

Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia

Methodological proposal to measure and evaluate the tourist vocation within a city. Case study in the cities of Medellín and Bogotá, Colombia

Ledys Vianey López Zapata*, Johan Sebastian Gómez Gómez**, Wilmar Mauricio Sepúlveda*** y Alexandra Ochoa Vélez****

Recibido: 22 de diciembre 2016
Aprobado: 27 de marzo 2017

Resumen

La vocación turística es un concepto frecuentemente usado en los territorios para referirse a lugares con capacidad de atraer la mirada del turista o con potencial para el desarrollo del turismo. En este sentido, este concepto requiere un análisis profundo de manera tal que se pueda determinar el grado de vocación turística en un territorio. El objetivo de este artículo se centra en la presentación de los aspectos más relevantes de la construcción y validación de la propuesta metodológica para medir el grado de vocación de una zona homogénea dentro del territorio. Esta metodología de valoración, construida a partir de 18 criterios agrupados en dos variables, Capacidad y Aptitud, fue validada en dos ciudades colombianas: Bogotá y Medellín. Resultados que han permitido no solo una comparación de factores de vocación turística, sino la validación de éstos como modelo para determinar las principales variables a analizar en estudios de este tipo.

Palabras clave:

Vocación turística
Espacio turístico
Función turística
Aptitud territorial
Capacidad

Abstract

Tourist vocation is a concept frequently used to refer to territories or places with the ability to attract the tourist gaze or places with potential for tourism development. This concept requires a thorough analysis to determine the existing levels of tourism vocation within a city. The aim of this article focuses on the presentation of the most important aspects of the construction and methodology validation for measuring the vocation degree in a homogeneous area within the territory. This valuation methodology was built from 18 criteria grouped into two variables capacity and aptitude, and validated in two Colombian cities: Bogotá and Medellín. Results have allowed not only a comparison of factors for tourist vocation, but also its validation as a model to determine the main variables to be analyzed in each zone.

Key words:

Tourist vocation
Tourist space
Tourist function
Territorial aptitude
Capacity

* Magister en Estudios Urbano-Regionales. Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. Carrera 78 # 65-46. Medellín, Colombia, ledys.lopez@colmayor.edu.co

** Administrador de Empresas Turísticas. Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. Carrera 78 # 65-46 Medellín, Colombia, johan.gomez@colmayor.edu.co

*** Magister (C) en Gestión y Desarrollo de Destinos Turísticos. Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. Carrera 78 # 65-46 Medellín, Colombia, wilmar.sepulveda@colmayor.edu.co

**** Magister en Técnicas de Análisis e Innovación Turística. Fundación Universitaria Cafam. Carrera 68 # 90-88, Bloque 1, Piso 6, Bogotá D.F, Colombia, alexandra.ochoa@unicafam.net.co

INTRODUCCIÓN

El auge del turismo en Colombia se puede ubicar a principios de la década del 2000 con el mejoramiento de las condiciones de seguridad del país. El turismo llega a las principales ciudades fundamentado en las nuevas políticas de intervención urbana cuyas características fundamentales son: crecimiento económico como prioridad, ciudad emprendedora como estrategia y gobernanza en red como método (Sánchez, 2013). Estas nuevas políticas de intervención urbana le permitieron a las ciudades colombianas transitar de una economía con predominio industrial e incursionar en la economía global basada en los servicios, donde el turismo ha ganado fuerza como estrategia económica.

Bogotá es la capital del país y la que alberga el mayor número de población con 6.779.000 habitantes. Por otra parte, Medellín es la segunda ciudad en importancia poblacional y económica con 2.223.078 habitantes según resultados del Censo Nacional de Población realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) 2005. Este predominio económico y poblacional también se refleja en los indicadores turísticos, donde actualmente Bogotá, Cartagena y Medellín son los tres principales destinos urbanos que reciben en conjunto 1.727.121 visitantes extranjeros de los 2.288.340 que recibió el país a diciembre de 2015, según datos del Centro de Información Turística de Colombia CITUR provistos por Migración Colombia y calculados por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT).

Desde mediados de la década del 2000 el turismo toma importancia económica en el país y las regiones, y se comienzan a evidenciar los efectos del mismo en la configuración espacial de las ciudades y el cambio en la función urbana.

El presente artículo recoge los elementos metodológicos utilizados en la investigación para medir y valorar la vocación turística de una zona con características homogéneas dentro de un territorio donde, a partir de una intervención de carácter urbano como infraestructura de trans-

porte o espacio público, se genera una dinámica turística en zonas que carecían de dicha función dentro de la estructura funcional de la ciudad. El objetivo es entonces, valorar el territorio en función de la vocación para el turismo y construir una escala que combine la aptitud territorial para las distintas actividades turísticas y la capacidad de la población local para aprovechar dicha aptitud en función del turismo.

En el artículo se presenta el planteamiento del problema a partir de la necesidad latente de contar con un instrumento para medir la vocación turística dentro del espacio urbano y posteriormente la metodología que se construye para cumplir con este propósito, la cual se estructura en cinco fases. Finalmente se presenta un análisis comparativo de los espacios analizados en ambas ciudades y las conclusiones frente a la propuesta metodológica.

Algunos de los resultados de la investigación dan cuenta de la importancia de la función turística en las ciudades colombianas y la forma en como el turismo urbano se configura como una alternativa de desarrollo económico de la ciudad contemporánea y como una estrategia para enfrentar los procesos de deslocalización industrial experimentados por la mayoría de las ciudades que se insertaron en las lógicas de los territorios globales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: LA NECESIDAD DE MEDIR LA VOCACIÓN TURÍSTICA DENTRO DEL ESPACIO URBANO A PARTIR DE LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN DE LA CIUDAD

Los procesos de transformación urbana en Colombia, como proyecto político y normativo de transformación de las áreas degradadas de la ciudad y aprovechamiento de las áreas subutilizadas, tienen su génesis en la expedición de la Ley N° 388 de 1997. Esto ha implicado procesos de transformación de algunos espacios dentro de la ciudad, considerados estratégicos, ya sea por su ubicación geográfica en el contexto urbano, como por los potenciales usos que de allí se puedan derivar.

Es así como se han creado, en las principales

ciudades colombianas, espacios renovados que buscan atraer en su mayoría un nuevo habitante, una nueva clase o nuevos usos urbanos, así como también una proyección al turismo internacional y la inclusión de los centros históricos tradicionales y barrios marginales en la economía global (López et. al, 2015).

Por su parte, la demarcación y declaración de Zonas Turísticas y de zonas de desarrollo turístico prioritario conforme con lo definido en la Ley N° 300 de 1996 -Ley general de turismo-, no puede ser aplicado al caso de Medellín o Bogotá Distrito Capital, dado que las ciudades, conforme a sus planes de ordenamiento territorial POT, no tienen áreas destinadas únicamente al sector turístico y por tanto, no es conveniente declarar zonas turísticas y/o de desarrollo turístico prioritario como puede ocurrir en zonas de playa y/o centros urbanos, en las que su desarrollo depende únicamente del sector turístico.

Ciudades como Bogotá y Medellín han desarrollado proyectos de intervención públicos y privados tales como: El sistema de transporte masivo; Metro y Transmilenio, El Plan nacional de recuperación de los centros históricos en Colombia, Los Planes parciales de las ciudades de Bogotá y Medellín, Los Proyectos Urbanos Integrales (PUI) como el PUI Nororiental en Medellín o El Plan Maestro de Espacio Público de Bogotá alineado a las Zonas de Interés Turístico (ZIT) en el cual se resalta la intervención en la Zona de Interés Turístico de Usaquén, y la ZIT Centro Internacional, entre otras.

