

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO



TESIS DOCTORAL

Vocación turística del territorio: Diseño de una metodología valorativa de la
vocación turística en los destinos urbanos. Caso de estudio Ecuador

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Numa Sebastián Calle Lituma

DIRECTOR

Manuel de la Calle Vaquero

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO



TESIS DOCTORAL

Vocación turística del territorio: Diseño de una metodología valorativa de la vocación turística en los destinos urbanos. Caso de estudio Ecuador.

MEMORIA PARA OPTAR POR EL GRADO DE DOCTOR.

PRESENTADA POR:

Numa Sebastián Calle Lituma

DIRECTOR:

Manuel de la Calle Vaquero

AGRADECIMIENTOS

El camino de la investigación y la formación doctoral es demandante y solitario, no se alcanzaría una finalización exitosa sin la presencia de familia, amigos y compañeros de vida que se encuentren a lado tuyo acompañándote, apoyándote y empujándote para que puedas alcanzar lo que te propongas en tu vida, por lo que quiero agradecer al esfuerzo a mis padres Nancy Lituma y Jorge Calle, sin su apoyo no hubiese sido posible el alcanzar éste gran paso en mi vida. A mi familia por su apoyo constante y jamás dejarme solo en este camino, mis hermanos, sobrinos y cuñadas.

A mi compañero de viaje, Jaime, gracias por apoyarme, acompañarme y soportarme durante este proceso.

Quiero agradecer de manera especial a mi director y tutor de tesis, Manuel de la Calle, quién sin pensarlo me acompañó durante todo este proceso sin conocerme y confiando en mí, las diferencias horarios, contextuales y del idioma nos generaron situaciones que ahora son anécdotas que siempre las llevaré conmigo.

Agradezco a los trabajadores y colaboradores de la Universidad Complutense de Madrid que ha sabido acompañarme y guiarme dentro del proceso actual, a las instituciones académicas del Ecuador con las que colaboro, así como los organismos públicos que me supieron acoger para la elaboración de la presente investigación.

SUMARIO

RESUMEN	1
ABSTRACT	3
BLOQUE I.- PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.1. Justificación de la investigación.....	7
1.2. Justificación del área de estudio	10
1.3. Premisas de investigación e hipótesis.....	13
1.4. Objetivos de la investigación	15
1.5. Propuesta metodológica	16
1.6. Estructura de la tesis.....	18
BLOQUE II.- APROXIMACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL	21
CAPÍTULO II.- VOCACIÓN TURÍSTICA: APROXIMACIONES TEÓRICAS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.	22
2.1. Vocación como orientación personal.	24
2.2. Vocación en los estudios territoriales.....	28
2.3. El concepto de vocación turística dentro de la literatura sobre turismo.	32
2.4. Vocación y atractivo turístico: semejanzas y diferencias.	39
2.5. Vocación y potencialidad turística: semejanzas y diferencias.....	50
2.6. Vocación y competitividad turística: semejanzas y diferencias.	61
2.7. Aportación de la investigación sobre la vocación turística del territorio.	75
2.8. Modelos y metodologías de vocación turística en los territorios.	77
CAPÍTULO III.- TURISMO URBANO: APROXIMACIONES TEÓRICAS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.	100
3.1. La ciudad, contextualización histórica y conceptual.	102
3.2. La relación entre el turismo y la ciudad.	113
3.3. La ciudad como destino turístico.....	120
3.4. El turismo urbano.	142
3.5. Gestión Turística Urbana.....	168
BLOQUE III.- APROXIMACIÓN CONTEXTUAL	174
CAPÍTULO IV.- ECUADOR: CONTEXTO TERRITORIAL Y URBANO.	175
4.1. Introducción geográfica al país.	177
4.2. Principales ciudades del Ecuador.	191
4.2.1. Ciudades principales de la costa ecuatoriana.	200
4.2.2. Ciudades principales de la sierra ecuatoriana.....	207
4.2.3. Ciudades principales del oriente ecuatoriano.	219

CAPÍTULO V.- ECUADOR: CONTEXTO TURÍSTICO.....	221
5.1. Entorno turístico nacional.	223
5.2. Política turística nacional y su relación con el turismo urbano.	231
5.3. Oferta turística del Ecuador.....	240
5.3.1. Inventario de Atractivos Turísticos.	240
5.3.2. Catastro de Servicios Turísticos.	251
5.4. Conectividad nacional.	261
5.4.1. Transportación Aérea.	261
5.4.2. Transportación Marítima.	264
5.4.3. Transportación Terrestre.	266
5.5. Demanda turística del Ecuador.....	268
CAPÍTULO VI.- LAS CIUDADES ECUATORIANAS COMO DESTINOS TURÍSTICOS.....	276
6.1. Reflexiones sobre turismo urbano en el Ecuador.	278
6.2. Análisis de las principales ciudades turísticas del Ecuador.....	283
6.3. Clasificación de los destinos turísticos urbanos del país y su relación con el abordaje de la vocación turística del territorio.....	306
BLOQUE IV.- APROXIMACIÓN EMPÍRICA Y PROPOSITIVA	321
CAPÍTULO VII.- DETERMINANTES DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA EN DESTINOS URBANOS EN LA PERSPECTIVA DE LOS EXPERTOS Y GESTORES TURÍSTICOS ECUATORIANOS.	322
7.1. Enfoques y técnicas de investigación.	323
7.1.1. Método Delphi.....	324
7.1.2. Entrevistas semiestructuradas.....	329
7.2. Análisis de resultados.	332
7.2.1. La perspectiva de los expertos académicos (método Delphi).....	332
7.2.1.1. La perspectiva de los expertos académicos (método Delphi): primera ronda.	337
7.2.1.2. La perspectiva de los expertos académicos (método Delphi): segunda ronda.	354
7.2.2. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas).	376
7.2.2.1. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas): Ministerio de Turismo.....	380
7.2.2.2. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas): Organizaciones de Gestión de Destino.....	387
7.2.2.3. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevista semiestructurada): Gobiernos Autónomos Descentralizados.	394
7.2.2.4. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas): Redes Semánticas.	400
CAPÍTULO VIII.- DISEÑO Y APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA VALORATIVA DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA EN LOS DESTINOS URBANOS	410

8.1.	Propuesta de una metodología valorativa para determinar la vocación turística del territorio.	411
8.2.	Aplicación de la metodología en distintos tipos de destinos urbanos del Ecuador.	431
8.2.1.	Aplicación de la metodología en destinos turísticos urbanos consolidados.	432
8.2.2.	Aplicación de la metodología en destinos turísticos urbanos emergentes.	442
8.2.3.	Aplicación de la metodología en destinos turísticos urbanos en exploración.	450
BLOQUE V.- CONCLUSIONES		458
CAPÍTULO IX.- CONCLUSIONES.		459
9.1.	Conclusiones generales de la investigación.	460
9.1.1.	Conclusiones sobre las premisas de investigación.	460
9.1.2.	Conclusiones sobre las hipótesis de investigación.	462
9.1.3.	Conclusiones sobre los objetivos de investigación.	465
9.2.	Desafíos y futuras líneas de investigación.	473
BIBLIOGRAFÍA		476
ANEXOS		491
ANEXO 1. CONSENTIMIENTO INFORMADO		491
ANEXO 2. FORMATO PRIMER CUESTIONARIO		492
ANEXO 3. FORMATO CUESTIONARIO FINAL (SEGUNDA Y TERCERA RONDA)		496
ANEXO 4. FORMATO ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SECTOR PÚBLICO		498
ANEXO 5. FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A SER APLICADO EN EL MÉTODO DELPHI		500

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Principales ciudades turísticas del Ecuador.	11
Figura 2. Estructura general de la investigación.	20
Figura 3. Análisis cualitativo del constructo vocación turística.....	38
Figura 4. Análisis cualitativo del constructo atraktividad turística.	44
Figura 5. Análisis cualitativo del constructo potencialidad turística.	55
Figura 6. Análisis cualitativo del constructo competitividad turística.	68
Figura 7. Análisis cualitativo comparado de los componentes de: vocación, potencialidad, atraktividad y competitividad turística.	76
Figura 8. Diagrama de la vocación turística del destino turístico.	78
Figura 9. Gráfica de la vocación turística del territorio.	94
Figura 10. Estructura metodológica del índice global de vocación turística.	95
Figura 11. Análisis cualitativo sobre las definiciones de ciudad.	111
Figura 12. Análisis cualitativo sobre las definiciones de destino turístico.	127
Figura 13. Subtemas que enriquecen el turismo urbano.	145
Figura 14. Análisis cualitativo sobre las definiciones de turismo urbano.....	150
Figura 15. Tipologías de turismo urbano que se puede desarrollar en ciudades.....	167
Figura 16. Regiones geográficas del Ecuador.....	179
Figura 17. División político-administrativa: Provincias del Ecuador.	184
Figura 18. Distribución poblacional del Ecuador.....	186
Figura 19. Zonificación territorial del Ecuador.....	189
Figura 20. Resumen estructural del análisis urbanístico ecuatoriano.	196
Figura 21. Fotografía panorámica de la ciudad de Guayaquil.	202
Figura 22. Fotografía panorámica de la ciudad de Machala.	204
Figura 23. Fotografía panorámica de la ciudad de Manta.....	205
Figura 24. Fotografía panorámica de la ciudad de Salinas.	206
Figura 25. Fotografía panorámica de la ciudad de Quito.....	208
Figura 26. Fotografía panorámica de la ciudad de Cuenca.	210
Figura 27. Fotografía panorámica de la ciudad de Loja.....	212
Figura 28. Fotografía panorámica de la ciudad de Ambato.	213
Figura 29. Fotografía panorámica de la ciudad de Riobamba.....	215
Figura 30. Fotografía panorámica de la ciudad de Ibarra.	217
Figura 31. Fotografía panorámica de la ciudad de Latacunga.	218
Figura 32. Fotografía panorámica de la ciudad de Tena.	220
Figura 33. División por regiones turísticas del Ecuador.	224

Figura 34. Elementos constitutivos del destino turístico.....	225
Figura 35. Oportunidades de desarrollo de los sitios según el tipo de turismo.....	227
Figura 36. Jerarquización territorial (nodos) del Ecuador.....	229
Figura 37. Evolución de la Política Turística del Ecuador.....	232
Figura 38. Diversificación de la oferta turística nacional.	238
Figura 39. Proceso metodológico para el levantamiento de información de atractivos turísticos.	241
Figura 40. Distribución por categoría de los atractivos turísticos del Ecuador al 2022.....	242
Figura 41. Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos culturales.....	244
Figura 42. Distribución por ubicación y tipo de turismo, de los atractivos turísticos culturales del Ecuador.....	246
Figura 43. Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos naturales del Ecuador.	248
Figura 44. Distribución por ubicación y tipo de turismo, de los atractivos turísticos naturales del Ecuador.....	250
Figura 45. Distribución porcentual de los prestadores de servicios turísticos por actividad a marzo del 2022.	256
Figura 46. Concentración porcentual de los prestadores de servicios turísticos por provincia a marzo del 2022.	259
Figura 47. Tipologías de aeropuertos del país y su modalidad de gestión.....	262
Figura 48. Tipologías de aeropuertos del país y su modalidad de gestión.....	264
Figura 49. Ingresos nacionales de viajeros por puertos marítimos nacionales.	265
Figura 50. Ingresos nacionales de viajeros por medios de transportación terrestre.....	267
Figura 51. Ingresos nacionales de viajeros por vía aérea.	268
Figura 52. Evolución de los ingresos de viajeros internacionales por vía aérea.....	269
Figura 53. Fluctuación de los flujos turísticos por meses del año en Ecuador.	271
Figura 54. Identificación de la tipología de mercados de Ecuador.	271
Figura 55. Movimientos de los flujos turísticos internacionales al interior del Ecuador.....	273
Figura 56. Movimientos de los flujos turísticos nacionales al interior del Ecuador.	274
Figura 57. Análisis cualitativo del abordaje del turismo urbano en el Ecuador.....	281
Figura 58. Política turística aplicable al Distrito Metropolitano de Quito.	284
Figura 59. Distribución por categoría de los atractivos turísticos de Quito al 2022.	285
Figura 60. Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos de Quito.....	287
Figura 61. Distribución porcentual de los prestadores de servicios turísticos por actividad a marzo del 2022 para Quito.	288

Figura 62. Evolución de los ingresos de viajeros internacionales hacia Quito.	291
Figura 63. Evolución de los ingresos de viajeros internacionales hacia Quito.	292
Figura 64. Movimientos de los flujos turísticos internacionales hacia Quito.	293
Figura 65. Movimientos de los flujos turísticos nacionales hacia Quito.	294
Figura 66. Política turística aplicable al Cantón Cuenca.	295
Figura 67. Distribución por categoría de los atractivos turísticos de Cuenca al 2022.	296
Figura 68. Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos de Cuenca.....	298
Figura 69. Distribución porcentual de los prestadores de servicios turísticos por actividad a marzo del 2022 para Cuenca.	300
Figura 70. Evolución de los ingresos de viajeros internacionales hacia Cuenca.	302
Figura 71. Identificación de la tipología de mercados emisores de Cuenca.	303
Figura 72. Movimientos de los flujos turísticos internacionales hacia Cuenca.	304
Figura 73. Movimientos de los flujos turísticos nacionales hacia Cuenca.....	305
Figura 74. Entorno turístico actual de las ciudades del Ecuador.	315
Figura 75. Mapa de posicionamiento de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.	319
Figura 76. Diagramación del espacio común entre las variables analizadas.	335
Figura 77. Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de turismo y territorio, primera ronda.	340
Figura 78. Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de vocación turística y gestión pública del turismo, primera ronda.	345
Figura 79. Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de metodología vocación turística del territorio, primera ronda.	353
Figura 80. Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de turismo y territorio, segunda ronda.	356
Figura 81. Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de vocación turística y gestión pública del turismo, segunda ronda.	361
Figura 82. Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de metodología vocación turística del territorio, segunda ronda.	369
Figura 83. Representación gráfica de la dispersión del grupo de preguntas “Turismo y Territorio”.....	371
Figura 84. Representación gráfica de la dispersión del grupo de preguntas “Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo”.	373
Figura 85. Representación gráfica de la dispersión del grupo de preguntas “Metodología Vocación Turística del Territorio”.	376

Figura 86. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo del Ministerio de Turismo.	380
Figura 87. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Territorio” del Ministerio de Turismo.	382
Figura 88. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Gestión Pública” del Ministerio de Turismo.	384
Figura 89. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Planificación Turística” del Ministerio de Turismo.	386
Figura 90. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de las Organizaciones de Gestión de Destino en Ecuador.	389
Figura 91. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Territorio” de las Organizaciones de Gestión de Destino.	390
Figura 92. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Gestión Pública” de las Organizaciones de Gestión de Destino	392
Figura 93. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Planificación Turística” de las Organizaciones de Gestión de Destino.	394
Figura 94. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.	395
Figura 95. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Territorio” de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.	396
Figura 96. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Gestión Pública” de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.	397
Figura 97. Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Planificación Turística” de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.	399
Figura 98. Red Semántica de la categoría “Territorio”.	402
Figura 99. Red Semántica de la categoría “Gestión Pública”.	404
Figura 100. Red Semántica de la categoría “Planificación Turística”.	406
Figura 101. Red Semántica de la Vocación Turística resultante de la aportación del sector público turístico del Ecuador.	409
Figura 102. Representación gráfica de la dispersión de la pregunta “Componentes de la Metodología Vocación Turística del Territorio”.	413
Figura 103. Representaciones gráficas generadas para la Metodología Vocación Turística del Territorio.	430
Figura 104. Mapa de Jerarquización de las Ciudades Turísticas del Ecuador.	431
Figura 105. Mapas de ubicación nacional, provincial y local de la ciudad de Cuenca.	433

Figura 106. Mapas del centro histórico de Cuenca.	434
Figura 107. Histograma de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, Barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.	436
Figura 108. Gráfica de Red de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, Barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.	437
Figura 109. Histograma de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la calle “Rafael María Arizaga”, del Barrio “El Vecino”, de la ciudad de Cuenca.	438
Figura 110. Gráfica de Red de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la calle “Rafael María Arizaga”, del Barrio “El Vecino”, de la ciudad de Cuenca.	440
Figura 111. Gráfica de Bandas e Indicadores de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, Barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.	441
Figura 112. Mapas de ubicación nacional, provincial y local de la ciudad de Loja.	442
Figura 113. Histograma de los componentes de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.	443
Figura 114. Gráfica de Red de los componentes de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.	445
Figura 115. Histograma de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.	446
Figura 116. Gráfica de Red de los componentes de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.	448
Figura 117. Gráfica de Bandas e Indicadores de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.	449
Figura 118. Mapas de ubicación nacional, provincial y local de la ciudad de Latacunga. ...	450
Figura 119. Histograma de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.	451
Figura 120. Gráfica de Red de los componentes de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.	453
Figura 121. Histograma de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.	454
Figura 122. Gráfica de Red de los componentes de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.	456
Figura 123. Gráfica de Bandas e Indicadores de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.	457
Figura 124. Síntesis de propuestas de investigación futuras.	475

