 – 334 USD)	475	52,78
	\$600.001 - \$1.500.000 (335 – 835 USD)	183	20,33
	\$1.500.001 - \$2.700.000 (835 – 1.502 USD)	120	13,33
	\$2.700.001 - \$4.200.000 (1.503 – 2.336 USD)	76	8,44
	> \$4.200.001 (> 2.337 USD)	46	5,11
Lugar de residencia	Medellín y Área Metropolitana	708	78,67
	Fuera de Medellín y Área Metropolitana	57	6,33
	En un Departamento distinto de Antioquia	88	9,78
	En un país distinto a Colombia	47	5,22

Fuente: Gómez Jonathan, basado en los datos del estudio.

Análisis descriptivo de las variables

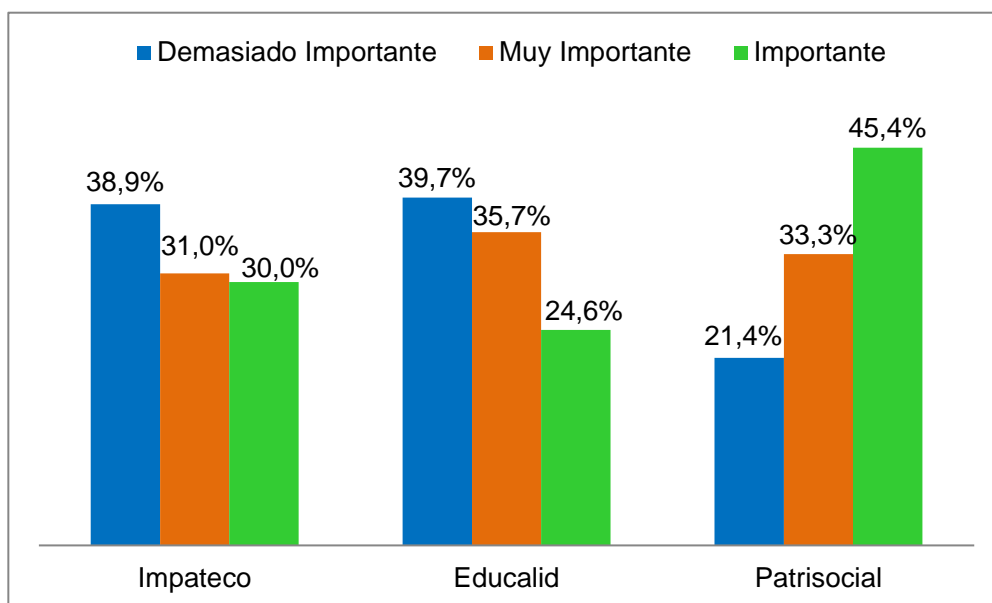
El 64,22% del total de la muestra declaró haber visitado el Museo de Antioquia. Sobre el principal motivo por el que visitó o visitaría el Museo, se encontró que la principal razón (Fig. N° 5) es porque el Museo “es un atractivo turístico y cultural de la ciudad”, seguido de “disfrutar de las experiencias del arte”. La razón con menos porcentaje de respuestas afirmativas fue por “ser parte de mi trabajo o estudio”.

Fig. N° 5: Razón de visita al Museo



Fuente: Gómez Jonathan, basado en los datos del estudio.

Fig. N° 6: Motivos para considerar el Museo como instrumento de desarrollo



Fuente: Gómez Jonathan, basado en los datos del estudio.

El 89,89% de los encuestados afirmaron que la existencia del Museo de Antioquia es importante para el desarrollo económico y social de la ciudad de Medellín. Los motivos por los cuales los encuestados consideran que el Museo es demasiado importante para el desarrollo local (Fig. N° 6), fueron: 38,9% porque atrae a visitantes y turistas que demandan múltiples servicios y productos, incrementando el empleo de la ciudad (*Impateco*). 39,7% por las actividades de educación y formación que mejoran la calidad de vida de los habitantes (*Educalid*). 21,4% porque reconocen que el valioso patrimonio