A partir de estas intervenciones urbanas se comienza a evidenciar la presencia del turista y los efectos del turismo en las ciudades, específicamente en la configuración espacial de las mismas y el cambio en la función. No obstante, tal como lo plantean González y Morales (2009), existen problemas para la construcción de un marco conceptual sobre la función turística de las ciudades. Desde el turismo mismo tienden a negar el contexto urbano en el que se inserta, mientras que los interesados en los estudios urbanos desconocen la importancia que tiene la función turística en las ciudades.

En coherencia con lo anterior, en el proceso de planeación urbana que se ha llevado a cabo en las ciudades colombianas, se han formulado y ejecutado varios planes parciales de renovación y algunos proyectos urbanos integrales PUI, los cuales han integrado la función turística en espacios que tradicionalmente tenían otras características, formas y funcionalidad y por tanto han generado zonas con vocación para el turismo.

Los efectos de esta industria sobre las economías urbanas, sobre la orientación de las políticas urbanas y sobre la atmósfera de las ciudades son evidentes por lo que resulta pertinente analizar como las ciudades están reaccionando y adecuándose a la irrupción de este nuevo habitante que llegó al parecer para quedarse (Cáceres, 2005, p. 1).

En ese orden de ideas, se hace necesario construir en primera instancia un marco conceptual que permita avanzar en la noción de función y vocación turística en el contexto urbano actual, y vincular el turismo con la configuración espacial de la ciudad moderna a partir de la identificación y valoración de la aptitud y capacidad de cada zona para afrontar la llegada de turistas.

LA CONSTRUCCIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DENTRO DE UNA CIUDAD

La construcción y validación de la metodología para valorar la vocación turística se estructuró en cinco fases. La primera fue la de desarrollo conceptual donde se analiza el concepto de vocación desde la literatura existente, con el fin de identificar variables que permitieran operacionalizar este concepto. La segunda fue la fase de desarrollo metodológico, donde a partir de una metodología existente para medir potencialidades turísticas, se hace una deconstrucción y posterior reconstrucción de una propuesta para medir la vocación turística. La tercera es la identificación de zonas homogéneas en el territorio para aplicar el instrumento y validar la metodología. La cuarta fase incluye el trabajo de campo y aplicación del instrumento en las zonas seleccionadas, y finalmente, en la quinta fase se presenta el análisis e interpretación de los resultados.

FASE 1: DESARROLLO CONCEPTUAL

La palabra vocación ha sido usada frecuentemente en el sector turístico para referirse a lugares, territorios y destinos que por sus características especiales generan condiciones que atraen la atención de visitantes y turistas en diferentes países.

En términos de las posturas de autores y entidades del sector turístico, se puede abordar la vocación turística desde las ventajas comparativas del territorio. Por ejemplo (Petrizzi, 2011, p. 2) define la vocación turística desde un enfoque económico como: “la predisposición natural de un espacio o territorio para ser transformado en un lugar atractivo para potenciales visitantes”. Por otro lado, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2016) citado por (Gomez et. al, 2014, p. 82) plantea que “son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio”, mientras que la Secretaría de Turismo de México (2016) citado por (Gomez et. al, 2014, p. 82) define la vocación turística en función del perfil del destino y plantea que son las características que atraen a los visitantes a un lugar determinado. Para Simancas (2008) La vocación se refiere a la función que cumple un territorio desde su concepción original.

El desarrollo conceptual del término vocación turística no ha sido abordado ampliamente desde estudios académicos y por tanto resulta complejo hablar de una única definición de vocación turística. Tal como lo plantean Gomez et. al:

...la investigación objetiva y sistemática de la vocación turística resulta, hasta el momento, un tema pendiente, pues si bien es cierto que el término se viene utilizando desde hace tiempo en diferentes ámbitos y modalidades de publicaciones, también es cierto que se ha empleado de manera metafórica, coloquial e imprecisa (Gomez et. al, 2014, p. 97).

Para esta investigación se entenderá la vocación turística como las características geográficas y socio-culturales de un territorio para cumplir la función de recreación y ocio, además de

la intencionalidad de las instituciones públicas y privadas para generar actividades asociadas al turismo en dichos espacios.

En este sentido, la vocación turística está dada en primera instancia por la presencia de atractivos y recursos que captan una demanda turística actual o potencial. Los recursos turísticos según la Organización Mundial del Turismo –OMT– y otros autores como Boullón (1985), se consideran la materia prima del turismo, sin embargo, vale puntualizar que la presencia de los mismos no es suficiente para determinar una zona con vocación para el turismo. Se requiere la intervención e integración con otros elementos del sistema turístico (Organización Mundial del Turismo OMT, 1998) tales como servicios complementarios de calidad, información turística, seguridad, accesibilidad y una estrategia turística a nivel regional (Russo y Borg, 2002), para que estos se conviertan en productos y a partir de estrategias de mercadeo que agregan valor puedan ser comercializados en el mercado turístico.

“Es importante, no confundir la existencia de atractivos o recursos turísticos con la vocación turística, pues atendiendo al significado original del término, ésta se deriva de las intenciones de agentes o actores sociales de desarrollar, impulsar o promover la actividad turística” (Gomez et. al, 2014, p. 83). A partir de la existencia de unos atractivos y recursos turísticos que según las principales metodologías para su clasificación y ponderación en países como Colombia, México y Chile se pueden dividir en dos grandes grupos: recursos culturales y naturales.

Estos recursos y atractivos turísticos no siempre se encuentran concentrados en un espacio delimitado, sino que se distribuyen de forma dispersa dentro de la ciudad. Igualmente en la creación y surgimiento de nuevos lugares que se constituyen en objeto de la mirada del turista, se evidencia una desaparición de fronteras entre aquellos llamados turistas y los residentes, así como una dicotomía entre los espacios considerados turísticos y los no turísticos. Dichas fronteras son cada vez más indivisibles lo que genera una geografía diferente de las ciudades, donde

el turismo no está superpuesto sino integrado en las dinámicas sociales, económicas y físicas (Quagliari y Paolo, 2010).

Las fronteras entre los espacios turísticos y no turísticos son con mayor frecuencia más frágiles y por tanto, algunos autores plantean diferentes métodos para analizar el nivel de atracción turística de un territorio. Por ejemplo, Antón (2005) analiza el índice de potencialidad turística municipal desde la ponderación de tres factores: (a) el factor de recursos, en el cual se identifican, clasifican y se prioriza el inventario de los recursos; (b) el factor de accesibilidad que comprende los medios de conectividad y los desplazamientos en el destino; y (c) el factor de equipamientos en el cual se califica la infraestructura turística, el equipamiento comercial, recreativo y de ocio.

Por otro lado, Hildenbrand propone el análisis del territorio desde tres aspectos: el sistema físico, el productivo y el relacional. En el primero, se analizan los recursos naturales, los espacios protegidos, el clima y la vegetación, así como los riesgos y la gestión de los residuos. En el segundo se identifican las actividades económicas, los equipamientos, los recursos humanos y la distribución de estas economías en el territorio; y el tercero se centra en la estructura interna, la accesibilidad, el transporte y las telecomunicaciones (Hildenbrand, 1996).

Estos métodos han sido útiles para evaluar la vocación del destino y medir su capacidad para cumplir la función turística siendo esta, una de las cuatro funciones utilitarias en que se sostiene una ciudad además de trabajar, circular y descansar. La función turística se puede definir como la vocación que tienen determinados espacios para la recepción y realización de actividades turísticas, la vocación se entiende como una construcción social que relaciona dos elementos: la aptitud y la capacidad.

La aptitud hace referencia a las condiciones concretas que posee un área geográfica para ser utilizada o el grado de adecuación de una zona frente a los requerimientos físico-naturales de un uso particular, y la capacidad se relaciona

con las condiciones que ofrece el contexto social, económico y político para el desarrollo de un uso en específico, así como la habilidad que tienen quienes usan la zona para aprovechar esa aptitud (Sanabria, 2010).