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Abordaje metodológico y técnicas de investigación a ser utilizadas	17
Tabla 2. Principales definiciones de atraktividad turística en la literatura académica.	43
Tabla 3. Metodologías de análisis de la atraktividad turística en la literatura académica.....	45
Tabla 4. Principales definiciones de potencialidad turística en la literatura académica.	52
Tabla 5. Metodologías de análisis de la potencialidad turística en la literatura académica. ...	56
Tabla 6. Principales definiciones de competitividad turística en la literatura académica.....	65
Tabla 7. Teorías y metodologías relacionadas con el abordaje de la competitividad de destinos turísticos.	69
Tabla 8. Modelos de competitividad turística en la literatura académica.	71
Tabla 9. Conceptos, elementos y reactivos del parámetro de atracción turística.	79
Tabla 10. Conceptos, elementos y reactivos del parámetro de servicios turísticos.	81
Tabla 11. Conceptos, elementos y reactivos del parámetro de infraestructura.	83
Tabla 12. Conceptos y reactivos de la variable superestructura.	85
Tabla 13. Método de evaluación de la vocación turística de un destino.	87
Tabla 14. Factores y criterios de la variable aptitud territorial.	90
Tabla 15. Factores y criterios de la variable capacidad territorial.	92
Tabla 16. Ponderación porcentual de los criterio de análisis de las variables.	93
Tabla 17. Dimensiones e indicadores del índice global de vocación turística.	96
Tabla 18. Principales definiciones de ciudad en la literatura académica.	107
Tabla 19. Principales definiciones sobre destinos turísticos en la literatura académica.	121
Tabla 20. Clasificación o taxonomía de los destinos turísticos en la literatura académica...	129
Tabla 21. Definiciones del turismo urbano dentro de la literatura académica.	147
Tabla 22. Componentes de análisis del turismo urbano.	156
Tabla 23. Distribución territorial y poblacional del Ecuador.	185
Tabla 24. Clasificación de las ciudades del Ecuador.	193
Tabla 25. Composición territorial y poblacional de las ciudades del Ecuador.	194
Tabla 26. Política turística del Ecuador 2017.	235
Tabla 27. Categorización de los atractivos turísticos del Ecuador al 2022.	242
Tabla 28. Taxonomía de los atractivos turísticos culturales del Ecuador al 2022.	243
Tabla 29. Categorización de los atractivos turísticos culturales por su ubicación y tipología de turismo.....	245
Tabla 30. Taxonomía de los atractivos turísticos naturales del Ecuador al 2022.	247
Tabla 31. Categorización de los atractivos turísticos naturales por ubicación y tipología de turismo.....	249

Tabla 32. Marco normativo ecuatoriano acerca de las actividades turísticas nacionales.	252
Tabla 33. Prestadores de servicios turísticos del Ecuador al 2022.....	254
Tabla 34. Distribución por provincia de los prestadores de servicios turísticos del Ecuador al 2022.....	257
Tabla 35. Aeropuertos activos del Ecuador al 2022.....	261
Tabla 36. Flujos turísticos mensuales receptados por el Ecuador.....	270
Tabla 37. Categorización de los atractivos turísticos de Quito al 2022.	285
Tabla 38. Taxonomía de los atractivos turísticos de Quito al 2022.	286
Tabla 39. Prestadores de servicios turísticos catastrados en Quito al 2022.	287
Tabla 40. Principales mercados emisores hacia Quito durante el periodo 2019-2021.	290
Tabla 41. Categorización de los atractivos turísticos de Cuenca al 2022.	296
Tabla 42. Taxonomía de los atractivos turísticos del Cuenca al 2022.	297
Tabla 43. Prestadores de servicios turísticos catastrados en Cuenca al 2022.	299
Tabla 44. Principales mercados emisores hacia Cuenca durante el periodo 2019-2021.....	301
Tabla 45. Resumen de los componentes de oferta y demanda turística de las ciudades del Ecuador al 2022.....	307
Tabla 46. Tabla de categorización del entorno turístico de los destinos turísticos urbanos.	308
Tabla 47. Valorización de la situación turística actual de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.....	312
Tabla 48. Tabla normalizada de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.....	316
Tabla 49. Clasificación de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.....	317
Tabla 50. Propuesta de jerarquización de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.	318
Tabla 51. Coeficiente de competencia de los expertos.	326
Tabla 52. Representantes de las organizaciones públicas relacionadas con el turismo en el Ecuador.....	329
Tabla 53. Resultado de la validación del instrumento de investigación por parte de los expertos.	333
Tabla 54. Estadístico de fiabilidad del instrumento.	334
Tabla 55. Tabulación de datos, grupo "Turismo y Territorio", primera ronda.	337
Tabla 56. Análisis estadístico, grupo "Turismo y Territorio", primera ronda.....	338
Tabla 57. Tabulación de datos, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", primera ronda.	341
Tabla 58. Análisis estadístico, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", primera ronda.	343

Tabla 59. Tabulación de datos, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", primera ronda.....	346
Tabla 60. Análisis estadístico, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", primera ronda.....	350
Tabla 61. Tabulación de datos, grupo "Turismo y Territorio", segunda ronda.....	354
Tabla 62. Análisis estadístico, grupo "Turismo y Territorio", segunda ronda.....	355
Tabla 63. Tabulación de datos, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", segunda ronda.....	357
Tabla 64. Análisis estadístico, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", segunda ronda.....	360
Tabla 65. Tabulación de datos, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", segunda ronda.....	362
Tabla 66. Análisis estadístico, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", segunda ronda.....	366
Tabla 67. Análisis estadístico de variación del grupo "Turismo y Territorio".....	370
Tabla 68. Análisis estadístico de variación del grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo".....	372
Tabla 69. Análisis estadístico de variación del grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio".....	374
Tabla 70. Catálogo de codificación deductiva.....	378
Tabla 71. Categorías y códigos de análisis aplicados.....	379
Tabla 72. Variables por considerar para la metodología de vocación turística del territorio.....	412
Tabla 73. Componentes de las variables de la metodología de vocación turística del territorio.....	413
Tabla 74. Definiciones de las variables y componentes de la metodología de vocación turística del territorio.....	415
Tabla 75. Escala valorativa de los componentes intrínsecos de la oferta turística en la metodología.....	419
Tabla 76. Escala valorativa de los componentes intrínsecos de la infraestructura en la metodología.....	423
Tabla 77. Escala valorativa de los componentes extrínsecos en la metodología.....	424
Tabla 78. Resultados de la valoración de la vocación turística del territorio.....	428
Tabla 79. Resultados de la vocación turística del territorio, componentes intrínsecos, en la ciudad de Cuenca, Barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".	435

Tabla 80. Matriz valoración porcentual de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".	437
Tabla 81. Resultados de la vocación turística del territorio, componentes extrínsecos, en la ciudad de Cuenca, Barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".	438
Tabla 82. Matriz valoración porcentual de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".	439
Tabla 83. Resultados de la valoración porcentual de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.	441
Tabla 84. Resultados de la valoración turística del territorio, componentes intrínsecos territoriales, en la ciudad de Loja.	443
Tabla 85. Matriz valoración porcentual de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Loja.	444
Tabla 86. Resultados de la valoración turística del territorio, componentes extrínsecos territoriales, en la ciudad de Loja.	446
Tabla 87. Matriz valoración porcentual de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Loja.	447
Tabla 88. Resultados de la valoración porcentual de la vocación turística del territorio en la ciudad de Loja.	448
Tabla 89. Resultados de la valoración turística del territorio, componentes intrínsecos territoriales, en la ciudad de Latacunga.	451
Tabla 90. Matriz valoración porcentual de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Latacunga.	452
Tabla 91. Resultados de la valoración turística del territorio, componentes extrínsecos territoriales, en la ciudad de Latacunga.	454
Tabla 92. Matriz valoración porcentual de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Latacunga.	455
Tabla 93. Resultados de la valoración porcentual de la vocación turística del territorio en la ciudad de Latacunga.	456

RESUMEN

El presente trabajo de investigación doctoral evalúa la comprensión, aplicación y diversos abordajes que se han generado alrededor del término de vocación turística del territorio, tanto por parte de la literatura académica, como en el accionar docente y actuación pública en el sector turístico de los diversos destinos urbanos del Ecuador. Las premisas que dieron pie al desarrollo de la tesis fueron: la determinación de los destinos urbanos requiere de la participación y guía oportuna del sector público que dirija sus acciones hacia un desarrollo turístico territorial eficiente y el abordaje de la vocación turística del territorio puede favorecer al desarrollo del lugar si se lo realiza de forma técnica evitando, en la medida de lo posible, la influencia del discurso político en la toma de decisiones del destino urbano.

Estas premisas de análisis dieron paso a la hipótesis principal del trabajo que trata de dar respuesta a sí los territorios con predominancia de ideologías políticas como parte del discurso para el desarrollo de actividades turísticas en una ciudad demuestran un menor grado de vocación turística; de la cual se desprenden las siguientes hipótesis secundarias: el abordaje conceptual del término de “vocación turística del territorio” es discordante entre la academia y gestores públicos del turismo y la determinación de la vocación turística del territorio depende netamente de elementos intrínsecos del lugar dejando de lado a los elementos extrínsecos del mismo.

En concordancia, se estableció como objetivo general de la investigación el diseñar una metodología para el diagnóstico y valoración de la vocación turística del territorio en destinos urbanos para su aplicación en los procesos de planificación y desarrollo turístico, el cual está solventado por tres objetivos específicos que permite conocer la realidad de los espacios urbanizados con actividad turística en el país.

Los resultados obtenidos en los bloques anteriores sustentan el apartado final relativo a las conclusiones, que se plantean a diferentes niveles. El análisis del corpus doctrinal existente a nivel internacional ha evidenciado, en primer lugar, que, existe un abordaje complejo del término para su aplicación territorial, lo que ha generado una confusión entre los académicos y profesionales para comprender a qué hacer referencia la vocación turística del territorio, teniendo una comparativa recurrente con la potencialidad que un lugar puede presentar.

De la misma manera, se pudo corroborar la hipótesis principal de la investigación, ya que los territorios urbanos que cuentan con una fuerte disposición política para desarrollar actividades turísticas dentro de su perímetro, en la práctica demuestran tener un desenvolvimiento limitado, poco diferenciado y con un análisis turístico del lugar que no concuerda con el discurso manejado por el sector público. Así como las discrepancias entre lo establecido por la academia y el sector público resultan ser evidentes al momento de contrastar información, las cuales están sustentadas en los análisis de cada una de las ciudades que intervinieron en el presente estudio.

Esta tesis, en suma, aporta una serie de herramientas para el análisis de la actividad turística en los diversos entornos urbanos alineados con los conceptos territoriales que la regulan. Se presenta un modelo práctico que sirve como guía teórica y metodológica para investigaciones de evaluación posterior. Además, se contribuye con este trabajo a la reflexión sobre la incidencia de la vocación turística dentro de los procesos de planificación del turismo que debe llevar a cabo el sector público, de acuerdo con lo establecido en las normativas vigentes nacionales, fortaleciendo el abordaje técnico del proceso a partir de un análisis de casos que bien puede ser contrastado con otras realidades territoriales similares.

Descriptores Clave: vocación turística, destinos urbanos, planificación turística, jerarquización de ciudades.

ABSTRACT

The present doctoral research work evaluates the understanding, application, and diverse approaches that have been generated around the term of tourist vocation of the territory, both by the academic literature, as well as in the teaching and public action in the tourism sector of the various urban destinations of Ecuador. The premises that gave rise to the development of the thesis were: the determination of urban destinations requires the participation and timely guidance of the public sector that directs its actions towards efficient territorial tourism development and the approach to the territory's tourism vocation can favor the development of the place if it is done in a technical way avoiding, as far as possible, the influence of political discourse in the decision making process of the urban destination.

These premises of analysis gave way to the main hypothesis of the work, which tries to answer whether the territories with a predominance of political ideologies as part of the discourse for the development of tourist activities in a city show a lower degree of tourist vocation; from which the following secondary hypotheses are derived: the conceptual approach to the term "tourist vocation of the territory" is discordant between academia and public managers of tourism and the determination of the tourist vocation of the territory depends clearly on intrinsic elements of the place, leaving aside the extrinsic elements of the same.

Accordingly, the general objective of the research was to design a methodology for the diagnosis and evaluation of the tourist vocation of the territory in urban destinations for its application in the processes of planning and tourist development, which is solved by three specific objectives that allow knowing the reality of the urbanized spaces with tourist activity in the country.

The results obtained in the previous blocks support the final section related to the conclusions, presented at different levels. The analysis of the existing doctrinal corpus at the international level has shown, in the first place, that there is a complex approach to the term for its territorial application, which has generated confusion among academics and professionals to understand what the tourist vocation of the territory refers to, having a recurrent comparison with the potential that a place can present.

In the same way, it was possible to corroborate the main hypothesis of the research, since the urban territories that have a strong political disposition to develop tourist activities within their perimeter,

in practice demonstrate to have a limited development, little differentiated and with a tourist analysis of the place that does not agree with the discourse managed by the public sector. As well as the discrepancies between what is established by the academy and the public sector are evident now of contrasting information, which are sustained in the analysis of each of the cities that intervened in the present study.

This thesis, in short, provides a series of tools for the analysis of tourism activity in the different urban environments aligned with the territorial concepts that regulate it. It presents a practical model that serves as a theoretical and methodological guide for subsequent evaluation research. In addition, this work contributes to the reflection on the incidence of tourist vocation within the tourism planning processes that should be carried out by the public sector, according to what is established in the national regulations in force, strengthening the technical approach of the process from an analysis of cases that can be contrasted with other similar territorial realities.

Key Descriptors: tourist vocation, urban destinations, tourist planning, hierarchization of cities.

BLOQUE I.- PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

En este capítulo se genera una introducción general sobre la temática de investigación planteada, la justificación de ésta y el área de estudio en la que se realizará dicha propuesta, tomando en consideración elementos conceptuales establecidos en la literatura académica, así como también los lineamientos de actuación en investigación planteados por las instituciones de educación superior del país, tratando de generar una aportación factible y viable para los destinos urbanos del Ecuador.

Además, se encuentran establecidas las premisas de investigación, hipótesis y objetivos que configuran la aproximación y el abordaje que se efectuará en el proyecto de investigación, tomando como punto de partida la comprensión clara y determinación de aplicaciones realizadas sobre el término de vocación turística del territorio en entornos urbanos.

Se incluye también el desglose de la metodología de investigación planificada a ser aplicada en cada una de las etapas de indagación propuesta, las cuales tratan de dar respuesta a las principales interrogantes que conducen el trabajo de campo, así como la revisión bibliográfica y documental.

Por último, se establece la estructuración del documento, por bloques y capítulos, tomando en consideración, para dicha división, el grado de relación temática que presenta cada uno de los contenidos que se van a desarrollar en la tesis, por lo que se cuenta con un total de cinco bloques con nueve capítulos.

1.1. Justificación de la investigación.

La generación de conocimientos y construcción de investigación turística aplicada en el Ecuador en temas de planificación turística, turismo urbano e impactos de la actividad turística es incipiente, ya que desde hace apenas siete años se están dictando estudios de posgrado en el país y la aplicación de teorías generadas en otros entornos no resultan convenientes debido a la fluctuación del comportamiento de las variables analizadas en un lugar que no es el Ecuador.

En este contexto, los inicios de la generación científica aplicada en el país resultan un eslabón necesario dentro de la cadena de valor turística que coadyuve al mejoramiento de los procesos integrales de planificación; con relación a esto, en el país se evidencia una carencia en el análisis de la vocación turística de un determinado territorio a nivel general, pero resulta imperativo el poder determinarlo para espacios geográficos urbanos que han determinado al turismo como una herramienta de desarrollo.

Desde el año de 1992 el Ecuador cuenta con un Ministerio de Turismo el cual está encargado de regular, planificar, gestionar y controlar las actividades turísticas en el país; a esto se le suma la voluntad política para desarrollar al sector como parte integral en el proceso de cambio de la matriz productiva, convirtiéndolo en un sector estratégico desde el año 2007, el cuál consta como parte de los procesos de planificación nacional en el denominado “Plan Toda una Vida” impulsado por el gobierno.

A pesar de ello, el país muestra un proceso de desarrollo turístico divergente, ya que se puede visualizar que existen crecimientos desproporcionados en ciertos lugares con posicionamiento internacional y que hay muchos sitios en el país con poco o nulo progreso en el ámbito del turismo; por ello es importante identificar los aspectos necesarios que los centros urbanos deben analizar y trabajar para mejorar su posición o nivel de desarrollo.

De acuerdo con Farfán (2013) los procesos de planificación y desarrollo turístico del país demuestran vaguedad tanto desde la perspectiva conceptual como metodológica, lo que ha generado procesos de planificación turística discordantes y divergentes dentro del territorio nacional, dando como resultado planes nacionales de desarrollo turístico poco realizables, planes de desarrollo y ordenamiento territorial enfocados a un análisis estadístico y comportamental del territorio y planes de desarrollo turístico sin un horizonte técnico aplicable a las características territoriales específicas de cada lugar

y su dinámica territorial, generando un problema de apropiación de dichas herramientas por parte de los gestores turísticos públicos y/o privados relacionados directa e indirectamente con el turismo.

Si bien es cierto que existe una utilización desmesurada del término “vocación turística”, no existen aportaciones investigativas que permitan conceptualizar el término de manera clara y que sea generalmente aceptada por la comunidad científica del turismo; existen muchos reportes de investigación y artículos científicos relacionados con temas de planificación turística, gestión de destinos, política turística, percepción y actitudes que abordan el tema de la vocación, pero desde una percepción genérica del término, por lo que la investigación objetiva y sistemática de dicho elemento resulta un tema pendiente.