Para identificar las zonas que cumplen función turística se utiliza el concepto de zonas homogéneas, que Antón denomina como unidades ambientales turísticas, las cuales responden a cierta homogeneidad tanto por las características de sus recursos territoriales turísticos, como por su entorno socioeconómico, medioambiental y cultural (Antón, 2005). Diego López define la unidad ambiental turística como un espacio que posee un recurso territorial turístico básico, o en su defecto, reúne un mínimo de recursos territoriales complementarios que posibilita la dinamización turística de ese espacio. Por tanto una zona homogénea con función turística es un espacio dentro del contexto urbano donde a partir de uno o varios recursos turísticos y una oferta de servicios complementaria, se genera una dinámica turística (López, 1998).

Las posturas teóricas, las metodologías y los conceptos desarrollados en esta primera fase se utilizaron como soporte teórico para desarrollar una propuesta metodológica que permita medir el grado de vocación turística de algunos espacios estratégicos en las ciudades de Bogotá y Medellín, en Colombia.

FASE 2: DESARROLLO METODOLÓGICO PARA LA MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE VOCACIÓN TURÍSTICA.

La metodología se construyó tomando como referente la guía metodológica de la Secretaría de Turismo de México para la identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios (2001). A partir de esta guía se realizaron las adaptaciones conceptuales y prácticas necesarias acordes al contexto geográfico, económico, social y de gestión turística de Colombia y en particular de las ciudades de estudio: Medellín y Bogotá D.C. Lo anterior ha permitido concluir con una propuesta de medición de vocación turística que a futuro también podría ser replicada en otras zonas dentro o fuera del territorio nacional.

A nivel conceptual, esta propuesta metodológica aborda los conceptos de vocación, aptitud y capacidad definidos previamente en la fase conceptual. La aptitud de una zona para el turismo está dada en función de tres factores: (a) los recursos turísticos, (b) el equipamiento y las instalaciones turísticas, y (c) la infraestructura. Cada factor se clasifica en una serie de criterios explicados en la Tabla 1.

Para el caso de Medellín, el elemento alojamiento no fue tomado en cuenta como criterio debido a que la mayoría de las zonas se ubican a no menos de 30 minutos de los sitios de alojamiento dentro de la misma ciudad, situación que no se presenta en Bogotá, donde la oferta de alojamiento es amplia en las zonas evaluadas, no necesariamente por la presencia de atractivos turísticos, sino por ser consideradas zonas de negocios.

Tabla 1. Factores y Criterios de la variable aptitud territorial

VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL			
Factores	Definición	Criterios	Definición
1. Recursos turísticos	Factores físicos y culturales potencialmente aprovechables para atraer flujos turísticos. Se pueden clasificar en dos grandes grupos: El patrimonio cultural y los recursos naturales	Patrimonio material	Presencia de bienes culturales muebles e inmuebles que complementan la oferta turística de la zona
		Patrimonio inmaterial	Presencia de tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales, expresiones urbanas, manifestaciones urbanas, actos festivos, expresiones artísticas, entre otras que complementan la oferta turística de la zona
		Festividades y eventos	Atractivos que se generan en la realización de eventos con contenido actual o tradicional, en los cuales la población es actora o espectadora
		Sitios naturales	Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados) de importancia e interés para el turismo
2. Infraestructura	Es la dotación de bienes y servicios básicos con que cuenta un país y permite que el viaje sea cómodo y agradable. Dentro de este factor se encuentran los sistemas de transporte, las terminales y puertos, las redes de servicios básicos y la señalética urbana	Accesibilidad a través sistema integrado de transporte	Sistemas integrales que facilitan la movilidad tipo metro, buses articulados, alimentadores y sistemas de cable
		Accesibilidad a través de medios de transporte público	Sistema público colectivo de transporte terrestre de pasajeros en medios convencionales como bus, micro o taxis
		Servicios de comunicaciones	Cobertura y conectividad Wifi gratuito
		Calidad ambiental del paisaje urbano	Condiciones de calidad del entorno y características físico-espaciales
		Señalización urbana	Presencia de señalética de tipo urbano que permita la ubicación de los visitantes en la zona
3. Equipamiento e Instalaciones Turísticas	El equipamiento son los establecimientos que prestan los servicios básicos requeridos por el turista y las instalaciones cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas (Boullón, 1985)	Servicios de alimentación	Establecimientos de expendio de comidas preparadas como restaurantes
		Señalización turística	Simbología e información gráfica dirigida a la orientación de los visitantes sobre los atractivos culturales y naturales; las actividades turísticas y de apoyo a los servicios turísticos según el manual de señalización turística de Colombia
		Servicio de información al turista	Sistema de información confiable, a través de puntos de información turística que contribuya a la orientación y satisfacción del visitante
		Acceso y espacios de paraderos de buses turísticos y automóviles	Espacios delimitados como zonas aptas de parqueo que permitan el descenso y ascenso de pasajeros cómodamente

Fuente: Elaboración personal basada en la guía metodológica SECTUR

La capacidad se mide en función de cinco elementos que son: capacidad de atención, grado de planificación turística, afluencia turística actual, publicidad y promoción e importancia turística actual. Estos elementos se definen en la Tabla 2.

A nivel práctico, la medición de las condiciones actuales del territorio en relación a cada factor se realiza de forma cuantitativa en una escala de valoración de 0 a 2, la cual permite identificar la disponibilidad o carencia de cada uno de estos, donde: cero (0), significa la ausencia de los componentes del factor de análisis; uno (1), confirma la existencia de los componentes pero con fuertes limitaciones; y dos

(2), determina que cuenta con los componentes garantes del cumplimiento ideal del factor de análisis en las variables de aptitud y/o capacidad en condiciones adecuadas para el aprovechamiento turístico actual.

Para llegar a la calificación de cada factor y criterio se utilizó una ficha donde se justificó la valoración a partir de diferentes fuentes de información e instrumentos previamente identificados como se muestra en el ejemplo de la Tabla 3, para la variable capacidad. Se tuvieron como fuente de validación de la calificación: entrevistas a funcionarios de turismo, revisión de material promocional y portales de viajeros y cuestionarios a operadores turísticos de cada ciudad.

Tabla 2. Factores y Criterios de la variable capacidad

VARIABLE DOS: CAPACIDAD	
Factores	Definición
Capacidad de atención	Se refiere a la presencia de personal capacitado y cualificado para dirigir los recorridos dentro de la zona
Grado de planificación turística	Acciones de planificación turística realizadas por el organismo de turismo local como un proceso vinculado estrechamente con la ordenación del territorio
Afluencia turística actual	Se refiere al uso turístico actual que presenta la zona
Publicidad y promoción	Acciones de publicidad y promoción para atraer visitantes a la zona.
Importancia turística actual	Se refiere a la inclusión de la zona en la oferta turística de ciudad como parte de los recorridos que ofrecen las agencias operadoras

Fuente: Elaboración personal basada en la guía metodológica SECTUR

Tabla 3. Ejemplo de ficha de calificación

Criterio	Definición	Escala de valoración	Fuente
VARIABLE DOS: CAPACIDAD			
Capacidad de atención	Se refiere a la presencia de personal capacitado y cualificado para dirigir los recorridos dentro de la zona.	0. Sin presencia de personal para realizar recorridos guiados en la zona.	Corporaciones, guías turísticos, centros de información, orientación al visitante
		1. Presencia de personal para realizar recorridos sin formación específica.	
		2. Presencia de personal para realizar recorridos con formación específica	

criterio	Definición	Escala de valoración	Fuente
VARIABLE DOS: CAPACIDAD			
Grado de planificación turística	Acciones de planificación turística realizadas por el organismo de turismo local como un proceso vinculado estrechamente con la ordenación del territorio	0. Ausencia de acciones de planificación desde el organismo de turismo local para la zona 1. Acciones de planificación desde el organismo de turismo local que de forma indirecta benefician la zona. 2. Acciones de planificación directas desde el organismo de turismo local que impactan el turismo en la zona	Plan de desarrollo turístico, entrevista subsecretaría de turismo
Afluencia turística actual	Se refiere al uso turístico actual que presenta la zona	0. Motiva corrientes turísticas locales y/o regionales 1. Motiva corrientes turísticas nacionales. 2. Motiva corrientes turísticas Internacionales.	Cuestionario operadores turísticos, observación directa
Publicidad y promoción	Acciones de publicidad y promoción para atraer visitantes a la zona.	0. La zona no se encuentra georreferenciada en ninguna plataforma ni en el mapa turístico de la ciudad 1. Se identifica la zona en el mapa turístico de la ciudad pero no se encuentra debidamente georreferenciada en diferentes plataformas 2. Zona debidamente georreferenciada e identificada en el mapa turístico de la ciudad con información en plataformas de viajeros nacionales e internacionales	Revisión sitios web, portales de viajeros nacionales e internacionales, guía turística
Importancia turística actual	Se refiere a la inclusión de la zona en la oferta turística de ciudad como parte de los recorridos que ofrecen las agencias operadoras.	0. No figura como sitio de visita en los recorridos de ciudad ofrecidos por las agencias operadoras. 1. Complementa otros recursos como parte de los recorridos de ciudad. 2. Es el principal recurso a visitar y cuenta con ruta propia en los recorridos de ciudad ofrecidos por las agencias operadoras	Revisión de guías turísticas, mapas, operadores turísticos.

Fuente: Elaboración personal

En esta fase de desarrollo metodológico, el grupo de investigadores decide el valor que se le otorga a cada factor de acuerdo a la importancia de cada elemento dentro de la medición de las variables de aptitud y capacidad. Para la variable aptitud territorial se da mayor impor-

tancia a la existencia de recursos turísticos de tipo cultural o natural toda vez que, según el desarrollo conceptual elaborado, son estos los que determinan, en primera instancia, la vocación turística presente en el espacio o porción del territorio.

Cabe aclarar que las obras de transporte cuyo propósito es facilitar la movilidad, como sistemas por cables y escaleras eléctricas, cumplen una doble función en esta metodología. Son parte de la infraestructura y a la vez son elementos de atracción dentro de la categoría patrimonio material según la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos de Colombia.

La ponderación respectiva de la variable aptitud territorial, se muestra en la Tabla 4.

La capacidad se midió en función de cinco elementos que son: capacidad de atención, grado de planificación turística, afluencia turística actual, publicidad y promoción, e importancia turística actual. En esta variable cada factor tiene el mismo peso porcentual (Tabla 5).

Tabla 4. Ponderación variable aptitud territorial

VARIABLE UNO: APTITUD TERRITORIAL	
Factor	Valor
Recursos turísticos(r)	40%
Infraestructura(i)	30%
Equipamiento e instalaciones turísticas(ei)	30%

Fuente: Elaboración personal basada en la guía metodológica SECTUR

Tabla 5. Ponderación variable capacidad

VARIABLE DOS: CAPACIDAD	
Factor	Valor
Capacidad de atención(ca)	20%
Grado de planificación turística(p)	20%
Afluencia turística actual(a)	20%
Publicidad y promoción (pp)	20%
Importancia turística actual(it)	20%

Fuente: Elaboración personal basada en la guía metodológica SECTUR

Una vez calificados todos los criterios de la variable aptitud siguiendo la escala de 0 a 2 se obtiene el promedio aritmético de los mismos en cada factor.

$$\text{promedio } f(r) + \text{promedio } f(i) + \text{promedio } f(ei)$$

Luego, cada factor de la variable aptitud se multiplica por los pesos porcentuales definidos en la Tabla 4.

$$f(r) \times 40\% + f(i) \times 30\% + f(ei) \times 30\%$$

La calificación de la variable capacidad es el valor promedio de todos los factores que conforman la variable capacidad según la Tabla 4.

$$f(ca) * 20\% + f(p) * 20\% + f(a) * 20\% + f(pp) * 20\% + f(it) * 20\%$$

Así, por ejemplo, en una zona que obtuvo una calificación de 0.8 en el factor recursos turísticos, 1.4 en el factor infraestructura y 0.8 en el factor equipamiento e instalaciones, se procede a multiplicar cada calificación por la ponderación dada al respectivo factor. De esta forma la calificación total de la variable aptitud territorial es la suma de la multiplicación obtenida en los tres factores como se muestra en la Tabla 6.

Con este sistema de medición cuantitativo se valora el grado de vocación de una zona para el turismo en una escala de 0 a 2 y se expresa en un plano cartesiano (Figura 1), donde el eje X representa la aptitud y el eje Y la capacidad.

Cada cuadrante tiene una explicación que permite tomar decisiones frente al turismo en el territorio. Los colores representan el grado de vocación turística, donde el rojo significa carencia de vocación turística, el amarillo mediana vocación, y el verde, vocación turística consolidada.

Una zona que se ubique en el cuadrante uno (1) representa un territorio que aún no tiene las condiciones para recibir turistas debido a su baja capacidad en términos de carencia de recursos turísticos, condiciones de infraestructura, equipamiento o instalaciones y, al mismo tiempo, baja aptitud debido a la carencia de varios de los siguientes aspectos: formación de personal, grado de planificación turística,

afluencia turística actual, publicidad y promoción del sitio en medios masivos, e importancia turística actual.

Una zona que luego de la valoración de ambas variables se ubique en el cuadrante dos (2) o tres (3), representa una zona que tiene fortalezas en una de las dos variables pero carece de los elementos de la otra. Por ejemplo, el cuadrante dos (2) representa un territorio con mediana vocación turística debido a la alta capacidad; es decir, procesos de planificación y promoción del territorio como parte de la oferta turística actual o formación del talento humano, sin embargo, es una zona que carece de aptitud territorial, es decir, debilidades en infraestructura, estado y disponibilidad de los atractivos, equipamiento e instalaciones para el turismo.

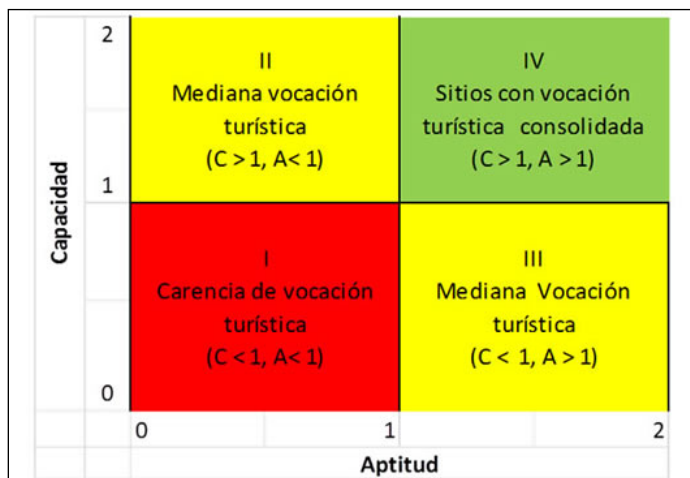
Finalmente, el cuadrante cuatro (4) representa sitios con vocación turística consolidada donde ambas variables se cumplen en condiciones de calidad y puesta en valor para el turismo. Se considera una zona en este cuadrante cuando hay elementos consolidados desde la infraestructura urbana y turística y, al mismo tiempo, alta capacidad, la cual se manifiesta en acciones de planificación turística directa en la zona, publicidad y promoción, formación de personal y una zona que hace parte de la oferta actual de la ciudad en términos de recorridos turísticos.