Petrizzi (2011) expresa que la vocación turística corresponde a la predisposición natural de un espacio o territorio para ser transformado en un lugar atractivo para potenciales visitantes, teniendo claramente una orientación de ventaja competitiva. Por otro lado, para Simancas (2008) la vocación turística del territorio se refiere netamente a la función que cumple un territorio determinado desde su concepción original.

De igual forma se han realizado aproximaciones a la definición del término por parte de organismos públicos. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2016) lo define como las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta para el aprovechamiento turístico del territorio. De otra parte, la Secretaría de Turismo de México (2016) lo expresa como la función del perfil del destino, el cual contiene características que atraen a los visitantes, cuidando su funcionamiento territorial y respondiendo a las características urbanas que se pueden evidenciar en el sitio, las cuales respetan su identidad y generan un valor intrínseco útil para el desarrollo de la actividad turística en el lugar.

Como se puede evidenciar, algunos autores, estudios e incluso discursos políticos confunden el término desde una percepción netamente de patrimonio turístico (recursos y/o atractivos) dejando de lado la disposición territorial, poblacional y gubernamental que el mismo demanda; así también existe una gran cantidad de investigaciones relacionadas con las percepciones de la actividad turística y las actitudes de los involucrados en la misma, pero no hay un nexo entre éstas y la función real de la vocación turística de un determinado lugar (Gómez Hinojosa et al., 2014).

Además, se destacan algunas investigaciones relacionadas con la generación de metodologías que permitan determinar la vocación turística de un territorio, las cuales han ido estructurando procesos de tecnificación dentro de la planificación y gestión de destinos turísticos, entre las cuales se pueden citar los trabajos realizados por Muñoz (2011) referente a la metodología del índice de vocación turística del territorio aplicado en territorios mexicanos, por Gómez Hinojosa et al. (2014) concerniente con el diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un territorio en espacio territorial mexicano, y a la de López et al. (2017) referente a la creación de una metodología de medición y valoración de la vocación turística aplicado a territorios colombianos.

Sin embargo, en el caso del Ecuador el término sigue siendo un discurso demagógico más no un instrumento técnico. Sólo han existido intentos de replicar la metodología propuesta por López et al. (2017) dentro de los límites geopolíticos nacionales, pero lamentablemente dichas investigaciones se han enfrascado en los abordajes académicos sin la participación de los entes públicos encargados del desarrollo del turismo en los territorios respectivos.

Estudiar la ciudad, sin lugar a duda, es un tema muy seductor, a la vez extenso e indefinido; a efectos de la presente tesis, se abordará a la ciudad, desde la perspectiva de una forma compleja de organización del espacio, explicada desde distintas vertientes del conocimiento provenientes principalmente de la geografía, antropología y la sociología, en su relación con lo urbano, pues es claro que estudiar la ciudad solamente puede ser abarcado de modo interdisciplinario.

La ciudad como el conjunto constructivo urbano, es de data muy lejana, desde Mohenjo-Daro, (por citar alguna), situada en el valle del Indo y habitada en el tercer milenio A.C., pasando por la polis griega, la urbe romana, los burgos de la Edad Media, hasta las ciudades de nuestros días; en este largo caminar de los siglos, debido a los ideales de cada generación, las ciudades han ido cambiando sus morfologías, sus modos de ocupación y sus formas de administración.

Por ello, los aspectos esenciales que conforman la investigación estarán compuestos por: análisis del término vocación turística y su aplicabilidad, turismo urbano, zonificación de espacios turísticos, análisis del turismo a nivel nacional y de destinos urbanos descentralizados, los cuales servirán como materia prima para la generación metodológica propuesta en la presente investigación.

1.2. Justificación del área de estudio.

El abordaje del estudio del turismo urbano en el Ecuador resulta ser nuevo, con poca difusión científica y ha despertado un interés latente en los investigadores nacionales. De acuerdo con Cabanilla et al. (2021) la configuración turística del país concentra sus actividades comerciales y económicas en un 96% dentro de los entornos urbanos lo que ha permitido que la actividad turística se desarrolle de forma empírica en muchas de las ciudades del país, generando una descontextualización del quehacer turístico en los entornos urbanos y dejando desprovisto a dichos territorios de análisis que vayan más allá del hecho económico como factor dinamizador de los lugares de visita o que se encuadre en una propuesta o ideología política que busque abarcar una mayor aceptación popular utilizando al turismo como un fenómeno discursivo.

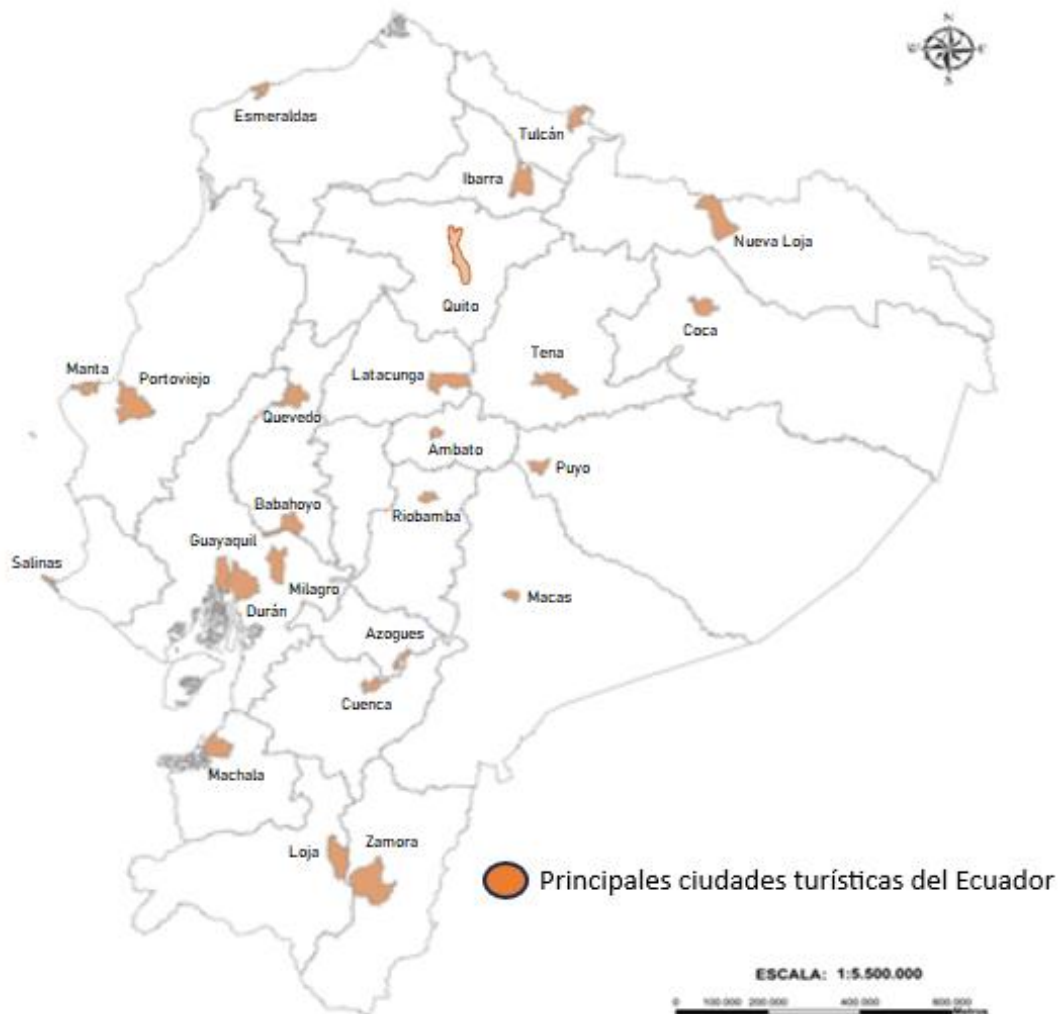
Muchos de los destinos urbanos en el país han sido abordados, de manera impositiva por el sector público, para el desarrollo de actividades, tomando como premisa que por el hecho de ser una ciudad y contar con prestadores de servicios turísticos, infraestructura de servicios básicos y conectividad pueden orientar su accionar territorial al desenvolvimiento de dichas actividades de manera eficiente y con un enfoque de servicio que se ajuste a los requerimientos de la demanda del lugar, generando una visión positivista y simplista de la actividad (Cabrera, 2018).

En la figura 1 se puede identificar las principales ciudades del Ecuador dentro de las cuáles el hecho turístico se ha manifestado, ya sea de forma orgánica o impulsada por las acciones por parte del sector público, demostrando muchas de ellas problemas relacionados con el impacto negativo de las actividades turísticas desarrolladas en los territorios, las mismas que no presentan ninguna planificación y/o gestión pública adecuada (Cabrera, 2018).

Dicha disparidad e impactos en la dinámica turística de los territorios urbanos nacionales ha despertado en los académicos e investigadores la curiosidad por indagar para establecer análisis del turismo urbano, sus implicaciones, alcance, evolución, entre otras; pero en la práctica las mismas se han limitado a ser trabajos sin articulación pública y con una perspectiva cien por ciento académica, lo que ha dificultado que los mismos se ajusten a la realidad contextual del turismo en el Ecuador.

Figura 1.

Principales ciudades turísticas del Ecuador.



Fuente: Elaboración propia a partir de Cabanilla et al. (2021) & Cabrera, (2018).

Según lo establecen Ricaurte et al. (2018) el abordaje adecuado en el análisis de los componentes específicos relacionados con el turismo urbano en los principales destinos turísticos del Ecuador es aún una deuda pendiente por parte de la academia y el sector público, debido a que se ha podido evidenciar que se prioriza el desarrollo de una actividad turística sin evaluaciones y/o estudios que la respalden o que puedan solventar que el discurso utilizado para llevar a cabo dicha actividad en las ciudades sea viable.

Siguiendo la misma línea discursiva González & Álvarez (2016) indican que se debe nutrir a los procesos de planificación turística urbana de herramientas que permitan tomar decisiones acertadas para el beneficio integral de todos los involucrados en el desarrollo de la actividad turística, sea esta

de manera directa y/o indirecta, promoviendo espacios de diálogo y entornos de participación colaborativa en aras de un trabajo conjunto que promueva un desarrollo turístico adecuado. En este sentido, en el Ecuador se han visto limitaciones para la aplicación de tal elemento, ya que, el turismo ha sido más una propuesta política más que una realidad territorial.

Por último Cabrera & Bernal (2020) establecen que la complejidad del análisis del turismo urbano en el Ecuador se fundamenta en la disparidad de la aplicación metodológica a nivel nacional, ya que el abordaje o nivel de comprensión del término varía entre los entes gestores de la actividad turística nacional, por lo que en el país no se tiene identificado claramente cuáles son consideradas ciudades y dentro de ellas cuáles serían consideradas como ciudades turísticas. Este vacío teórico genera procesos de investigación e indagación, pública y académica, que en muchos de los casos resultan infructuosos.

1.3. Premisas de investigación e hipótesis.

En virtud de lo expuesto en los acápites anteriores, vinculados con la importancia y relevancia académica para el establecimiento de la vocación turística de los territorios urbanos o la determinación clara de las ciudades turísticas en el país, la presente investigación tiene como punto de partida el abordaje crítico del alcance, aplicación y componentes que se deben considerar para la determinación de la vocación turística de un territorio urbano, así como la determinación de los elementos clave para el análisis turístico en destinos urbanos. En este sentido la investigación trata de comprobar el modo en que la acción pública tiene en cuenta esta perspectiva de vocación y su relación con el turismo urbano en virtud del desarrollo en estos lugares, para lo cual se disponen dos premisas iniciales:

- La intervención de los gestores públicos del turismo en los destinos urbanos requiere de una participación y guía oportuna que oriente sus acciones hacia un desarrollo turístico territorial eficiente.
- El abordaje de la vocación turística del territorio puede favorecer al desarrollo del lugar si se lo realiza de forma técnica evitando, en la medida de lo posible, la influencia del discurso político en la toma de decisiones del destino urbano.

A partir de estas premisas, la presente investigación pretende dar respuesta a la pregunta sobre en qué medida el término de vocación turística del territorio está presente en la acción pública orientada al desarrollo sobre el turismo en entornos urbanos. Y es que, los actuales modelos de gestión pública del turismo, así como los modelos de gobernanza turística, están basados en una óptica segmentada, centralizada y poco especializada a nivel nacional.

En estas ideas subyace la hipótesis que trata de ser comprobada en la presente investigación, la cual establece lo siguiente:

H.P. Los procesos de gestión pública y planificación turística territorial ejecutadas en los destinos turísticos urbanos del país muestran una limitada utilización de la vocación turística del territorio como herramienta metodológica que coadyuva al desarrollo de actividades turísticas.

De la cual se desprenden las siguientes hipótesis secundarias:

H.S.1. El abordaje conceptual del término de “vocación turística del territorio” es discordante entre la academia y gestores públicos del turismo en los territorios urbanos.

H.S.2. En los procesos de gestión pública del turismo de los destinos urbanos la determinación de la vocación turística del territorio depende netamente de elementos intrínsecos del lugar dejando de lado a la injerencia de los elementos extrínsecos.

En última instancia, tras clarificar la situación, se pretende hacer visible por medio de esta investigación la necesidad de establecer una metodología valorativa para la determinación de la vocación turística de un territorio en entornos urbanos, a través de la identificación de los elementos clave para el adecuado desenvolvimiento de la actividad turística que permita mejorar la toma de decisiones estratégicas de intervención pública territorial.

1.4. Objetivos de la investigación.

Para dar significatividad a la presente investigación y respuesta a la hipótesis formulada, se establece como objetivo general al siguiente:

OG. Diseñar una metodología para el diagnóstico y valoración de la vocación turística del territorio en destinos urbanos para su aplicación en los procesos de planificación y desarrollo turístico.

Para dar cumplimiento con el objetivo general planteado se han establecido tres objetivos específicos, los cuales definen la investigación a la vez que condicionan la metodología empleada, la elección de las fuentes de información y la propia estructura de la investigación:

OE1. Establecer los lineamientos clave de abordaje y contextualización de la vocación turística en los territorios urbanos, a través de la revisión documental.

OE2. Contrastar la significatividad de los factores y/o variables estratégicas relacionadas con la valoración de la vocación turística en un territorio urbano para el establecimiento de los elementos base del modelo, mediante entrevistas a profundidad y la aplicación del método Delphi.

OE3. Aplicar la metodología para el diagnóstico y la valoración de la vocación turística del territorio dentro de los principales destinos urbanos en el país, con base en la observación no participante.

1.5. Propuesta metodológica.

Resulta fundamental para cualquier investigación llevar a cabo el diseño de la metodología y las técnicas en torno a las que ésta se debe articular, así como una revisión crítica de las fuentes disponibles para su abordaje. En este sentido, las disonancias conceptuales existentes entre los términos relacionados con vocación, potencialidad, atractividad y competitividad turística suponen un aspecto de una complejidad notable donde se yuxtaponen elementos, abordajes y orientaciones que responden a aspectos diversos, hecho que requiere de una delimitación metodológica que queda reflejada en las técnicas y fuentes de información utilizadas en esta investigación.

Por ello, el presente trabajo se enmarca en la tipología de investigación denominada empírica, la cual define la forma de recopilar conocimiento mediante la observación directa y la experiencia, en lugar de hacerlo solo a través de la lógica o la razón (en otras palabras, por la racionalidad). En el paradigma científico, el término se refiere al uso de hipótesis que pueden probarse mediante observación y experimentación (Saldaña, 2013). De este modo, la propuesta metodológica aquí planteada se basa en un estudio holístico en el que se trata de observar la realidad para ofrecer una visión global del fenómeno objeto de análisis por medio del uso de técnicas cualitativas y cuantitativas que permitan generar una metodología valorativa de la vocación turística del territorio aplicable en destinos urbanos.

El marco operativo de la investigación se encuentra definido estrictamente por el área de estudio a nivel nacional, enmarcado específicamente en los entornos urbanizados en los que se encuentren evidencias del hecho turístico y que cumplan con los lineamientos teóricos que permiten delimitar, determinar y definir los elementos clave para que los espacios urbanos que presentan las características correspondientes puedan ser considerados como “ciudades turísticas”.

Las fuentes de información que se utilizarán para el desarrollo de la investigación son:

- Fuentes de datos primarios: Éstas implican la implementación de técnicas de producción de datos, sobre la temática planteada, que, para el caso del Ecuador, esto va a presentar un reto, debido a que la información pública relacionada con el sector turístico se encuentra desactualizada, no depurada y poco contextualizada, por lo que al trabajar con dichos datos se establecerán procesos de rigurosidad que permitan obtener datos relevantes para el estudio.

- Fuentes de datos secundarias: Donde se incluyen documentos científicos e institucionales elaborados desde la academia o desde los distintos organismos públicos implicados en el turismo urbano a nivel nacional y local.

A continuación, se genera una desagregación de los abordajes metodológicos que van a orientar la investigación:

Tabla 1.

Abordaje metodológico y técnicas de investigación a ser utilizadas.