Tabla 6. Ejemplo calificación Variable Aptitud territorial

Factor	Valor	Calificación	Aptitud
Recursos turísticos	40%	0,8	0,3
Infraestructura	30%	1,4	0,4
Equipamiento e instalaciones turísticas	30%	0,8	0,2
Calificación total			0,9

Fuente: Elaboración personal

Figura 1. Matriz de vocación turística



Fuente: Elaboración personal basada en la guía metodológica SECTUR

FASE 3: IDENTIFICACIÓN DE ZONAS HOMOGÉNEAS EN EL TERRITORIO

En la práctica de ordenación territorial se utiliza con bastante frecuencia el término zonificación, el cual consiste en la división de la superficie total en zonas homogéneas según la calidad ambiental de sus recursos, la práctica e intensidad de los aprovechamientos, así como la vocación en los usos del suelo (Gómez, 2007, p. 178).

El ejercicio de zonificación implica desarrollar un procedimiento de desagregación espacial, cuyo alcance dependerá del nivel de detalle demandado por los objetivos de la ordenación (Sanchez, 1991). Para llevar a cabo esta desagregación espacial desde el ordenamiento territorial, se ha dado preferencia al enfoque de las características biofísicas que dan cuenta de la vocación y uso potencial del suelo. Sin embargo, existen otros conceptos como el de Áreas Ecológicamente Sensibles (AES), que responde a la identificación de aquellas zonas del territorio que cuentan con un valor relevante, por distintas razones, como por ejemplo, el cumplimiento de funciones ecológicas y de preservación, riquezas culturales o la oportunidad que representan para la implementación de proyectos sustentables.

El concepto de AES ha sido siempre empleado en el contexto de la preocupación por la conservación de la naturaleza y por tanto, en esta investigación solo se toma como marco de referencia para señalar que existen diferentes formas de rea-

lizar zonificaciones que no parten necesariamente de las características biofísicas o la vocación del suelo, sino de las oportunidades que esas zonas representan para el desarrollo de las comunidades allí asentadas (Chávez & Garcia, 2011).

La zonificación se realiza con el fin de ordenar la intervención en el territorio, permite la localización y el establecimiento de las normas y programas de actuación acordes a cada porción del territorio con características de homogeneidad según los criterios seleccionados. En este sentido la aplicación de una propuesta de zonificación para el turismo permite generar normas particulares y programas de intervención específicos que apunten al modelo turístico de cada ciudad.

Para este ejercicio de valoración de vocación turística se identifican como zonas homogéneas, porciones del territorio que se han desarrollado urbanísticamente a partir de una intervención física de parte del Estado o actores privados, y cuyo efecto ha sido la generación de zonas de interés para los turistas, no solo por la presencia de atractivos turísticos, sino también por el desarrollo de una oferta urbana y de negocios.

Para hacer el análisis de zonas homogéneas, se hizo una revisión de diferentes instrumentos de ciudad como Planes de Ordenamiento Territorial (POT), Planes de Desarrollo Municipales,

planes locales de desarrollo, guías y mapas turísticos distribuidos en puntos de información turística de la ciudad. A partir de estos estudios y documentos de planificación y promoción consultados se delimitaron y seleccionaron las zonas de trabajo de esta investigación.

En el caso de Medellín, el turismo llegó como una consecuencia de las diferentes actuaciones urbanas realizadas por la administración municipales, situación que motivó la llegada de visitantes nacionales e internacionales. Se identificaron, a partir de la revisión de estudios y documentos de planificación de la ciudad, un total de doce (12) espacios con uso potencial para el turismo, de los cuales se definieron siete (7) áreas de estudio para la investigación de acuerdo a su reciente intervención mediante obras de infraestructura e inclusión, como proyectos de ciudad en las diferentes herramientas de planificación y gestión territorial tales como: planes parciales, proyectos urbanos integrales o planes maestros.

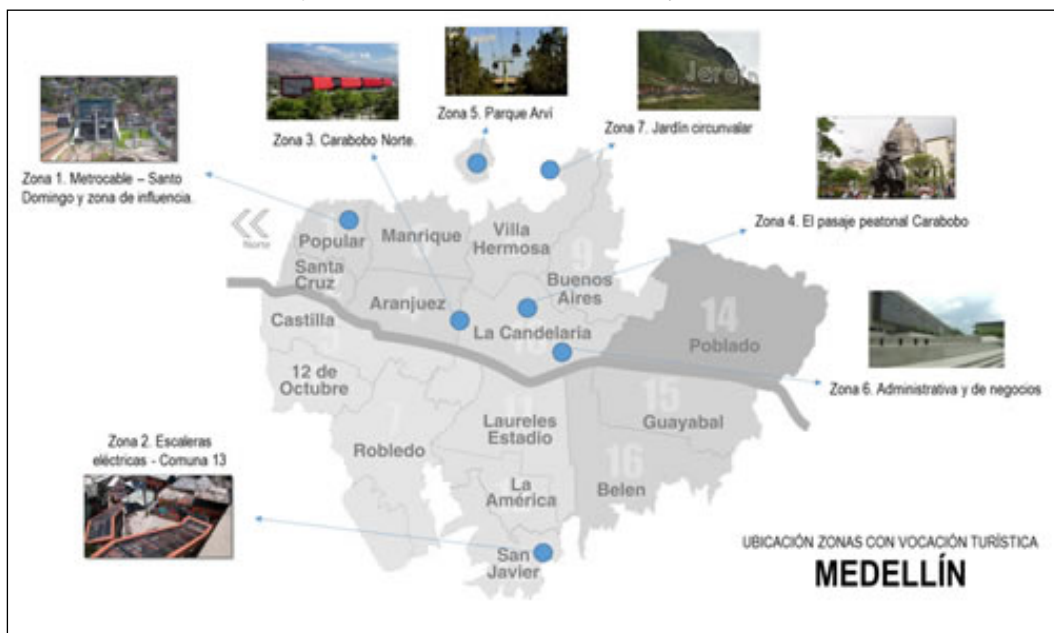
Las zonas que fueron objeto de análisis en Medellín fueron: (1) Metrocable-Santo Domingo, (2) Escaleras eléctricas-Comuna 13, (3) Carabobo Norte, (4) Carabobo Peatonal, (5) Parque Arví, (6) Zona Administrativa y de Negocios,

y (7) Jardín Circunvalar (Figura 2).

Por otra parte, las zonas de potencial para la actividad turística que se priorizan en la ciudad de Bogotá D.C. obedecen al análisis realizado del Plan Maestro de Turismo y la red General de Parques, y se escogen a partir de las directrices para su desarrollo en las que se precisa la consolidación de servicios globales, integración con los servicios regionales, atraer la inversión, cualificar el espacio, promover la renovación urbana y proteger el patrimonio cultural; así como la concentración de planta turística principal (hoteles, bares y restaurantes), de atractivos turísticos, y de nodos de aglomeración económica que soportan de manera complementaria lo que ha sido definido como Zonas de Interés Turístico (ZIT).