Apartado	Aproximación Metodológica	Técnica por utilizar
Estado de la Cuestión	Revisión del estado de la cuestión en el ámbito teórico de la vocación turística del territorio.	Análisis Bibliográfico y Documental
	Revisión del estado de la cuestión en el ámbito teórico de los destinos de turismo urbano.	
Estudio Contextual	Contextualización de las ciudades ecuatorianas	Análisis situacional y bibliográfico
	Análisis del turismo en el Ecuador	Análisis documental y estadístico
	Las ciudades ecuatorianas como destino turístico	Análisis documental y estadístico
Estudio de Campo	Metodología de investigación	Técnicas de cualitativas y cuantitativas de producción de información
	Aplicación de la metodología resultante	Trabajo de campo

Nota: Elaboración propia. Esta tabla muestra la estructura metodológica del trabajo.

1.6. Estructura de la tesis.

El orden establecido para la exposición de los resultados de la investigación responde al orden de desarrollo de esta, con un carácter lineal que obedece a la propia lógica del discurso. De esta forma, ésta arranca con la presentación de las cuestiones teóricas generales para concluir posteriormente con los aspectos más específicos y propositivos.

A partir de la definición de los objetivos y tras la elección del enfoque metodológico más apropiado para llevarlos a cabo, la investigación se articula a través de cinco bloques generales que son:

- a) Un primer bloque introductorio que representa el punto de partida del trabajo, una introducción de orden contextual y metodológico.
- b) Un segundo bloque donde se presenta el enfoque conceptual en torno a los temas que organizan el discurso relacionado con vocación turística y destinos urbanos, que son abordados desde una perspectiva analítico-descriptiva.
- c) Un bloque tercero de análisis pormenorizado y contextualizado del turismo urbano en las diferentes ciudades del Ecuador.
- d) Un cuarto bloque donde se plantea el abordaje investigativo que permite definir y aplicar la metodología valorativa de vocación turística del territorio resultante del análisis integral del estudio.
- e) Finalmente, un quinto bloque, a modo de cierre, donde se exponen las conclusiones obtenidas y se establecen las futuras intervenciones de investigación.

En seguida el detalle explicativo de los componentes anteriormente mencionados:

- a) Bloque introductorio, el cual se encuentra compuesto por:
 - Capítulo I. En éste, punto de partida de la investigación, se exponen los fundamentos y los precedentes en el tratamiento de la cuestión, la hipótesis y objetivos, así como las líneas generales a través de las que se articula el marco teórico propuesto.
- b) Bloque de aproximación teórica y conceptual, conformado por:
 - Capítulo II. Aquí se delimita el concepto relacionado con la vocación turística del territorio, se realiza un análisis diferenciador de dicho constructo con los de:

potencialidad, atraktividad y competitividad turística, además se detallan las diferentes aproximaciones metodológicas con las que se ha abordado el tema.

- Capítulo III. En él se realiza un análisis bibliográfico y documental a detalle de los destinos urbanos como elemento de actuación del turismo, cómo se ha ido desarrollando el turismo urbano a lo largo del tiempo, sus ventajas y desventajas, así como sus tendencias actuales.

c) Bloque de aproximación conceptual, conformado por:

- Capítulo IV. Éste supone un análisis bibliográfico descriptivo y analítico de la zona de estudio, permitiendo identificar la estructuración territorial del país, los abordajes de ordenamiento turístico y una descripción de las principales ciudades del país.
- Capítulo V. En éste se realiza un análisis bibliográfico y estadístico del turismo urbano en el país, generando datos relevantes para comprender la incidencia de este dentro de la realidad turística nacional.
- Capítulo VI. Aquí se establece una indagación bibliográfica sobre las investigaciones realizadas en el Ecuador relacionadas con el turismo urbano, se pormenoriza el análisis estadístico de las principales ciudades turísticas del país posicionadas a nivel internacional y se establece una metodología de jerarquización de ciudades turísticas a nivel nacional.

d) Bloque de aproximación empírica y propositiva, conformado por:

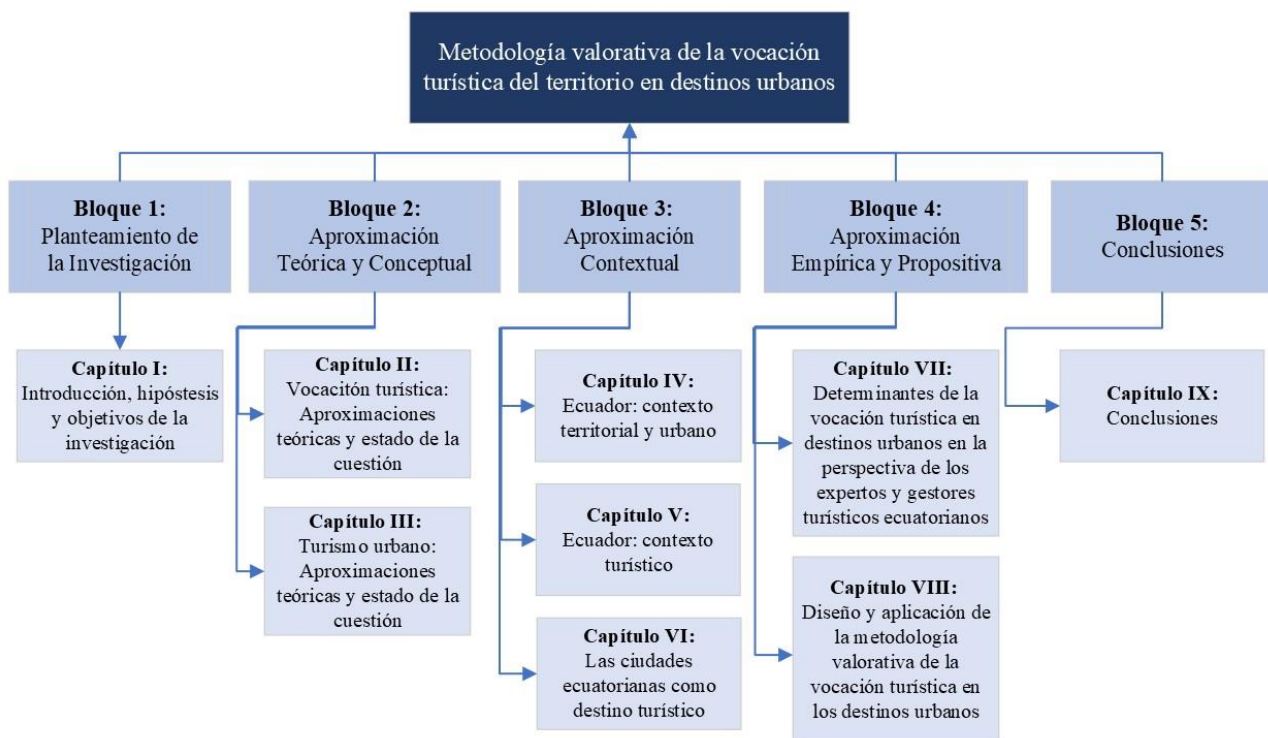
- Capítulo VII. Representa el capítulo central de la investigación ya que en este apartado se describen, estructuran, aplican y analizan las metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa que permitirá establecer la metodología valorativa propuesta como tema de investigación.
- Capítulo VIII. En este capítulo se estructura la metodología valorativa con base en los análisis bibliográficos de vocación turística y destinos urbanos, así como en los resultados arrojados por la metodología de investigación del capítulo anterior, así como también se establece su aplicación en tres ciudades escogidas en función de su resultado en la jerarquización de ciudades turísticas del capítulo VII.

e) Bloque de conclusiones, conformado por:

- Capítulo XI. En la sección final se plantean las síntesis y conclusiones extraídas durante el proceso de investigación. En ella se enfrentan las teorías desarrolladas en el marco inicial con los resultados obtenidos por medio de las metodologías propuestas, llevándose a cabo una discusión de resultados a través de la cual comprobar correspondencias y establecer líneas futuras de investigación.

Figura 2.

Estructura general de la investigación.



Nota: Elaboración propia

BLOQUE II.- APROXIMACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL

CAPÍTULO II.- VOCACIÓN TURÍSTICA: APROXIMACIONES TEÓRICAS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.

En el siguiente capítulo se abordan las bases conceptuales, metodologías y abordajes encontrados en la literatura académica relacionada con la vocación turística del territorio, pasando desde el abordaje desde una perspectiva personal hacia la determinación de la vocación del territorio y su relación con el hecho turístico.

Si bien es cierto, su utilización se ha visto limitada a entornos y contextos efímeros, cuestión que ha dificultado identificar con claridad su definición y alcance en las diversas investigaciones académicas, las mismas han cimentado las bases teórico-metodológicas que permiten diferenciar al término con otros regularmente utilizados como sinónimos, generando una confusión en el lector y los profesionales de la actividad turística.

En primer lugar, se ha realizado una revisión bibliográfica para intentar comprender de mejor manera la vocación turística del territorio como un elemento de análisis que coadyuve con el desarrollo eficiente de la actividad turística futura de un lugar, sitio o destino; para ello, se establece la base conceptual de los términos vocación, vocación territorial y vocación turística del territorio, generando un hilo conductor del conocimiento que permita comprender de mejor manera el porqué de su utilización e importancia dentro de los estudios del fenómeno turístico.

Luego, se ha generado una caracterización y diferenciación del término en comparación con otros vocablos técnicos utilizados en el estudio territorial y la planificación integral de la actividad turística. Entre ellos se encuentran los conceptos atraktividad, potencialidad y competitividad turística. En muchos estudios y/o contextos se suele confundir estos términos y vocación como si fuesen sinónimos. Dicho problema semántico genera una confusión evidente en los estudios territoriales del turismo que se pueden encontrar en la literatura académica; por lo que la explicación de cada uno de ellos, sus características, alcance y metodologías de estudio aplicadas permitieron la identificación de las semejanzas y diferencias existentes entre cada uno de los términos y la vocación turística del territorio, utilizando para ello un análisis cualitativo de la bibliografía utilizada.

Finalmente, se describe a detalle las diferentes metodologías de valoración, determinación o medición de la vocación turística del territorio que se han realizado en diversos contextos, y por diferentes organismos, tanto del ámbito profesional como académico, público y privado; lo cual permite

identificar con mayor facilidad cuáles son los componentes, elementos, variables y técnicas de análisis utilizadas para el abordaje investigativo del mismo y sobre todo las metodologías de investigación utilizadas, que en su mayoría resultan ser de índole cuantitativa.

2.1. Vocación como orientación personal.

La palabra vocación proviene del latín *vocare*, el cual significa llamado o acción de llamar, entendiéndose como el llamado hacia un determinado fin, objetivo o destino; dicho concepto ha ido cambiando y ajustándose a las diferentes áreas de estudio y/o abordaje cognoscitivo, relacionado directamente con la ideología de su aplicación. Por ello, el entendimiento del término va a estar directamente relacionado con el enfoque ideológico y metodológico que alinea su accionar.

Emmanuel Mounier (1936), uno de los más prominentes pensadores del personalismo cristiano, afirma que la vocación es un principio creador; es el descubrimiento progresivo de un principio espiritual de vida que no reduce lo que integra, sino que lo salva, lo realiza al recrearlo desde su interior. José Cueli (1973) señala que la vocación es el llamado a cumplir una necesidad, es un toque de clarín, que cada persona oye y siente a su manera: es un impulso, una urgencia, una necesidad insatisfecha; la satisfacción de esa necesidad es la satisfacción del deber cumplido a través de escuchar y seguir a su propia vocación. Spranger et al. (1971), menciona a la profesión o labor cómo la “objetivación de la vocación”, en la inteligencia de que la educación es inherente a la subjetividad del hombre, es parte de este sin ser determinista o determinante. De Loye (1988), menciona que la vocación es individual, insuperable y debe ser construida y descubierta por quien elige, es individual pero compartida de manera responsable y creativa. Vocación es la disposición particular de cada individuo para elegir la profesión u oficio que desee estudiar y ejercer, de acuerdo con sus aptitudes, características psicológicas y físicas, motivaciones y marcos de referencia socioeconómicos y cultural (De Egremy, 1982).

Roe (1954) señala que existen dos tipos de factores que determinan la vocación: por una parte, los correspondientes a los factores personales, psicológicos, subjetivos o intrínsecos del joven, e intereses; y por otro lado los factores sociales, objetivos, extrínsecos del joven y propios del medio en que vive. La personalidad es un factor intrínseco, las personas de una determinada vocación tienen estilos de personalidad similares y crean un ambiente con sus características interpersonales y finalmente, los factores genéticos y las jerarquías de las necesidades combinadas determinan la elección de la vocación.

Schaefer et al. (1984) afirma que el término vocación conlleva un significado religioso, abordando elementos interpersonales relacionados con su ideología y reforzando lo que cada uno profesa, pues cada individuo es “llamado” a cierta tarea en la vida, tarea que corresponde con la expresión de la

propia personalidad y con la autoimagen, el ser al que cada uno aspira, romantizando así el sentido de la palabra y generando una absorción de ese constructo para el desarrollo personal.

Bohoslavsky (1978) afirma que la vocación no es algo innato, se desarrolla en el plano de la acción, el conocimiento y la convivencia. Así pues, un cúmulo de experiencias adquiridas de un modo consciente e inconsciente llevarán al individuo a la convicción de que puede elegir por sí mismo. La vocación es proceso dinámico, va cambiando con el crecimiento del individuo y con el cambio de las estructuras sociales.

La vocación es el llamado a cumplir una necesidad, pero no es el cumplimiento; el cumplimiento es la profesión, por lo que la vocación es un impulso, una urgencia, una necesidad insatisfecha; la satisfacción de esa necesidad es la profesión. Si el hombre se satisface adecuadamente, obtendrá relajamiento de tensiones, tranquilidad, paz (Cueli, 1973). Comprendiendo así la complejidad del constructo teórico, ya que no solamente depende de la decisión racional de la persona, sino que también se ve afectada por las estructuras sociales que generan o manifiestan lo que se puede hacer o no y lo que es correcto o no.

Hankle (2010) por otra parte, asigna tres dimensiones al concepto vocación: psicológica, espiritual e individual. El autor inicia citando el trabajo de Person (1909) quien propone que la vocación de una persona es aquel trabajo que más se adecua a rasgos de personalidad, como las habilidades, aptitudes e intereses, que corresponden con tareas que deben desempeñarse en ocupaciones particulares; en este modelo, para que una vocación resulte exitosa, debe presentarse una correspondencia entre los requerimientos laborales y los rasgos de personalidad del individuo. considera a la vocación como una elección subconsciente orientada a la supervivencia, en la cual se emplea la sublimación para obtener satisfacción psicológica en la carrera elegida, atendiendo al sacrificio que trabajar representa. Finalmente, la tercera dimensión analizada corresponde a los establecido por Super (1976), recuperado por Adams (2001); el cual indica que las elecciones vocacionales se realizan en la autocomprensión individual de los individuos, en su autoconcepto.

Para la Real Academia Española (2012) el término vocación proviene del vocablo latino *vocatio*, que significa acción de llamar, connotando una convocación o llamamiento, asociado con estados personales de fe vinculados a mensajes divinos para seguir una carrera religiosa y un comportamiento

místico. Con un enfoque laico, desde el ámbito de las ciencias de la educación, el concepto alude a la inclinación de las personas hacia alguna profesión o carrera.

El diccionario en línea Wordreference (2012), asocia a la vocación con nociones como preferencia, tendencia, inclinación, aptitud, afición, proclividad y gusto. El tesoro o diccionario ideológico en línea Merriam-Webster (2012) agrega otros significados usuales, como ocupación, funciones de individuos y grupos o áreas de actividad (Gómez et al., 2014).

La vocación, a grandes rasgos, se ve relacionada con los deseos y afecciones que tienen las personas con aquellos aspectos que le resultan inspiradores a cada uno de ellos. Es de suponer que la vocación de cada sujeto dependa de sus intereses personales, aptitudes y gustos, condicionando el futuro de este (Covarrubias et al., 2019). Además, establece que la vocación personal está compuesta por ciertos aspectos que van a depender de las aptitudes de cada uno, categorizándolos de la siguiente manera:

- Los gustos personales son aquellos que brindan placer y una sensación comfortable. Otro de los aspectos a tratar cuando hablamos de vocación son los intereses peculiares de cada persona, los temas por los que sentimos más curiosidad o aquellos que nos llaman más la atención impulsando la motivación para la investigación o desarrollo de este.
- La vocación de cada sujeto va a estar relacionada, además, con la personalidad y las habilidades de la persona en cuestión. Dentro de las habilidades encontramos la fácil comprensión del tema, las ideas y la imaginación, la confianza y la autonomía. La personalidad del sujeto tiene que ver con el comportamiento de este en su entorno y la forma de interpretar y sentir las diferentes situaciones.

Finalmente, la vocación es aquella atracción por lo que deseamos hacer, nuestra inspiración, nuestros sueños y anhelos. La vocación es la forma en que nuestros valores y la formación como personas salen a la luz y son expresadas a través de la profesión elegida. Estos sueños y deseos (distintos en todas las personas) se relacionan con la vida, entendiendo a tal como un hecho que existe, que es real, y sobre todo, muy relevante (Muñoz, 2011).

Este llamado interno que está directamente relacionado con la forma de ser de una persona, representada en la forma de relacionarse con la identidad de cada uno y los deseos personales, cuando uno responde a ese llamado para cumplir los anhelos, sentimos una sensación de realización, de estar

cumpliendo con la tarea que nos fue asignada en esta vida y que nuestro esfuerzo y dedicación no es en vano (Alphonso, 2014). Cumplir con el llamado de la vocación nos hace sentir que la vida tiene un sentido, y dicha individualización de la vocación genera un sentido complejo en su apreciación y abordaje, quedando claro que el subjetivismo de las decisiones forma parte directa del qué hacer personal (Zatyrka, 2015).

2.2. Vocación en los estudios territoriales.

Para comprender el término vocación dentro de los territorios se debe primero entender el término territorio. De acuerdo con Lopes de Sousa (1995), citado por Oriuela (2019), la palabra está compuesta por las derivaciones latinas *terra* y *torium*, las cuales significan tierra y alguien respectivamente, por lo que en su conjunto se la comprende como la porción de tierra que pertenece a alguien, entendiendo a la tierra como un lugar determinado del planeta o como el planeta entero, mientras que se entiende por alguien a una persona o conjunto de personas que habitan o hacen suyo dicho lugar.

La Real Academia de la Lengua (2018) menciona que proviene del latín *territoriūn*: es una porción de la superficie terrestre que pertenece a un país, una provincia, una región, etc. El término puede hacerse extensivo a la tierra o terreno que posee o controla una persona, una organización o una institución. Por lo que se puede indicar que etimológicamente el territorio nace de una manera dialéctica identificando claramente que el territorio es el resultado de la modelización y relacionalidad existente de las personas en un determinado lugar, ya que toda relación social produce una huella territorial.

Padilla (2011), establece que el territorio es la construcción físico-social, sobre una naturaleza ya dada, resultante de la expresión y síntesis históricamente fechada, cambiante, dinámica, contradictoria, de múltiples determinaciones económicas, sociales, políticas, ideológicas y culturales; por lo que sus formas constitutivas se modifican constantemente en función de las transformaciones estructurales y coyunturales de la sociedad de forma dinámica.

El territorio es una expresión compleja que conjuga al medio, a los componentes y procesos; abordando en su totalidad y fragmentación a los grupos sociales, sus relaciones y conflictos, convirtiéndose en un conjunto indisociable entre la sociedad y los objetos geográficos que en él se encuentran presentes. En este contexto el territorio es el lugar en el que se desarrollan procesos naturales y en donde se despliegan los procesos sociales y es evidente su articulación (Bozzano, 2004).

El concepto de territorio ha estado presente en prácticamente todas las corrientes de pensamiento en geografía a lo largo de su historia disciplinar, siendo resignificado cada vez con énfasis diferentes. Sin embargo, en el marco de esa variedad, es posible identificar ciertos componentes comunes.

Blanco (2007) consigna dos grupos de ideas presentes en las acepciones disciplinares más difundidas sobre el territorio: aquellas vinculadas a las nociones de apropiación, ejercicio del dominio y control de una porción de la superficie terrestre; y aquellas que refieren a las ideas de pertenencia y de proyectos que una sociedad desarrolla en un espacio dado. Siendo un concepto complejo por naturaleza, en estas ideas expuestas pueden identificarse dimensiones constitutivas diferenciales que incluyen aspectos sociales, culturales, afectivos, identitarios, y jurídico-administrativos.

Di Giacomo et al. (2021) mencionan que el término territorio comprende el suelo, el subsuelo, el dominio marítimo y el espacio aéreo que los cubre. A éste lo denominan concepto intermedio. El segundo acercamiento conceptual indica que el territorio es el espacio geográfico vinculado a un grupo social, que resulta a partir de los espacios proyectados por los grupos sociales a través de las redes, circuitos y flujos. A éste lo llaman concepto estricto, en la medida que identifica el territorio con una propiedad homogénea que es la de constituir un espacio físico o geográfico.

Entendiendo los diversos enfoques que se abordan para poder definir a la vocación de un territorio, se debe incluir al ordenamiento territorial, de la cual a su vez se deriva la retórica del abordaje del término que permite conocer como el grado de idoneidad que presenta el territorio para acoger una actividad o un fenómeno (Mazaro & Varzin, 2008). Así también, Mariotti et al. (2021) establecen que la vocación territorial de un lugar se relaciona con el grado de idoneidad de un territorio para la implantación del uso o ejecución de una determinada actividad, considerando a la vez la medida en la que el territorio satisface los requisitos locativos y los efectos en el medio provocados por la implantación y funcionamiento de la actividad propuesta.

Figuerola (2019) indica que la vocación territorial hace referencia a los mínimos comunes que la comunidad acuerda, que son característicos de la misma que deben estar presentes en el territorio y que se desean desarrollar, permitiendo definir las grandes orientaciones o principios que sirven de base o guía para la definición de acciones, estrategias, objetivos, programas y actividades que se pretenden realizar en un lugar.

Para De la Vega et. al (2009) la vocación territorial corresponde al conjunto de aptitudes, disposiciones y potencialidades de un territorio, considerando este como el medio físico socialmente construido, sobre una naturaleza ya dada, del sistema de soporte material de una sociedad concreta, como expresión y síntesis histórica.

Las actuales reflexiones sobre la manera de ordenar y organizar nuestros territorios, regiones y ciudades, nos lleva a buscar nuevas formas de gobierno, de transparencia, de cooperación y de participación, teniendo en cuenta la red de relaciones sociales, del capital social, con la mirada puesta en objetivos planificación, gestión, modernidad, eficacia, eficiencia, efectividad, competitividad, sostenibilidad y calidad, de tal manera que nos permitan afrontar con garantías los retos de las sociedades contemporáneas, racionalizando los recursos humanos y materiales con los que contamos, en un mundo complejo, incierto, turbulento y competitivo (Aguilar et al., 2019).

Es por ello, que otra de las vertientes que aborda el término de vocación territorial parte desde el diagnóstico y ordenamiento territorial. Desde esta perspectiva, se define como el reconocimiento de los aspectos ambientales, territoriales, económicos, sociales y políticos de un lugar, para proponer las medidas que contribuyan a crear los cambios requeridos (Andersen & Balbontín, 2021). Para Assiri et al. (2021) es la expresión espacial de las acciones económicas, sociales, culturales y ecológicas de toda la sociedad, que se llevan a cabo mediante determinaciones que orientan el accionar de los agentes privados y públicos sobre el uso del suelo y la adecuación de actividades que se pueden desarrollar en el territorio, destinada a orientar el proceso de producción social del espacio mediante la aplicación de medidas que tienen por finalidad la mejora de la calidad de vida de la población, a través de su integración social en el territorio y el uso y aprovechamiento ambientalmente sustentable y democrático de los recursos naturales y culturales.

Finalmente, otra de las aproximaciones viene fundamentada por parte de la economía, ya que la vocación territorial viene preestablecida con base en la productividad de un lugar, que permite determinar el tipo de actividades económicas que se pueden desarrollar en un sitio gracias a sus características físicas y que estas a su vez delimitan el desarrollo social. Por ello la vocación territorial productiva se define como la capacidad o característica especial que tuene un determinado lugar para el desarrollo de actividades que sustenten la función económica, determinándose como una unidad económica que ofrece ventajas comparativas entre diversos lugares.

En ésta misma línea, Roa et al. (2012) establece que para lograr el desarrollo económico sostenido de un territorio se debe partir desde los recursos que éste posee, los cuales por naturaleza se constituyen en baluartes productivos en una región o lugar determinado, que por sí mismos no generan riqueza si no están acompañadas de estrategias que las hagan competitivas dentro de un contexto global. La identificación de las características comparativas del territorio, en sí mismas, carecen de potencia si

no se considera el contexto, la dimensión y la proyección que éstas tienen para convertirse en ventajas reales de la región. Por lo que el proceso de caracterización de las vocaciones territoriales se fundamenta en un enfoque prospectivo, pues, a la luz de sus resultados, se tomarán decisiones de corto, mediano y largo plazo.

2.3. El concepto de vocación turística dentro de la literatura sobre turismo.

Gómez et al. (2014) señalan que, dentro de la literatura académica sobre turismo, un conjunto amplio de autores utiliza el término de vocación turística sin definir con precisión su significado, volviéndose un elemento discursivo más que técnico, lo que dificulta su aplicación, medición, valoración y aproximación técnica. En general se considera que la vocación turística se refiere a la capacidad de un destino para atraer visitantes por lo que corresponde al potencial de un lugar para posicionarse como destino turístico.

Gómez et al. (2014) indican que el término pasó de aplicarse a características de personas a territorios, países, regiones y ciudades, lo cual puede tener sentido en cuanto a rasgos y características espaciales, geográficos, culturales o naturales de los territorios, pero que carece de lógica si se pretendiera otorgar un significado de intención o interés de un territorio. De la misma manera Trujillo (2014) indica que el término vocación fue absorbido para colaborar de manera eficiente con los procesos participativos en la planificación turística, ya que el conocer su realidad contextual permitirá a los territorios contar con un modelo de gestión competitiva que centre su análisis en lo que tenemos y podemos llegar a desarrollar.

La transdisciplinariedad de la actividad turística permite que se genere un proceso de apropiación y ajuste de términos con un origen genérico y alejado de un área determinada del conocimiento y pueda ser aprovechado de forma proactiva por la comunidad científica de cada lugar (Jafari, 2005), Dicha peculiaridad se evidencia con el abordaje o entendimiento aplicativo del término por diferentes autores en diferentes contextos. Así para Pearce (1999) y Guizzardi & Mazzocchi (2010) el término hace referencia a los rasgos identitarios, las características naturales y/o culturales o los atractivos turísticos con los que cuenta un determinado territorio, mientras que Ritchie (1988) e Ishikawa & Fukushige (2007) lo relacionan directamente con la ocupación o actividad económica principal de la población local evidenciada en un lugar dado y en un periodo de tiempo establecido.

Con base en lo anterior, se ha podido identificar que el término de vocación turística se ha venido trabajando en los países latinoamericanos principalmente desde finales de los ochenta, aplicándose con frecuencia para referirse a países, regiones, o destinos turísticos, evidenciándose en escritos que van desde discursos públicos hasta artículos periodísticos, documentos oficiales y trabajos académicos (Galán María, 2003); sin embargo, al explorar el tema, se encuentra que el término generalmente se usa con un significado laxo, en forma metafórica o imprecisa en cada uno de las

fuentes anteriormente indicadas; ya que la acepción de la palabra se ajusta a los intereses personales y/o políticos en los que se han abordado los mismos.

Combinando las concepciones religiosas con la tipología de recursos turísticos que posee un territorio, Pearce (1999) aborda la vocación de un lugar, basándose en la vocación religiosa de un sitio y cómo la misma afecta al desarrollo de actividades turísticas específicas, incluso etiquetando la vocación de dichos sitios religiosos-turísticos con identificadores concretos que permitan a la demanda diferenciarlos de otros lugares en el sitio.

Por otro lado, Guizzardi & Mazzocchi (2010) centran su análisis en los denominados centros turísticos de la zona del Mediterráneo, que han llegado a su máximo de ocupación y beneficio debido a la actividad turística. Su estudio se fundamenta específicamente en el impacto de los flujos turísticos en el cambio del territorio para su adecuación y ajuste ante los requerimientos de la demanda y los niveles de competitividad que presenta el sitio frente a otros lugares con las mismas características territoriales; lamentablemente se puede inferir que dicho estudio resultó tener demasiadas variables exógenas en su análisis lo que no permite establecer claramente una definición del término que se asocie con su abordaje.

Massidda & Etzo (2012)) tampoco definen el término vocación turística. Sin embargo, sí plantean indicadores de medición y valoración en un intento por modelar económicamente el constructo; para lo cual establecieron tres categorías de análisis que fueron: variables de medición de origen, variables de medición de destino y variables de correlación entre el origen y el destino. El término “vocación turística” corresponde al segundo grupo de variables y sus elementos principales de medición contenían a su vez: la densidad poblacional, la cultura local, el grado de vocación turística del sitio (manejo de un inventario de recursos turísticos territoriales, caracterización de la oferta y los atractivos turísticos de una región, la delimitación de los flujos turísticos receptivos de un lugar), la infraestructura de transporte público y la seguridad.

Ritchie (1988) utiliza el término vocación turística al analizar el papel de la población residente en la formulación de políticas turísticas. Compara dos sitios, a uno de los cuales atribuye una clara vocación turística, al parque nacional Banff, el cual demuestra una importante participación de la población en la actividad turística, frente a una ciudad como Edmonton, más enfocada en actividades industriales. Sin embargo, no presenta una definición del término.

Siguiendo la misma línea encontramos a Edgell (1990) en su calidad de director de la Oficina de Política y Planeación de la Administración de Turismo y Viajes de Estados Unidos de América, quién argumenta la necesidad de establecer políticas más coordinadas y mayores esfuerzos e inversiones para la atracción del turismo tanto en el nivel nacional como en el local, señalando que las autoridades estatales y locales definen los planes de estudios y la oferta educativa e, indirectamente, determinando si se ofrecen vocaciones turísticas a los estudiantes de educación superior y, de la misma manera, determinan si los estudiantes aprenden sobre los beneficios que el turismo trae a sus estados. Así, los contenidos de los cursos y de los materiales de estudio elegidos por los funcionarios educativos afectan las actitudes públicas hacia los turistas, hacia los trabajadores de las empresas turísticas y hacia el sector turismo en general.

Para Romero (1994), citado por Valenzuela & Coll (2009), indica que este término hace alusión a las “condiciones naturales y culturales que conceden aptitud singular para atraer el interés local y extralocal en materia de recreación y convivencia”. Así mismo, Pretrizzi (2011), citado por López et al. (2017), afirma que “la vocación turística de un destino se refiere a la predisposición natural de un espacio o territorio para ser transformado en un lugar atractivo para potenciales visitantes”, es decir, siendo abordada como una cuestión comercial y económica; pero si cambiamos el paradigma de actuación, desde una perspectiva económica a una territorial se entendería como ese atractivo natural absolutamente intangible que posee cualquier espacio; además el mismo autor afirma que la vocación turística del territorio, desde otra perspectiva, puede definirse como la imagen que proyecta el destino y cómo la perciben los turistas. Covarrubias Ramírez et al. (2010) consideran la disposición y compromiso de apoyo a la actividad turística como factor clave de la vocación turística del territorio. En otras palabras, la vocación turística es la capacidad de un destino de ser o convertirse atractivo para los turistas y que además cuenta con actores involucrados y comprometidos con dicha actividad.

Para Menoya et al. (2001), citado por Casado-Montilla & Pulido-Fernández (2021), resulta pertinente tomar en cuenta los disímiles factores que influyen en las motivaciones de viaje y elección de los destinos turísticos, dado que el atractivo turístico es resultado de un proceso de construcción social, de imaginarios individuales y colectivos históricamente condicionados, que cambian a la par de las modificaciones en las motivaciones de la sociedad, sus pautas y comportamientos. De ahí que existan otros aspectos ligados a la vocación turística de un territorio, a saber: la facilidad de acceso a los lugares, el rol de los operadores turísticos y su gestión integrada; factores históricos como la relación

intercultural, lingüística, excolonia-metrópolis; y otros como estabilidad política, ausencia de conflictos sociales, seguridad y cambios en las tendencias turísticas.

Seguí & Servera (2001) expresan que cualquier espacio geográfico es potencialmente susceptible de convertirse en un destino turístico. No obstante, no todos presentan ni pueden presentar el desarrollo de una oferta turística competente, ni tampoco la demanda se reparte aleatoriamente y de forma indiscriminada. Así pues, amén de los distintos recursos de que disponga un lugar, el desarrollo del fenómeno turístico queda sujeto, por una parte, a la existencia de dotaciones en infraestructuras y equipamientos que configuren una oferta y, por otra, a una demanda sujeta básicamente a unas leyes de mercado y a modas temporales.

De esto se colige que la vocación turística de un territorio no es algo intrínseco del espacio, sino que está sujeta a las leyes de la demanda y de la oferta establecidas por las pautas sociales. Por consiguiente, la potencialidad de un área, apoyada en una serie de recursos geo turísticos estables, puede variar sustancialmente en una escala temporal reducida si cambian las pautas y los comportamientos de la sociedad. En este capítulo se analizarán los valores y elementos del espacio que pueden contribuir o justificar que el hombre, a su libre arbitrio, asigne una vocación turística concreta al territorio (Seguí & Servera, 2001).

Con base en lo antes dicho, la vocación turística es definida por los autores, como la expresión concreta de las interrelaciones que se establecen entre los siguientes elementos: los atractivos naturales/culturales y su potencial de uso turístico; el producto turístico existente (como combinación de ofertas e infraestructuras); la percepción de los habitantes (grado de aceptación y tolerancia con respecto al desarrollo del turismo) y otros aspectos intangibles (la paz, la seguridad, el aislamiento o la autenticidad).

Para Sánchez & Fajardo (2004), citado por Diéguez et al. (2011), definen a los denominados municipios con vocación turística como aquellos que poseen una cierta relevancia turística al contar en su término municipal con recursos turísticos de una indudable capacidad de atracción de flujos corrientes de visitantes. En este sentido, se debe entender que el fin último del territorio, de preferente uso turístico o zona de interés para el desarrollo turístico contenida en el municipio o más allá de él, es convertirse en un destino turístico, por lo que cualquier modelo de gestión debería apuntar hacia esa meta.

La Secretaría de Turismo de México, SECTUR (2016) define la vocación turística como las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y/o naturales que motiva al turista para desplazarse fuera de su lugar de residencia generando un aprovechamiento turístico de un territorio específico.