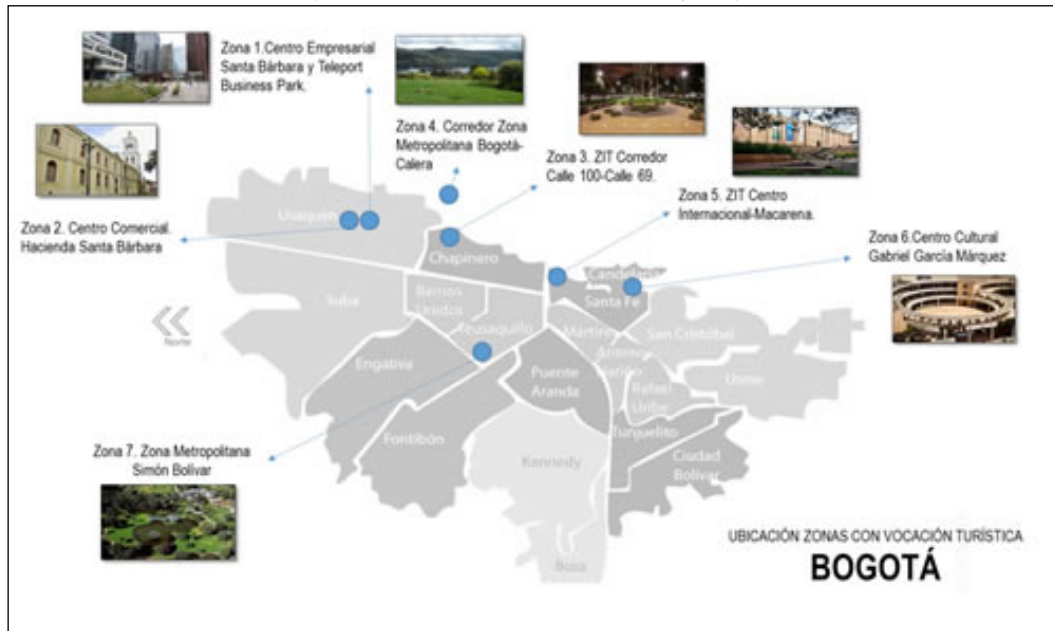
Se plantean siete zonas para el desarrollo de la investigación: (1) Centro Empresarial Santa Bárbara y Teleport Business Park; (2) Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara; (3) ZIT Corredor Calle 100-Calle 69; (4) Corredor Zona Metropolitana Bogotá-Calera; (5) ZIT Centro Internacional-Macarena; (6) Centro Cultural Gabriel García Márquez y (7) Zona Metropolitana Simón Bolívar (Figura 3).

Figura 2. Ubicación de las zonas de trabajo Medellín



Fuente: Elaboración personal

Figura 3. Ubicación de las zonas de trabajo Bogotá



Fuente: Elaboración personal

FASE 4: TRABAJO DE CAMPO Y APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

En esta fase se realizó la valoración del territorio en función de la vocación para el turismo. Inicialmente se validó el instrumento en la zona Metrocable-Santo Domingo en la ciudad de Medellín, y posteriormente se realizó el trabajo de campo entre los meses de agosto y diciembre de 2015 en las zonas previamente establecidas en la ciudad de Bogotá y Medellín. Como instrumento, se utilizó una ficha basada en los factores y criterios previamente identificados en la metodología, en la que además de calificar se debía justificar con argumentos la calificación a partir de referencias fotográficas o documentales, entrevistas a los funcionarios de turismo y/o informadores turísticos, análisis de páginas web y material promocional de ciudad.

FASE 5. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE APTITUD TERRITORIAL

Para establecer la calificación total de la variable aptitud territorial en cada una de las zonas, se evaluaron los factores y criterios que aparecen descritos en la metodología (Tabla 1) de forma cuantitativa en una escala de 0 a 2 y

se ponderaron los resultados en cada uno de los factores teniendo en cuenta el peso porcentual establecido.

Una vez analizados los resultados se encontró que en Medellín las zonas ubicadas en el centro de la ciudad son las que mayor calificación de aptitud territorial reciben por contener bienes culturales de interés patrimonial de alto valor y en buen estado de conservación. Además cuentan con buenos servicios de comunicación, servicios de alimentación y señalización tanto urbana como turística.

Las zonas, PUI Nororiental -Santo Domingo, Escaleras eléctricas - Comuna 13 y Jardín Circunvalar, presentaron menor aptitud para el turismo y comparten la característica de estar localizadas en la periferia de la ciudad en territorios informales. Sin embargo, las intervenciones en materias de movilidad con sistemas de cables y escaleras eléctricas, motivaron la atracción de visitantes nacionales y extranjeros De esta forma un elemento de infraestructura se convierte en un factor de atracción y por ende en un recurso turístico.

En materia de infraestructura y conectividad todas las zonas analizadas en Medellín cuentan con conectividad plena al sistema integrado de

transporte, exceptuando la zona 7 del Jardín Circunvalar, la cual al momento de aplicar el instrumento en el trabajo de campo, no contaba con sistemas alternativos de movilidad.

En la ciudad de Bogotá, los resultados permiten identificar aquellos espacios que se encuentran en condiciones de uso para la actividad turística. En ese sentido, la zona Metropolitana Simón Bolívar, Centro Internacional-Macarena y Centro Empresarial Santa Bárbara y Teleport Business Park son las que clasifican con mejor resultado, producto de mejor adecuación y modernización en infraestructura durante los últimos años. Las inversiones en recuperación del espacio público y zonas verdes, y la conectividad a través del Sistema Integrado Público han significado un mejor paisaje urbano; por otra parte, la cercanía a vías principales y señalización redundan en las condiciones idóneas para el desarrollo de productos turísticos.

La zona Metropolitana Simón Bolívar tiene aproximadamente 910.000 metros de área verde para el disfrute y realización de diferentes actividades al aire libre y además dispone de un lago para la práctica de deportes acuáticos. Por su parte, la zona empresarial Santa Bárbara goza de parques de uso residencial, caracterizados por la conservación de las proporciones paisajísticas entre lo construido y el componente natural.

Respecto a las zonas que obtuvieron menor calificación, no se puede concluir que tengan similares características, en tanto, el corredor Bogotá-La Calera, presenta debilidades en accesibilidad, presencia de recursos de carácter patrimonial y señalización, ubicándolo en una posición de calificación inferior respecto a otros, sin embargo, es un lugar reconocido por servicios de alimentación y sitios naturales. Por su parte, el Centro Cultural Gabriel García Márquez es una zona remodelada recientemente, con presencia de recursos patrimoniales con algunas debilidades en conectividad, señalización, servicios complementarios e información para el turista sobre los servicios que oferta.

DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA VARIABLE CAPACIDAD

Para definir la variable capacidad en cada una de las zonas, nuevamente se evaluaron los factores y criterios que aparecen descritos en la metodología (Tabla 2) de forma cuantitativa en una escala de 0 a 2 y se ponderaron los resultados de cada uno de los factores teniendo en cuenta el peso porcentual establecido.

En Medellín la mayoría de las zonas fueron evaluadas positivamente a partir de los criterios definidos. La zona 7 Jardín Circunvalar fue la única que presentó calificaciones muy bajas por ser una intervención reciente en el espacio físico urbano-rural de la ciudad. A pesar de esta situación, y a que no se han realizado acciones directas de planificación hacia el turismo, este espacio de la ciudad está siendo promocionado en el marco de la estrategia de mercadeo de ciudad y en los portales internacionales de viajeros como sitio de interés turístico.

Con respecto al criterio capacidad de atención se encontró que Parque Arví (Zona 5) y el Jardín Circunvalar (Zona 7) son las zonas que cuentan con mejores calificaciones gracias a los guías ambientales de la corporación Parque Arví, quienes acompañan a los visitantes en recorridos guiados con información pertinente para la preservación y la protección de los ecosistemas naturales cercanos al área urbana de Medellín.

En materia de gestión territorial para el turismo, la mayoría de las zonas han recibido algunas acciones directas de promoción, mercadeo, infraestructura o planificación turística de parte del organismo municipal. La zona 7 Jardín Circunvalar es la que menos ha sido planeada por la administración municipal como sitio de interés turístico, según entrevistas realizadas a funcionarios públicos locales.

Las siete zonas de estudio en la ciudad de Bogotá manifiestan un proceso de avance y mejora en cuanto a promoción de ciudad, dado que el IDT (Instituto Distrital de Turismo), en los últimos años, se ha encargado de posicionar a Bogotá en mercados internacionales. Las estrategias y proyectos de promoción turística se ven reflejados en

el aumento de turistas y visitantes que llegan a la ciudad y se desplazan hacia estas zonas.

Las corrientes de turistas internacionales se concentran en espacios en los que se encuentran ubicadas prestigiosas multinacionales y embajadas, amplia oferta gastronómica, hotelera, centros comerciales y clubes nocturnos y, por consiguiente, los diferentes portales de turismo y entidades públicas referencian estas zonas como de interés para el turista.

En ese sentido, la localidad de Usaquén, es epicentro de transformación urbanística y de conservación de bienes de interés cultural, analizada en el presente estudio desde las áreas de interés: Centro Empresarial Santa Bárbara - Teleport Business Park y Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara - Centro Histórico de Usaquén, y la localidad de la Candelaria, reconocida por ser el Centro Histórico de la ciudad de Bogotá y en la que convergen atractivos culturales. Para el presente estudio analizado desde la perspectiva de renovación urbanística del Centro Internacional- La Macarena y el Centro Cultural Gabriel García Márquez, son dos localidades de Bogotá que tradicionalmente han sido integradas dentro de estrategias de desarrollo

turístico y de promoción y mercadeo nacional e internacional de la ciudad, lo que ha permitido la atracción de inversión y la concentración de oferta de servicios turísticos. Esta condición se evidencia en las calificaciones obtenidas entre 1,4 y 1,8 en la variable de capacidad.

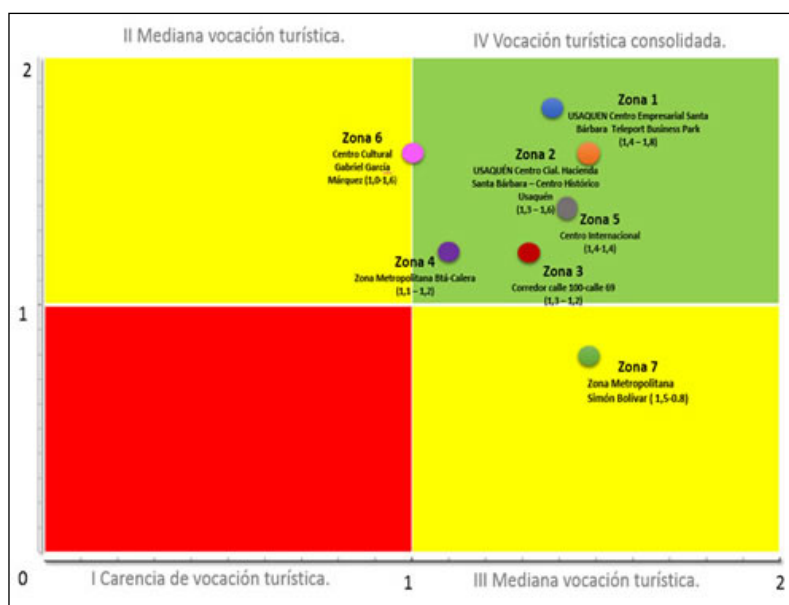
Por lo anterior, es interesante resaltar la Zona Metropolitana Simón Bolívar como un ejemplo de un espacio de alta aptitud para el turismo que podría ser integrada en la oferta turística de la ciudad si se mejorara en términos de promoción y servicios centrados en la atención del turista y, por lo tanto, en variables de capacidad.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE ESPACIOS CON VOCACIÓN PARA EL TURISMO EN LAS CIUDADES DE MEDELLÍN Y BOGOTÁ

El ejercicio final de valoración de vocación turística se presenta en un plano cartesiano donde se identifica la ubicación de cada zona según la calificación obtenida.

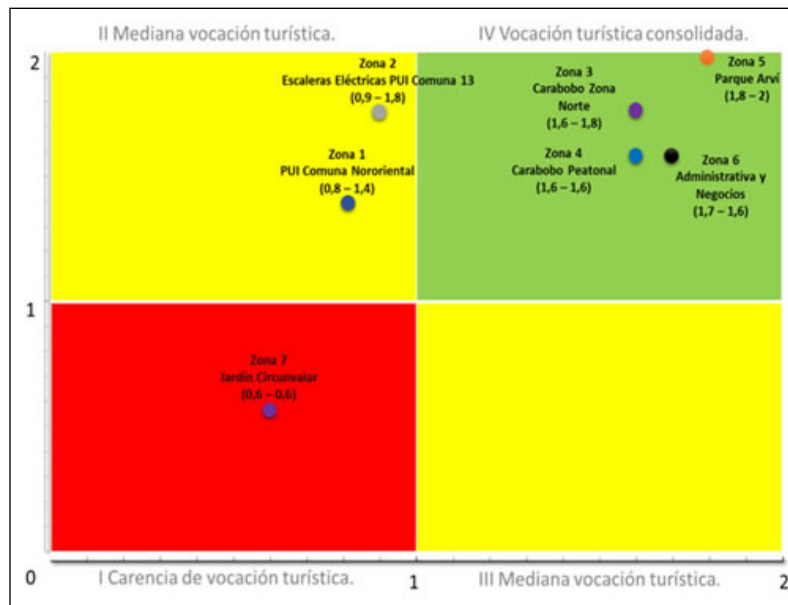
En ambas ciudades la mayoría de las zonas evaluadas se ubicaron en el cuadrante IV que corresponde a zonas con vocación para el turismo por el cumplimiento en alta medida de los criterios de aptitud y capacidad (Figuras 4 y 5).

Figura 4. Matriz de vocación turística Bogotá



Fuente: Elaboración personal

Figura 5. Matriz de vocación turística Medellín



Fuente: Elaboración personal

Las razones que en Bogotá permiten definir una zona con buena aptitud también se presentan en Medellín, y son resultado de una mejor adecuación y modernización en infraestructura así como las inversiones en recuperación del espacio público y zonas verdes. Además de conectividad a través del sistema integrado de transporte público, lo cual ha generado un mejor paisaje urbano, y percepción de seguridad en ambas ciudades.

La capacidad en el caso de Bogotá, está más alineada a las zonas priorizadas por la planificación turística del destino por parte del gobierno local, quien integra los territorios en el marco de la promoción y propuestas de rutas turísticas. Esto explicaría por qué zonas como la Zona Metropolitana Simón Bolívar, de gran aptitud hacia el turismo, no recibe actualmente corrientes de turismo y se constituye en una zona de recreación y ocio para los residentes.

Para Medellín, la capacidad está asociada a acciones de publicidad y promoción de la administración municipal que no necesariamente están dirigidas al turismo como tal, sino al discurso de transformación e innovación de ciudad. Este es el caso puntual de las zonas ubicadas en la periferia de la ciudad o barrios informales como la zona PUI Nororiental y Escaleras eléc-

tricas que a pesar de tener poca aptitud para el turismo presentan buena capacidad.

Estas zonas periféricas de Medellín y que otra fueron consideradas áreas marginales dentro del conglomerado urbano, hoy se convierten en objeto de la mirada turística. Esta inclusión en el mercado turístico puede ser analizada bajo la idea de margen o confín turístico, concepto que, según Toncoso:

...sirve como punto de partida para analizar los procesos en los cuales se empiezan a delinear ideas y acciones concretas para dar inicio o impulso al turismo y sumar estos territorios al "mundo turístico" [...] estos nuevos lugares constituyen la posibilidad de multiplicar opciones turísticas y, por ende, de multiplicar los negocios asociados al turismo. La búsqueda y producción de la novedad es un aspecto clave de las formas de producción vigentes en la actualidad y el turismo no es una excepción (Troncoso, 2016, p. 99).

CONCLUSIONES

El modelo presentado es una propuesta metodológica que nace de la necesidad del país de tener criterios claros y concretos para medir la vocación turística de un territorio. Normalmente esta vocación se ha asignado como una apuesta política y en algunas ocasiones comunitaria, sin tener los elementos de base necesarios

dentro del sistema turístico para su desarrollo. Por lo tanto esta propuesta hace un importante aporte en materia de instrumentos técnicos que pueden ser adaptados a diferentes territorios urbanos y rurales según sus particularidades.

Es importante aclarar que en Colombia la función turística no es un uso asignado desde los ejercicios de ordenación o planeación territorial, sino que se considera el uso turístico dentro de otras actividades como alojamiento o ecoturismo específicamente. Situación que lleva a confundir la presencia de establecimientos de alojamiento con una verdadera vocación para el turismo.