En el caso de los municipios con vocación turística claramente definida, el turismo parece ser una actividad idónea para lograr la integración armónica de todos los aspectos y niveles de la sociedad local (cultura, economía, tecnología, innovación, educación, salud, relaciones humanas, creatividad, nivel y calidad de vida, naturaleza, etc.), además de ser capaz de estimular procesos de reestructuración de la base productiva local en función de la actividad turística.

Rodríguez Vaquero (2009) expresa que la vocación turística deriva únicamente de la presencia en determinada zona de uno o varios atractivos naturales, artificiales o culturales, de modo que la tarea de valorar, clasificar y comparar de una manera consiste y realista una gama de recursos de naturaleza y funcionalidad muy diversa es una tarea difícil, pero sumamente necesaria para poder definir la vocación turística de un lugar, y, sobre todo para seleccionar la alternativa más favorable para el desarrollo turístico dentro de una gama amplia de posibilidades.

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 (López et al., 2017), recalcando la importancia de establecer un mecanismo de medición y/o valoración de la vocación turística territorial que se encuentre alineada con los requerimientos de la planificación urbana, la democratización de los usos territoriales y finalmente que tengan una lógica con el desarrollo de la zona.

Adicionalmente se pueden encontrar varias definiciones que se han generado por diferentes organismos y/o autores, que han tratado de contextualizar dicho término para poderlo trabajar desde una perspectiva integral. Es el caso del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2016), que establece 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”. Por su parte, la Secretaría de Turismo de México (2016) 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 (Gómez et al., 2014).

Para Lorenzo et al. (2017) la vocación se refiere a la función que cumple un territorio desde su concepción original y Monge & Yagüe (2016) establecen que corresponde a la inclinación de un área geográfica con atractivos turísticos que la destacan (López et al., 2017). Debido a éstas diferencias sustanciales en la definición clara del constructo, Gómez et al. (2014) establecen que 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.

López et al. (2017) definen la vocación turística como las características geográficas y socioculturales 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).

Otros autores como Boullón (2006), consideran a los recursos y atractivos turísticos como la materia prima del turismo, sin embargo, vale puntualizar que la presencia de estos no es suficiente para determinar una zona con vocación para el turismo, se requiere la intervención e integración con otros elementos del sistema turístico tales como: servicios complementarios de calidad, información turística, seguridad, accesibilidad y una estrategia turística a nivel regional (Russo & Van Der Borg, 2002), para que estos se conviertan en productos y a partir de estrategias de mercadeo que agregan valor y puedan ser comercializados en el mercado turístico, cumpliendo como tal con los elementos sistémicos del sistema turístico.

A continuación, se realiza un análisis exploratorio cualitativo sobre los abordajes, conceptualizaciones y percepciones que se han trabajado en la literatura sobre el término de vocación turística del territorio, como se evidencia en la figura 3.

Figura 3.

Análisis cualitativo del constructo vocación turística.



Nota: Elaboración propia utilizando el software Atlas Ti versión 22.

2.4. Vocación y atractivo turístico: semejanzas y diferencias.

El término atractivo o atraktividad turística de un lugar ha sido trabajado desde finales de la época de los setenta, y principalmente ha sido abordado desde las perspectivas de percepción tanto de los visitantes como de los residentes acerca de un determinado sitio que presenta afluencia turística. Se ha podido evidenciar que la mayoría de los procesos de aplicación de dicha terminología se han dado en investigaciones territoriales y publicaciones en inglés, tal vez para evitar la confusión que se puede presentar en el español entre el significado técnico del término atractivo turístico; por lo que su divulgación mayoritaria se encuentra en dicho idioma.

Los estudios sobre atraktividad son necesarios para entender los elementos que animan a los consumidores potenciales a viajar (Vengesai, 2010). Sin embargo, las investigaciones académicas muestran factores distintos que determinan la atraktividad de un destino, indicando que la misma depende de las características locales del destino.

Las organizaciones de gestión de destinos buscan ser más competitivas para aumentar el número de visitantes y el ingreso generado por la actividad en el territorio, siendo el turismo una actividad económica que involucra una compleja red de factores, tales como: la localización geográfica, la historia, el clima, el desarrollo económico local, la calidad de recursos naturales y paisajísticos, las políticas públicas, la estabilidad política y la infraestructura turística. Estos factores resultan imprescindibles al momento de trabajar articuladamente en un destino para potencializar su capacidad de atracción de visitantes (Lee & King, 2019).

El atractivo de un destino refleja los sentimientos y opiniones de sus visitantes sobre la capacidad percibida del lugar para satisfacer sus necesidades. Cuanto más un destino es capaz de satisfacer las necesidades de los turistas, más se percibe como atractivo y más probable es que se elija el destino. Lew (1987), definen al atractivo como la capacidad percibida para ofrecer beneficios. Esta capacidad se ve reforzada por los atributos de un destino, es decir, aquellos componentes que lo conforman; siendo una perspectiva ideológica fundamentada en demanda turística del destino.

La importancia de estos atributos ayuda a las personas a evaluar la atraktividad de un destino y tomar decisiones pertinentes. El atractivo de un destino turístico anima a la gente a visitarlo y pasar tiempo en él, por lo tanto, el principal valor del atractivo de un destino es atraer y generar un efecto de “llamar

la atención” en los visitantes. Sin la atraktividad turística no existe el hecho turístico y hay poca o ninguna necesidad de generar equipamientos y servicios turísticos (Ferrario 1979).

Das et al. (2007) fueron de los pocos autores que enfatizaron el estudio de la atraktividad turística de los destinos de patrimonio cultural, resaltando la existencia de un vacío en el abordaje investigativo de esta temática. El autor encontró por medio de un análisis factorial exploratorio que los visitantes de Varanasi, en India, perciben factores de atraktividad como facilidad de acceso, infraestructura turística y servicio de apoyo como los más importantes.

Más allá de los factores contextuales encontrados en los estudios de atraktividad turística, poco se sabe sobre las consecuencias que genera la atraktividad en un territorio determinado, por lo que es necesario estudiar la relación entre los factores que influyen en la atraktividad turística y las relaciones de ésta con la intención de consumo y el comportamiento de los turistas en dicho lugar (Cho, 2008). Pero son pocas las investigaciones que buscan entender las percepciones y motivaciones que atraen a los turistas a un destino determinado, por lo que se ha utilizado a la corriente del marketing turístico para medir su incidencia y generar los estudios pertinentes (Wu et al., 2015).

Tradicionalmente el marketing turístico se concentra en aumentar los flujos de visitantes de un determinado lugar con un enfoque mercantilista sin reconocer las necesidades y limitaciones específicas de cada destino y se lo ha relacionado con la atraktividad turística (Ryan, 1997). Además, se sostiene que las empresas y gobiernos han aplicado solamente una parte de la mezcla de marketing al turismo, principalmente la promoción, con poca atención en los demás componentes de la comercialización; por lo que se debe orientar las acciones del marketing hacia la satisfacción de los turistas, mejorar la interacción entre la localidad receptora y los visitantes y orientarse a la generación de experiencias turísticas que justifiquen el progreso del sitio de visita (Ryan, 1991).

La comercialización de destinos facilita el logro de las políticas turísticas, que deben coordinarse con el plan estratégico de desarrollo de un determinado lugar, orientados a la optimización de los impactos generados por la actividad turística y la maximización de beneficios mutuos entre el turista y la localidad que los acoge (Buhalis D. , 2000).

Los destinos turísticos son entidades difíciles de gestionar y comercializar debido a la complejidad existente entre los actores y gestores de la actividad (Soutler & Leisen, 1999)). Su dificultad radica

en la variedad de involucrados con intereses divergentes que conviven en un mismo lugar y que forman parte de la cadena de valor del sitio; por ende, su visión de desarrollo a menudo se contraponen, pero es obligación del gestor público encargado integrar acciones comunes con una base de conservación y sostenibilidad (Buhalis D. , 1999).

Otro elemento muy importante en los destinos turísticos corresponde a la imagen del lugar, elemento relacionado con el nivel de percepción positiva o negativa que tiene el viajero antes, durante y después de realizar su visita con base en la experiencia propia o adquirida por terceros que ya lo visitaron (Buhalis & Cooper, 1998).

De acuerdo con Lee et al. (2010) los estudios evalúan la atraktividad turística a partir de tres abordajes principales. El primero se enfoca en el relevamiento de los recursos existentes en un destino y sus atracciones (recursos naturales, construidos y humanos). El segundo aborda la percepción de los turistas sobre los recursos y atracciones del destino. Finalmente, el último integra las dos cuestiones al entrevistar tanto a turistas como a aquellos que poseen experiencia en lidiar con los mismos.

La atraktividad turística de los lugares mostrada a partir del marketing intenta generar no sólo la visita de ese lugar por parte de los turistas, sino también ambiciona atraer inversiones dando lugar a procesos de generación y apropiación de beneficios económicos (Britton, 1991). Es así, que los destinos turísticos participarán de un proceso de especialización de lugares, presentando ciertas particularidades que los harán competitivos en el mercado turístico internacional (Meethan, 2001).

También es clara la separación en dos grupos de estudios sobre la atraktividad turística. El primero enumera y mide los componentes de la atraktividad turística, haciendo una especie de índice que releva los principales ítems que la forman. Swart et al. (1974), Lee et al. (2010) y Olini et al. (2011) abordan la atraktividad como un atributo único descompuesto en diversas dimensiones formadoras que tornan un destino más o menos atractivo. El segundo abordaje explica cómo perciben los consumidores la atraktividad de un destino a partir de las reflexiones de la atraktividad turística, es decir los factores o dimensiones que reflejan la misma.

Por otro lado, Ritchie & Zins (1978), Kim (1998) y Das et al. (2007) abordan la atraktividad turística como un constructo de dimensiones percibidas por los consumidores. En otras palabras, en lugar de indicar los factores que componen la atraktividad turística, Das et al. (2007), Vengesai (2010),

Ritchie & Zins (1978) y Kim y Perdeu (1998), enumeran los factores (o dimensiones) que interfieren en la misma.

Tanto Gearing et al. (1974), como Olini et al. (2011), miden la atraktividad turística en base al análisis de los atributos del destino turístico. Ritchie & Zins (1978), Kim (1998) y Vengesai (2010), investigaron el impacto de los factores percibidos por los turistas en la atraktividad y sus consecuencias sobre la elección del destino turístico. Coelho et al. (2016) identificaron los elementos y factores que impactan en la atraktividad turística.

La atraktividad turística también se asocia a la reputación, considerando que cuanto más atractiva es una región, mayor es su potencial para un desempeño económico superior (Aula & Harmaakorpi, 2008). También las múltiples fuentes de información sobre los destinos turísticos en el ámbito online son importantes para la planificación del viaje y la elección del destino turístico (Mattila, 2011), lo que permite relacionar la reputación con la atraktividad turística.

Descrito en el contexto de la reciprocidad (La Gaipa, 1977; Cropanzano & Mitchell, 2005), el atractivo es un aspecto importante de los intercambios sociales y los procesos interpersonales (Clark & Pataki, 1995). Según Lott y Lott (1974), a los individuos les suele gustar aquello que los recompensa o aquello cuyo comportamiento general es más gratificante. Esto es consistente con la idea de que la proporción más alta de recompensas a costos es una consideración importante y recíproca de las relaciones (Huston, 1974; Ward & Berno, 2011).

De acuerdo con Guzmán-Sala (2019) la comunidad científica sostiene que los factores que inciden en la atraktividad territorial son los actores, los recursos naturales, la accesibilidad, infraestructura y las políticas públicas (Gagnon, 2007; Elies, 2006; Cracolici & Nijkamp, 2009; Fabry et al., 2015).

La atraktividad territorial permite a los destinos obtener un desarrollo, ser competitivos y así mismo les permite consolidarse en el mercado turístico nacional e internacional, los cuales son cada día más desafiantes y exigen de una propuesta metodológica competitiva y sobre todo adaptativa a los nuevos requerimientos, en el dinamismo intrínseco del turismo (Jafari, 1979; Gunn, 1988; Fabry et al., 2015).

Tabla 2.

Principales definiciones de atraktividad turística en la literatura académica.

Año	Autor/es	Definición
1981	Mayo & Jarvis	La importancia relativa de los beneficios individuales y la habilidad percibida de los destinos para poder entregar dichos beneficios individuales al visitante.
1989	Middleton	Es la motivación inicial de los turistas para elegir un destino, según sus intereses y preferencias.
1993	Hu & Ritchie	Los sentimientos, creencias y opiniones que un individuo tiene sobre la capacidad percibida de un destino para proporcionar satisfacción en relación con sus necesidades especiales de vacaciones.
1996	Lue, Crompton & Stewart	La atraktividad turística es algo reconocido individualmente por los visitantes como un factor que influencia su toma de decisiones para los viajes de placer.
2003	Echtner & Ritchie	La atraktividad debe abarcar tanto los atributos como las impresiones holísticas del lugar.
2004	Funk, Ridinger, & Moorman	La atraktividad turística es caracterizada por la percepción importante por parte del turista cuando pretende involucrarse en actividades turísticas.
2006	Formica & Uysal	La atraktividad turística depende de la relación directa existente entre la existencia o habilidad del manejo de atracciones y la importancia percibida de los mismos.
2010	Leask	Es “un recurso permanente” o “la permanente construcción de un destino turístico” que permite a los visitantes lograr un entretenimiento con interés y presenta funciones educativas.
2010	Gérardin & Poirot;	La capacidad que posee un territorio para poder atraer empresas debido a los recursos existentes y que estas puedan permanecer en un largo periodo de tiempo.
2012	La Rocca, Caruana, & Snehota	La capacidad de suscitar interés y atraer o llamar la atención de otra parte.

Además, podemos encontrar diversidad de metodologías utilizadas para el abordaje del tema, las cuales establecen los objetivos, productos de investigación y la determinación de herramientas para el análisis específico, como se puede evidenciar en la tabla 3.

Tabla 3.

Metodologías de análisis de la atraktividad turística en la literatura académica.

Autores	Objetivos	Producto	Herramientas de Análisis
Gearing, Swart & Var, 1974	Medir los componentes de la atraktividad turística	Generación del índice de atraktividad turística	Entrevistas a expertos Grupos Focales
Lott & Lott, 1974	Determinar la incidencia de los factores que incrementan la atraktividad turística de un lugar, aplicado en el Reino Unido	Definición de cuatro elementos clave para el análisis de atraktividad: Compatibilidad turística (entre los recursos o atractivos y actividades); la capacidad financiera de la actividad turística, la influencia de los beneficios al visitante y la responsabilidad entre el visitante-actividad-destino.	Investigación holística de las perspectivas de los visitantes. Entrevistas semiestructuradas.
Var, Beck & Loftus, 1977	Medir la atraktividad de los destinos turísticos de Norte América	Definición del modelo de atraktividad turística de una región	Análisis estadístico Generación de fórmulas de aplicación
Ritchie & Zins, 1978	Determinación de los factores que afectan a la atraktividad turística, caso Quebec en Canadá	Medición y ordenamiento por importancia de los factores encontrados	Entrevistas a gestores Entrevistas a la localidad Encuestas a visitantes

Tang & Rochananond, 1990	Identificar y cuantificar a los factores de atractividad turística en 32 destinos de Asia, América y África	Determinación de 32 criterios de medición distribuidos en 5 grupos de variables	Modelización matemática con base en los resultados de medición en escala de Likert.
Hu & Ritchie, 1993	Generar un índice de atractividad turística tomando cinco lugares como caso de estudio (Hawái, Australia, Grecia, Francia y China)	Elaboración de un modelo matemático que permita calcular la atractividad turística de un sitio	Encuestas a la localidad y visitantes Modelo de medición multiatributo
Kim, 1998	Estudiar la percepción de la atractividad turística en cinco parques nacionales de Corea del Sur	Determinación de los factores que contribuyen con la decisión de un visitante por un determinado lugar	Entrevistas semiestructuradas Encuestas a visitantes
Chen & Hsu, 2000	Determinar los factores que influyen en la atractividad turística por parte de los visitantes	Jerarquización de la importancia de los elementos que conforman la atractividad turística de un determinado lugar	Encuestas a visitantes Análisis Estadístico
Vengesayi, Mavondo & Reidinger, 2009	Determinar la influencia de os atractivos turísticos, los servicios de soporte y los visitantes como factores de incidencia en la determinación	Los determinantes más representativos para la atractividad turística son los atractivos turísticos y su relación con los visitantes reales y/o potenciales, siendo los servicios de soporte elementos secundarios	Modelización de los resultados a través del método de regresión moderada Encuestas a visitantes

	de la atraktividad turística		
Troncoso, 2013	Comprender los procesos de construcción de atraktividad turística en la provincia de Jujuy en Argentina	Determinación de los factores y procesos de la construcción de la atraktividad turística en destinos turísticos consolidados	Análisis del material promocional Semiótica
Coelho et al., 2017	Proponer un modelo que determine los factores de atraktividad turística percibida	Modelo explicativo-causal que relaciona tres elementos: factores de atraktividad percibidos por los visitantes, la reputación del destino y la recomendación del destino en internet	Método cuantitativo a través del procedimiento de estimación Pls- SEM en los Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS)
Guzmán- Salas, 2019	Analizar los factores que influyen en el desarrollo de los territorios turísticos en México	Revisión del estado del arte y el análisis teórico de ciertos destinos turísticos	Revisión teórica de la atraktividad turística y territorial. Análisis comparativo de los factores en destinos determinados
Barbeito, 2019	Conocer el papel de la “imagen” en el proceso de construcción de la atraktividad turística en Villa Carlos Paz en Argentina	Determinación de los procesos de construcción social de la atraktividad turística de un lugar a través del uso de las imágenes del destino	Revisión Documental. Análisis Explicativo e Interpretativo de las imágenes del sitio.

Kim, Dufy & Moore, 2020	Explorar las percepciones y actitudes de los visitantes en un destino turístico y su influencia con la atraktividad del sitio	Análisis comparativo en espacios diferenciados de Asia y Medio Oriente	Revisión de la Literatura Entrevistas Semiestructuradas Encuestas a visitantes Estadística Inferencial
Raimkulov, Juraturgunov & Ahn, 2021	Explorar la relación entre la atraktividad turística de un destino y la satisfacción de los visitantes a través de sus experiencias en el sitio, caso Uzbekistán	Afirmación que la experiencia de viaje y la satisfacción del visitante tienen una importancia relevante al momento de medir la atraktividad de un destino	Análisis y descripción de la zona de análisis Encuestas a visitantes Pruebas de Hipótesis (estadística)

Nota: Elaboración propia, a partir de Cowan (2003)

En lo que respecta a las semejanzas entre los términos de atraktividad y vocación turística se puede tomar en consideración la implicación de los atractivos turísticos, ya que los dos términos lo consideran como un eje para la dinamización de la actividad turística en el lugar forman parte de los factores decisivos para el desarrollo del turismo en un sitio. Así también, los elementos del sistema turístico están presentes dentro de los análisis propuestos para los dos elementos establecidos. Comprobando la importancia de la identificación y determinación de un sistema turístico visible y palpable en la zona de estudio.

La percepción de la actividad turística por parte de los visitantes reales y/o potenciales, así como de la localidad es imperativa para poder generar una imagen del destino cohesiva y coherente, dicha afirmación es necesaria para la aplicación de los dos elementos conceptuales.

Por otra parte, la presencia de las organizaciones de gestión de destinos para el diagnóstico, medición, valoración y proyección dentro del análisis de los constructos teóricos resulta imprescindible, ya que por sus competencias pueden alcanzar una valoración clave de los elementos que componen la

actividad turística en el lugar, ya que los datos de acceso a los mismos suelen ser complejos de obtener.

En cuanto a las diferencias se puede establecer que la atraktividad turística mide la influencia que tienen los atractivos turísticos a la hora de decidir u optar por un lugar por parte de los visitantes; mientras que para la vocación turística no se fundamenta solamente en los atractivos turísticos sino se centra más aún en la existencia de recursos turísticos territoriales que permitan proyectar actividades turísticas en el lugar, es decir que utiliza a la prospectiva técnica como herramienta de análisis.

La atraktividad turística fundamenta su estudio en la demanda turística, principalmente en la percepción de los visitantes sobre el destino, y su análisis desde la oferta es limitado, ya que solamente examina a los atractivos turísticos, las actividades ofertadas y los servicios del lugar. En tanto que para la vocación turística trata de analizar a todos los componentes del sistema turístico desde una visión sistémica y articulada que brinda una imagen mucho más amplia del lugar y de su dinámica turística.

Por otro lado, la atraktividad turística requiere de la existencia de flujos turísticos reales y continuos para poder ser medida, mientras que la vocación turística no exige de la presencia de visitación previa masiva o sostenida, ya que su objetivo es la proyección de actividades a futuro, para lo cual incluso puede forzar a la visitación del lugar para obtener una retroalimentación de los elementos a ser tomados en cuenta.

Finalmente, la atraktividad turística depende indirectamente de los procesos de gestión de destinos turísticos que se generen o lleven a cabo en un determinado lugar, pero no forma parte de los componentes o factores de análisis per se, dando por hecho que la gestión pública del lugar se enfoca en mejorar la imagen de forma permanente, mientras que la vocación turística sí mide y evalúa a las actividades llevadas a cabo por la OGD del lugar, para definir su cumplimiento eficiente de funciones.

2.5. Vocación y potencialidad turística: semejanzas y diferencias.

Otro punto de discusión aparece debido a la confusión que se suele encontrar entre dos términos técnicos utilizados en la actividad turística, potencialidad y vocación; ya que gracias a los estudios que buscan evaluar el turismo potencial de un territorio, ha surgido el término "vocación turística", esta vez asociada a metodologías aplicables a territorios determinados. Estas metodologías son muy similares a las utilizadas en estudios que han buscado evaluar el potencial turístico de un territorio, sin embargo, existen diferencias sustanciales con respecto a los ítems evaluados y/o la perspectiva empleada, tanto en términos de oferta como de demanda (Casado-Montilla & Pulido-Fernández, 2021).

Por ello, es importante identificar claramente el término “potencial turístico” de un territorio. Dicha aproximación conceptual implica evaluar su capacidad para desarrollarse con fines turísticos y saber si es posible u oportuno iniciar la actividad turística en el sitio, dependiendo de la cantidad de atracciones que tenga (Covarrubias et al., 2010). Según Bassey (2015) el potencial turístico se refiere al conjunto, variedad y/o colección de elementos naturales, culturales que se transforman en recursos turísticos con los que cuenta una comunidad, estado y/o país, que se pueden transformar y desarrollar para estar listo para cumplir con los requerimientos de los visitantes, formar parte de los productos terminados y servicios empaquetados para proporcionar experiencias turísticas reales.

El principal interés en medir el potencial turístico de un territorio es analizar la disponibilidad de una serie de recursos turísticos y atracciones, incluido el patrimonio y los bienes culturales (Matei, 2015), o definir las posibilidades de desarrollar la actividad turística en entornos fuertemente dependiente de un solo sector de la economía, que es el caso de entornos rurales (Mikery & Pérez-Vázquez, 2018),

Zimmer & Grassmann (1996) expresan que la determinación del potencial turístico de un territorio se da a través de una evaluación rigurosa que considere la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias de mercado. Este proceso consiste en tres fases fundamentales que deben seguirse:

- a) Análisis de la situación a partir de la creación de inventarios de los recursos naturales, factores socioeconómicos, de infraestructura y servicios disponibles, factores culturales, la oferta de servicios (alojamiento y restaurante);
- b) Diagnóstico y
- c) La labor de marketing (Casado-Montilla & Pulido-Fernández, 2021).

Evaluar el potencial turístico en determinados territorios no solo es útil a la hora de saber si poseen la capacidad de iniciar actividad turística, sino también puede ser de utilidad en áreas o regiones en donde, después de algún tipo de incidencia de factores endógenos, los recursos han sido alterados. Padín & Pardellas (2003) aplicaron una metodología para evaluar el potencial turístico de las ciudades más gravemente afectadas por este incidente y restablecer los indicadores que fueron severamente alterados por el desastre, con el fin de ajustar la oferta turística a través de la diversificación, evitando así las consecuencias de una gran dependencia del litoral como único recurso.

La evaluación del potencial turístico permite a los planificadores territoriales identificar los recursos, actividades y servicios disponibles en el territorio. Con esta herramienta, pueden determinar una "utilización óptima" de los recursos y una adecuada distribución de estas actividades, servicios y/o productos de acuerdo con las características de la oferta y la demanda en la zona (Trujillo, 2014).

De hecho, el potencial del turismo a menudo se ha evaluado en entornos donde los recursos son extremadamente vulnerables a las consecuencias de demanda turística y, por tanto, requieren un proceso de planificación inicial y gestión continua para prevenir su deterioro (André & Artís, 1997).

Los análisis del potencial turístico se suelen aplicar a nivel local o regional, debido al complejo trabajo que implica catalogar todos los recursos e infraestructuras disponibles (Sánchez et al., 2016).

Sin embargo, la existencia de recursos naturales o culturales no necesariamente garantizan el éxito de la actividad turística; de hecho, el enfocarse en el equipamiento, las instalaciones y la diversificación de las actividades a realizar en el territorio requiere de una proyección a futuro para construir y poner en marcha servicios que permitan a los turistas permanecer en el destino por un mayor periodo de tiempo (Cunha, 2008), teniendo presente que las propuestas que se realicen son específicamente relacionadas con una idealización de la actividad más que una realidad (Violier & Martín, 2007).

Por tanto, evaluar el potencial turístico de un territorio es una herramienta que se puede aplicar durante los procesos iniciales de desarrollo turístico, así como en etapas más maduras, identificando el recurso natural existente y recursos culturales junto con las infraestructuras y servicios que hacen accesible el territorio para los turistas, y las características de los alrededores (González et al., 2016).

Esta información permite tomar decisiones sobre la implementación de políticas y acciones para asegurar el desarrollo sostenible del turismo.

Debido a esta amplia divergencia de elementos cognoscitivos, se han enlistado los principales conceptos y/o definiciones relacionadas con el término, como se observa en la tabla 4.

Tabla 4.

Principales definiciones de potencialidad turística en la literatura académica.

Año	Autor/es	Definición
1996	Zimmer & Grassman	“El potencial turístico local conlleva tres fases fundamentales, por una parte, se encuentra el análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado; seguido del diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia de desarrollar o no el turismo en la zona”
2002	Bertoncello	“El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales”
2005	Ritchie & Crouch	“El potencial turístico depende de dos elementos esenciales en un territorio, por un lado, los recursos y atracciones principales (fisiografía y clima, cultura e historia, lazos del mercado, mezcla de actividades eventos especiales, entretenimiento, superestructura), así como de los factores de apoyo y los recursos transversales (la accesibilidad, recursos facilitadores, la hospitalidad, iniciativa y voluntad política.)”
2005	Anton Clavé et al.	“El potencial turístico de un territorio requiere de la armonización compleja en el análisis de los recursos, la accesibilidad, el equipamiento, la infraestructura y los demás elementos del sistema

		turístico que lo conforman, permitiendo así determinar su viabilidad para desarrollar turismo en el sitio”
2006	Ielenicz & Comănescu	“La suma de recursos naturales y humanos que se desarrollan en un territorio determinado”
2006	Muntele & Iatu	“La suma de condiciones objetivas o subjetivas y/o condiciones básicas para el desarrollo turístico de un territorio”
2006	Glăvan	“La suma de posibilidades de que el ambiente natural y social pone a disposición las actividades turísticas”
2009	Maass	“La valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos”
2010	Covarrubias	“Análisis para definir y caracterizar aquellos atributos que presentan los recursos turísticos de un lugar determinado para estructurar posibles productos turísticos”
2010	Secretaría de Turismo de México	“El potencial turístico de una región o municipio está determinado por la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular”
2010	Bollo	“Existe un potencial o potencialidad naturales del territorio, refiriéndose a la evaluación de aptitudes naturales mediante el análisis de las vocaciones naturales de las diferentes unidades de paisaje físico-geográfico”
2011	Vera Rebollo et al.	“La potencialidad de un territorio para la práctica turística corresponde al análisis pormenorizado de los recursos turísticos, el equipamiento, las facilidades y el cómo éstas se pueden ajustar para cubrir con los requerimientos de la demanda con la finalidad de generar políticas y actuaciones turísticas adecuadas”
2011	Latu	“Corresponde a la predicción del aprovechamiento de los recursos que posee un territorio como elemento central de la planificación”
2014	Heinrichs	“La capacidad de un territorio para identificar, jerarquizar y evaluar sus recursos territoriales para la dinamización económica del sitio sin perjuicio de la localidad receptora”

2014	Camara & Morcate	“Corresponde al análisis exhaustivo de los recursos turísticos territoriales, equipamiento e infraestructura que permite a un determinado lugar realizar actividades turísticas para colaborar con el desarrollo económico del sitio”
2015	Mikery & Pérez	“Capacidad o aptitud que tiene determinado territorio, para desarrollar actividades, el cual debe poseer diversas cualidades, en distintas dimensiones como: política, institucional, ambiental, sociocultural y económica, lo cual permitirá, la priorización de uso del territorio”
2017	Lazo, Bastidas, Aguilar & Calle	“Capacidad que tiene un territorio para atraer turistas y, asimismo, satisfacer sus necesidades, para lo cual resulta necesario brindar instalaciones e infraestructuras que permitan cumplir con esta demanda”
2017	Observatoire Leader Europeo	“La potencialidad turística de una localidad se da a través de dos fases primordiales como son el análisis de la situación y el diagnóstico, en la primera se analiza la oferta, demanda, competencia y tendencias en el mercado; en la segunda etapa se comparan los resultados y se identifican los aspectos positivos y negativos para por último decidir si resulta factible o no fomentar el turismo en la zona”
2018	Alegsa	“La suma de recursos turísticos, accesibilidad, equipamientos, infraestructura e información de una localidad o territorio, determinan el potencial para recibir turismo”
2019	Pulido et al.	“El potencial como categoría científica, corresponde a los recursos naturales potenciales de la economía, ellos pasan a la categoría de recursos utilizados, mediante un proceso histórico, controlados por la capacidad tecnológica y el desarrollo socioeconómico de la sociedad, representando una posible evaluación más precisa de la capacidad de una unidad natural bajo las condiciones actuales y futuras de utilización”

Nota: Elaboración Propia

base en encuestas, realizadas con la población residente y con los turistas también, con el fin de conocer su opinión sobre los recursos disponibles en la región y la importancia de tales recursos para el desarrollo del turismo, entre otras cuestiones.

El objetivo es comparar las percepciones de los turistas y la población residente con respecto a los mismos ítems evaluados, con el fin de resaltar aspectos donde existe la mayor discrepancia y que, por tanto, requieren la mayor atención (Gómez et al., 2014).

De acuerdo con Talledos (2013). y Trujillo (2014) la diferenciación entre los dos términos anteriores se evidencia mucho más en Latinoamérica, ya que su contexto de desarrollo es diferente, y la base de los procesos de planificación turística se alimentan de dos líneas, la planificación territorial y la planificación participativa, lo que permite que el abordaje de los componentes de cada elemento sean más visibles en países en vías de desarrollo que en países desarrollados; esto también se relaciona con la diversidad y flexibilidad que los procesos de planificación turística deben mantener en un determinado territorio, tratando siempre de ajustar sus metodologías, técnicas y herramientas a los requerimientos reales del lugar (Russo & Van Der Borg, 2002).

Otro de los elementos diferenciadores viene dado por las metodologías utilizadas para el abordaje del tema, como podemos evidenciarlo en la tabla 5.

Tabla 5.

Metodologías de análisis de la potencialidad turística en la literatura académica.

Autores	Objetivos	Producto	Métodos y/o Herramientas de Análisis
Zimmer & Grassmann, 1997	Evaluar el potencial para el desarrollo turístico de un territorio con enfoque natural.	Propuesta metodológica y multicriterio para determinar el potencial turístico.	Análisis de la situación turística real (social, económico, ambiental, turístico y de mercado)
OEA, 2005	Evaluar el potencial ecoturístico	Identificación de rutas ecoturísticas	Inventario de atractivos ecoturísticos, Análisis descriptivo de la

			información socioeconómica
Sánchez & Propin, 2005	Identificar el potencial regional del turismo	Caracterización de la atracción turística de la región	Investigación documental, Inventario de recursos turísticos naturales y culturales
Chaviano & Aro, 2007	Crear productos turísticos naturales en Cuba	Generación de rutas temáticas con gran influencia natural	Inventario de recursos turísticos y análisis multicriterio de atractivos
Juárez et al., 2008	Identificar, caracterizar y evaluar los sitios con potencial para el desarrollo de rutas de turismo alternativo	Identificación de 19 sitios con potencial turístico y 6 rutas con alto potencial turística enfocadas en el entorno natural	Entrevistas a profundidad, Inventario de Recursos, Evaluación por Indicadores
Chetri & Arrowsmith, 2008	Desarrollo de un modelo de potencialidad recreacional basada en la naturaleza	Modelo espacial de potencial recreativo en áreas naturales	Encuestas, SIG, Modelado espacial.
Nouri et al., 2008	Evaluar el potencial ecoturístico de una zona natural	Mapas de aptitud para el ecoturismo	Análisis visual, SIG
Maass et al., 2009	Evaluar recursos turísticos potenciales y recursos turísticos consolidados	Jerarquización de recursos naturales con potencial recreativo	Inventario de recursos turísticos, Evaluación multicriterio,
Blancas et al., 2011	Identificar zonas prioritarias para el desarrollo de actividades turísticas	Jerarquización de alternativas de actividades turísticas	Evaluación multicriterio mediante el proceso jerárquico analítico.
Özcan et al., 2011	Determinar el potencial para ecoturismo y turismo	Identificación de áreas potenciales para ecoturismo y turismo de costa	Análisis documental y de imágenes, Inventario de recursos, Entrevista a población local

Kumari et al., 2013	Identificar sitios ecoturísticos naturales	Identificación y priorización de posibles sitios	Jerarquización analítica del territorio natural mediante SIG
Enríquez et al., 2013	Diseñar productos turísticos de bajo impacto enfocado en turismo alternativo	Identificación de recursos para generar productos turísticos	Inventario de recursos y evaluación multicriterio
Marín-Yaseli y Nogués, 2014	Determinar el índice de potencialidad turística en un entorno natural.	Mapa de índice de potencialidad turística natural	Evaluación multicriterio discreta, SIG e Inventario de Recursos Turísticos
Yilmaz, 2015	Analizar el potencial para ecoturismo	Identificación de actividades con potencial para ecoturismo	Inventario de recursos naturales, Perspectivas de implementación del ecoturismo
Huerta & Sánchez, 2015	Evaluar el potencial ecoturístico de cuatro zonal naturales	Identificación de los núcleos distribuidores de turismo en zonas municipales	Análisis documental, Generación de Indicadores, Porcentualización de la valoración
Iatu & Bulai, 2015	Generar una propuesta conceptual y metodológica para evaluar el turismo	Evaluación de la oferta y la demanda del turismo para evaluar el turismo de forma activa	Investigación documental, SIG, Índice de Potencialidad Turística
Reyes & Pérez, 2017	Determinar el potencial turístico con base en los recursos naturales- culturales, infraestructura y acceso	Metodología de análisis territorial del potencial, tipologías del territorio e Índice de potencialidad turística	Inventario de atractivos, Generación de Índice de Potencialidad Turística, Tipificación probabilística y ponderación de recursos.