Aunque desde el punto de vista de la planeación territorial, a las zonas no se les asigna de forma directa esta función turística, los organismos oficiales comienzan a realizar acciones tendientes a mejorar la capacidad de estos territorios para el turismo como son las acciones de planificación, mercadeo y promoción en zonas calificadas en esta investigación como de baja aptitud.

En consecuencia, no se puede afirmar que tan solo la presencia de recursos turísticos culturales y naturales define la vocación turística. Si bien en el diseño metodológico se le otorgó un mayor peso a la existencia de éstos lo cual fue un resultado de la revisión bibliográfica y desarrollo conceptual, vale la pena una reflexión y un cuestionamiento ¿con los cambios y trans-

formaciones de la sociedad posmoderna continua siendo este elemento el que tiene mayor peso porcentual para atraer la mirada del turista? Según los resultados de esta investigación pareciera que es la gestión pública del destino la que permea el posicionamiento de estas áreas para el turismo, en tanto, no solo provee de las características básicas de infraestructura, sino que a su vez, mantienen un rol activo en la promoción y comercialización de las zonas de interés turístico. Es así como se explica que algunas zonas de análisis a pesar de contar con aptitud hacia el turismo, el factor de capacidad no se desarrolle en términos similares.

En ese sentido, los lugares que se han priorizado en el marco de planes estratégicos de turismo y así mismo los planes de espacio público como ejes de desarrollo de la ciudad son en este momento lugares que cuentan con flujos de turistas y han sido priorizados por las Destination Management Organization DMO'S del destino.

Finalmente, en ambas ciudades se puede concluir que son los servicios conexos los que establecen los flujos actuales del turismo, elementos como la infraestructura vial, la señalización, la calidad en el paisaje urbano y la facilidad para el acceso a la oferta alimentaria, son factores claves para adquirir esa función turística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTÓN, S. (2005). *Planificación territorial del turismo*. España: UOC, 215 p.
- BOULLON, R. (1985). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas, 245 p.
- CÁCERES, C. (2005). Berlín, Praga, Barcelona “8 días 7 noches” políticas urbanas y turismo global. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. [En línea] Barcelona: Universidad de Barcelona, IX (194). Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-115.htm> (consulta 10 de agosto de 2016). ISSN: 1138-9788.
- CHÁVEZ, M. Y GARCÍA, L. (2011). Zonificación territorial de la cuenca del Río Eslava, D.F, a partir de la identificación de áreas ecológicamente sensibles. *Sociedades rurales, producción y medio ambiente*, 11 (22), 17-52.
- GÓMEZ, D. (2007). *Ordenación territorial*. Madrid: Ediciones Mundi Prensa, 545 p.
- GÓMEZ, C.; AMAYA, C. Y MUNDO, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría y praxis*, pp. 75-100.
- GONZÁLEZ, F. Y MORALES, S. (2009). *Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: Editorial UOC, 190 p.
- HILDENBRAND, A. (1996). *Política de ordenación del territorio en Europa*. Sevilla: Universidad de Sevilla, 544 p.

- LÓPEZ, D. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I, 302 p.
- LÓPEZ, L.; SEPÚLVEDA, W. Y GÓMEZ, J. (2015). El Rol del turismo en los planes de ordenamiento territorial de Medellín. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 5 (2), 26-34.
- PETRIZZI, R. (2011). El Genios Loci y la Vocación Turística de un Destino. *Blog educación y turismo*. [En línea]. Disponible en: <http://ramiropetrizzi.blogspot.com.co/2011/05/el-genios-loci-y-la-vocacion-turistica.html> (consulta 4 de diciembre de 2016).
- QUAGLIERI, A. Y PAOLO, A. (2010). Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XIV (323). Barcelona: Universidad de Barcelona. [En línea]. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-323.htm> (consulta 20 de agosto de 2016). ISSN: 1138-9788.
- SANABRIA, T. (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial. *Bitacora Urbano Territorial*, 1 (16), 79-88.
- SÁNCHEZ, J. (2013). Lana Fundida, nieve tejida: nuevas políticas urbanas frente al declive industrial en Béjar (Salamanca). *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XVII (458). Barcelona: Universidad de Barcelona. [En línea] Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-458.htm> (consulta 18 de agosto de 2016). ISSN: 1138-9788.
- SÁNCHEZ, R. (1991). *Bases para o ordenamento ecológico-paisagístico do meio rural e florestal: zoneamento agroecológico*. Cuaibá. Fundação de Pesquisas Cândido Rondon, 142 p.
- SIMANCAS, M. (2008). El sistema de cobro de una tasa pública por la prestación de servicios turísticos en las áreas protegidas de Canarias. *Cuadernos de Turismo*, (21), 201-237.
- TRONCOSO, C. (2016). Hacia una nueva geografía turística del noroeste argentino. La promoción de los “confines turísticos” en las provincias de Salta y Jujuy. *Estudios socioterritoriales*. Tandil: Centro de Investigaciones Geográficas. [En línea] enero-junio, (19), 97-116. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/esso/v19/v19a07.pdf> (consulta 15 de noviembre de 2016). ISSN: 1853-4392.

FUENTES

- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Censo Nacional de Población. Colombia. 2005
- MIGRACIÓN COLOMBIA - Calculos OEE - MINCIT. Centro de información turística de Colombia. 2016.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO OMT (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, 393 p.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE MÉXICO - SECTUR. *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios*. Mexico. 2001. 117 p.

Ledys Vianey López Zapata es Docente de planta de la Facultad de Administración en el programa de Administración de Empresas Turísticas. Investigadora del grupo GIET avalado por COLCIENAS, en la línea de planificación y gestión del turismo con fortalezas en el estudio y análisis del turismo como fenómeno social desde la perspectiva territorial y geográfica. Experiencia en la formulación de planes de desarrollo turístico, elaboración de inventarios, análisis de potencialidades turísticas y diseño de productos turísticos en el ámbito territorial. Actualmente estudiante de Doctorado en Turismo convenio de la Universidad de Islas Baleares – España.

Johan Sebastián Gómez Gómez es Administrador de Empresas Turísticas con énfasis en el área de planificación turística y candidato a Magister en Estudios Urbano Regionales de la Universidad Nacional de Colombia. Se ha desempeñado como docente e investigador de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia y ha participado en importantes proyectos locales y regionales de desarrollo turístico en el departamento de Antioquia. En su currículum posee algunas publicaciones en revistas académicas de las ciencias sociales y recientemente publicó el libro denominado “La responsabilidad social empresarial de las agencias de viajes de Medellín frente al turismo”.

Wilmar Mauricio Sepulveda es Administrador de empresas turísticas, Candidato a Magister en gestión y desarrollo de destinos turísticos de la Universidad de Quilmes. Docente de planta en las áreas de Fundamentación turística, planificación y gestión de destinos turísticos y gestión de proyectos turísticos. Investigador del grupo GIET avalado por COLCIENAS, en las áreas relacionadas con el desarrollo del turismo y su incidencia en los territorios.

Alexandra Ochoa Vélez es Profesional enfocada en la competitividad, emprendimiento y sostenibilidad del turismo, con siete años de experiencia en consultoría y tres años en docencia e investigación. Profesional en Administración de Empresas (2009), partícipe del Programa de Emprendimiento de Alto Impacto de la Universidad EAN (2012), con competencias en análisis financiero, gestión administrativa y comercio internacional, participe en la formulación y gerencia de proyectos de investigación públicos y privados para la planificación y desarrollo de destinos y empresas del sector turístico. Magister en Técnicas de Análisis e Innovación Turística (2013), actual Docente Investigadora en Economía y Análisis Coyuntural del Turismo. Investigadora adscrita al Centro de Pensamiento Turístico de Colombia COTELCO-UNICAFAM, con amplios conocimientos en investigación aplicada para la innovación, planificación estratégica sectorial y medición de competitividad turística nacional y subnacional.