Pérez-Vivar et al., 2019	Generar mapas de aptitud ecoturística a partir de un sistema de computo	Sistema computacional para generar mapas de aptitud ecoturística	Estructuración del modelo conceptual, evaluación multicriterio, SIG, Diseño de un software

Nota: Elaboración propia, a partir de Mikery & Pérez (2014); Trujillo (2019).

Para clarificar el asunto, se debe identificar claramente las semejanzas y diferencias entre los términos de potencialidad y vocación turística, para así poder alinear mejor el trabajo propuesto. El abordaje del análisis contempla a los componentes fundamentales del sistema turístico (recursos/atractivos, oferta de servicios y demanda turística), pero para el caso de la potencialidad se limita a los recursos biogeográficos, sociales, económicos, culturales, comunidad receptora y de mercado; mientras que la vocación turística además de los elementos mencionados analiza variables de planificación turística, gobernanza, y competitividad.

El enfoque de análisis es prospectivo, en los dos constructos, fundamentados en el diagnóstico situacional del contexto en el que se desenvuelve la actividad turística en un determinado territorio. Pero la potencialidad basa su diagnóstico en la situación real actual de la situación turística, pero la vocación turística del territorio fundamenta su diagnóstico en el contexto actual e histórico y además incluye la aportación y orientación integral (social, cultural, económica o. ambiental, tecnológico, entre otros) de la actividad en el territorio.

Tanto la potencialidad como la vocación utilizan los elementos característicos territoriales y espaciales para orientar o definir las mejores opciones a tomar para el desarrollo turístico, en función con el contexto territorial real. Pero la potencialidad turística analiza a los elementos del territorio en específico, pero no a las características territoriales que permiten que dicho lugar posea una determinada tipología de atractivos, cuestionamiento que sí se aborda desde la vocación turística, ya que en algunos casos se ha aplicado dicha definición para caracterizar vocaciones desde estructuras territoriales menores como barrios o conglomerados.

En lo que respecta al enfoque de aplicación es holístico y trata de responder a las necesidades, problemas y/o recursos poco aprovechados de un espacio territorial determinado. La valoración de la potencialidad turística se fundamenta principalmente en el análisis del entorno natural, en el caso de

la vocación turística analiza al territorio como un todo, conjugando elementos naturales y/o culturales tangibles e intangibles.

Así también, la base del análisis se encuadra en el abordaje de los recursos territoriales, tanto naturales como culturales y el cómo los mismos se convierten en la materia prima para el desarrollo de productos turísticos. La potencialidad ha centralizado su análisis en los atractivos turísticos como eje de prospección, mientras que la vocación turística no toma en cuenta solamente los atractivos del sitio sino también los recursos turísticos territoriales, logrando así mejorar la estructuración competitiva de los productos turísticos del lugar.

Finalmente, los dos términos pretenden medir la capacidad que presentan los territorios para atraer flujos turísticos. Mientras que la potencialidad mide la capacidad que tienen los recursos turísticos para generar una atracción de visitantes; mientras que la vocación turística es mucho más específica para medir la capacidad, tomando en cuenta a los elementos territoriales analizados por la potencialidad, pero agregándole la aptitud que el mismo territorio posee para desarrollar la actividad turística en el lugar.

2.6. Vocación y competitividad turística: semejanzas y diferencias.

El término competitividad es un concepto muy utilizado en el ámbito turístico, que a primera vista parece fácil definirlo. Sin embargo, cuando se trata de medirlo es cuando surgen las dificultades en la definición, debido a que el constructo es relativo y multidimensional (Ritchie & Crouch, 2003), relativo por la categoría de tamaño en relación con algo superior o inferior y multidimensional por los diversos factores que surgen desde lo económico, social, ambiental y político que influyen en su definición. En el ámbito, práctico-profesional y académico, se ha utilizado para describir las características que hacen a una empresa, localidad o región más competitiva; usualmente el concepto viene derivado de los aportes teóricos de la economía clásica, con el cuál explican la posición relativa de acuerdo con el precio del producto y bajos costos de producción (Chen et al., 2016).

Para Gandara et al. (2013) la competitividad debe ser vista como un proceso dónde la diferenciación de la gestión es factor de primordial importancia. Ella tiene como causa la competencia entre países o empresas, y como finalidad, la expansión de la valorización del capital en el caso de empresas. En cuanto para los países o economías la finalidad de la competitividad es la expansión del poder adquisitivo real y mejoría de la calidad de vida de los ciudadanos.

Los destinos turísticos cuentan con características climatológicas, presencia de recursos y atractivos turísticos, infraestructura, servicios y equipamiento que tienen la finalidad de satisfacer las necesidades de los visitantes durante su estadía en el lugar (González y Mendieta, 2009); partiendo de esto, surge la competitividad de destinos turísticos o TDC (tourism destination competitiveness) por sus siglas en inglés. Varios autores sostienen que no hay una conceptualización clara para este término pues puede ser observado desde diferentes aristas como el crecimiento económico, la diversidad económica, el crecimiento de la cuota de mercado, el valor agregado de productos y servicios, y la preservación natural y sociocultural en los destinos (Goffi et al., 2019). El constructo epistemológico de la teoría de la competitividad de los destinos turísticos (CDT) deviene de dos teorías que en tiempo y espacio se aventajan casi un siglo de diferencia.

El modelo conceptual de la competitividad de los destinos turísticos desarrollado por Crouch y Ritchie (1999), denominado modelo de Calgary es un modelo compuesto de una triangulación teórica, que surge de la teoría de la ventaja comparativa desarrollada por Adam Smith y David Ricardo, haciendo alusión a los recursos naturales, recursos heredados y recursos creados por el hombre, ya que son elementos únicos e irrepetibles.

El otro modelo teórico ocupado que ayuda a construir la competitividad de los destinos turísticos, es el denominado Diamante de Porter que hace referencia a la teoría de la ventaja competitiva, desarrollada por Michael Porter (1990), que en el contexto del turismo se enfoca en la gestión de los recursos para hacerlos accesibles y atractivos para el turista. Además, el turismo que se ha desarrollado en los últimos años en países en vías de desarrollo está vinculado con el alto valor de los recursos naturales y culturales (Brida et al., 2014).

El constructo de la competitividad de destinos turísticos se desarrolló longitudinalmente a través de una serie de estudios exploratorios y descriptivos donde se analizan las relaciones que tienen ciertos conceptos como los recursos naturales, gestión de los destinos, recursos o factores de apoyo y, el macro y microambiente para atraer turistas. Estos factores sirven como determinantes de la competitividad de los destinos turísticos, y sirven para estructurar el modelo de Calgary que se desarrolla desde la perspectiva de la oferta (Crouch & Ritchie, 1999).

Los factores antes mencionados fueron estudiados y validados en países desarrollados, donde la competencia es grande, y donde la gestión y desarrollo de imagen y creación de productos, se dan ipso-facto por innovación, desarrollo de políticas y estrategias para el sector de servicios turísticos, debido a las características fluctuantes del mercado en cuanto a preferencia, y el surgimiento de nuevos destinos, incrementándose la competencia para lograr un mejor posicionamiento en el mercado turístico (Faulkne, et al., 1999; Ritchie & Crouch, 2003).

La actual tendencia de estudios ha desarrollado investigaciones de enfoque cuantitativo que permiten comparar regiones o países para saber cuál es más competitivo; algunos académicos y organizaciones internacionales lo han manejado desde la derrama económica en el destino, el número de vuelos hacia el país, la calidad del servicio y la cantidad de lugares históricos, afiliados al programa Patrimonio Cultural de la Humanidad (Mazanec & Ring, 2011; Navickas & Malakauskaite, 2009).

Desde el punto de vista económico, se ha desarrollado una serie de modelos conceptuales empíricos para comparar y evaluar la competitividad entre varias regiones y países (Kunst, 2009). La estructura de la competencia económica turística se construye a lo largo de dos niveles: países y microempresas. Ambos niveles se constituyen como instituciones, los cuales tienen objetivos diferentes. Por un lado, a nivel macro y de acuerdo con el modelo económico predominante, el estado/gobierno busca satisfacer las necesidades básicas de los ciudadanos, además de crear infraestructura con la cual

puedan acceder empresas multinacionales que se puedan establecer en el destino turístico y generen empleos en todos los sectores. Por el otro lado, a nivel microempresa, esta busca una participación y más amplia en el mercado de la oferta turística que le reditúe las suficientes ganancias para permanecer en el mercado (Berdo, 2015).

Así mismo, Martínez et al. (2009) sostienen que la competitividad de destinos turísticos se basa en los atributos que diferencian a un destino de otros, logrando que este sea elegido por los turistas sobre destinos con características semejantes. La competitividad de la industria turística se puede definir tomando en consideración desde un contexto macroeconómico al conjunto de elementos relacionados a las grandes dimensiones de la industria turística como el ambiente de negocios, infraestructura, recursos disponibles, leyes y reglamentaciones (Berdo, 2015).

La competitividad de un destino se encuentra ligada a las visitas actuales y potenciales de turistas. Para ello es esencial tener una ventaja competitiva en la industria turística y para lograrlo es necesario que los destinos aseguren que su atractivo y la experiencia turística ofrecida sea superior a la de los destinos alternativos (Dwyer y Kim, 2003). La competitividad turística para un destino es la completa habilidad de un lugar para optimizar sus atractivos para sus residentes y no residentes, entregar calidad, innovación y servicios turísticos atractivos para los consumidores y ganar mercados compartidos en los mercados domésticos y globales, mientras asegura que los recursos turísticos disponibles sean usados eficientemente y de una forma sostenible (Kwon et al., 2012).

La aseveración anterior está construida por la ventaja comparativa y la ventaja competitiva; la primera ventaja, se constituye por el elemento principal que compone a un destino turístico: los atractivos y recursos turísticos (natural y/o cultural); la segunda ventaja, hace alusión a la forma de gestionar y obtener los mayores beneficios en las dimensiones sociales, ambientales, económicas, y desde el punto de vista de los no residentes, la satisfacción total.

Las definiciones generadas por diferentes académicos y organizaciones parten de principios económicos, posteriormente, se involucran las dimensiones sociales, ambientales y, finalmente la satisfacción del turista; sin embargo, no existe una definición que sea totalmente aceptada por los grupos inteligibles que tienen por tema el turismo. En relación con lo mencionado anteriormente, Mazanec & Ring abordan la problemática de la competitividad de los destinos turísticos desde dos perspectivas: por un lado, la difícil tarea de construir una definición y por el otro lado, llegar a la

explicación de la competitividad a través de la definición (Mazanec Ring., 2011).

Se sabe que las definiciones están constituidas por conceptos y de acuerdo con la epistemología de la ciencia, el desarrollo de conceptos ayuda a comprender las partes del fenómeno observado y con esto llegar a un entendimiento y explicación de dicho fenómeno. En la literatura desarrollada de competitividad de los destinos, se han acumulado definiciones que parten de diferentes contextos y diferentes perspectivas, debido al carácter multifacético, tanto del turismo como de la competitividad; sin embargo, el avance que se ve en la explicación de la competitividad de los destinos, ha sido limitado a investigación aplicada y en algunos casos los modelos de competitividad llegan a un nivel explicativo con determinantes obtenidos de un nivel macro, pero que también, se pueden adaptar a regiones geográficas pequeñas (Mazanec et al., 2007).

Vodeb (2012) enmarca a la competitividad de los destinos turísticos en la abundancia de atractivos turísticos en el área observada o lugar geográfico; es decir, lugares o regiones con atractivos aglomerados serán más capaces de atraer turistas y proveedores de servicios turísticos. Según Poon (1993), para ser competitivo, cada destino tiene que seguir cuatro principios clave: 1. Desarrollar el entorno o el medio; 2. Apoyar el sector turístico para posicionarlo en el país como el principal; 3. Fortalecer los canales de distribución en el mercado; 4. Construir un sector privado dinámico.

La competitividad de los destinos ha sido frecuentemente definida como las fortalezas o habilidades de un destino, para ofrecer tanto experiencias de calidad a los visitantes, como calidad de vida a la gente local, desarrollando ventajas sustentables y mercados compartidos (Kozak & Martin., 2012); pero también es un concepto general que abarca las diferencias de precio junto con las tasas de cambio, los niveles de productividad de los componentes de la industria turística y los factores cualitativos que afectan los atractivos o el destino. Así, el concepto de competitividad de los destinos está basado ampliamente en muchos factores involucrados (Kayar & Kozak, 2010).

En el estudio de Vengesayi (2003), se observa la necesidad de vincular la competitividad con el atractivo del lugar, como variables que se relacionan para lograr la competitividad integrativa de los destinos, y de esta relación se define a la competitividad, como la habilidad de un destino para proveer beneficios sociales y físicos a la población del lugar, así como también, de ofrecer experiencias satisfactorias al turista. Mientras que para Krešić, una de las principales características del mercado turístico actual es el incremento en la competitividad entre los destinos turísticos y para mantener su

posición en el mercado global es necesaria la continua innovación en productos y servicios turísticos en busca de nuevas ventajas comparativas; estas pueden asegurar un crecimiento sostenible del turismo y un desarrollo del destino (Krešić, 2007).

Según Chen et al. (2011) la competitividad del destino puede ser mejorada si se relacionan adecuadamente los recursos, los sitios de interés, la planeación estratégica adecuada y los esfuerzos en la mejora de estrategias competitivas de los destinos. Además, señalan que las firmas estratégicamente más avanzadas son también las más competitivas, mejorando así los niveles de rentabilidad. La relación de éxito o fracaso de un destino depende de las empresas turísticas y de servicios establecidos, las cuales son un factor clave en la atracción de turistas.

De esta forma la competitividad de un destino señala las fortalezas y debilidades de un destino, comparado con otros, pudiendo incrementar las fortalezas a través del análisis de las estrategias de gestión, relacionadas con el aprovechamiento de los recursos del destino turístico (Wondowossen et al., 2014).

En la tabla 6, se colocan las principales definiciones relacionadas con el término acuñado.

Tabla 6.

Principales definiciones de competitividad turística en la literatura académica.

Año	Autor/es	Definición
1985	Scott & Lodge	“Habilidad de un país para crear, producir y distribuir productos y/o servicios en un mercado internacional, y que las ganancias regresen a sus fuentes”
1989	Haguenauer	“La competitividad es asociada a la capacidad de una industria de producir bienes con mayor eficacia que los competidores en lo que se refiere a precios, calidad, tecnología, quedando relacionada a las condiciones generales o específicas en que se realiza la producción de la industria”
1990	Porter	“El único concepto significativo de competitividad para una nación es su productividad”

1994	Esser	“Competitividad se basa en una organización social en que se generan ventajas competitivas debido a la interacción de los múltiples parámetros de relevancia para el sistema y el lugar”
1994	Feurer & Chaharbaghi	“Capacidad de competir y la rivalidad para la consecución de un fin”
1999	Kozak & Rimmington	“Competitividad de los destinos turísticos constituye el elemento central del sistema turístico”
1999	Sancho et al. (OMT)	“Capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a construir un crecimiento sostenible, incrementar el valor del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad”
2000	Ritchie & Crouch	“La capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”
2000	Dwyer, Forsyth & Rao	“Competitividad de destinos es un concepto general que abarca las diferencias de precio junto con los movimientos de la tasa de cambio de monedas, niveles de productividad de los diversos componentes de la industria turística, y factores cualitativos que afectan al atractivo de un destino”
2000	Hassan	“Habilidad de un destino para crear y añadir valor a los productos turísticos, estrategia focalizada en la sostenibilidad de los activos, manteniendo una posición relativa a los competidores”
2000	D’hauteserre	“Competitividad es la capacidad del destino turístico de mantener su posición en el mercado y perfeccionarla a través del tiempo”
2003	Dwyer & Kim	“Capacidad de un destino turístico para presentar bienes y servicios más cualificados, con relación a las demás

		destinaciones turísticas, con sentido de satisfacer lo que los consumidores/turistas valoran”
2003	Heath	“Competitividad es la habilidad de un destino turístico en tener disponibilidad de productos y servicios mejores que otros destinos turísticos en los aspectos de la experiencia turística que son considerados importantes por los turistas”
2003	Crouch & Ritchie	“Competitividad es la capacidad de añadir valor y, así, aumentar la riqueza por la gestión de bienes y procesos a través de la integración de esas relaciones, bajo un modelo económico y social que considera el capital natural del destino y su preservación para las generaciones futuras”
2005	Enright & Newton	“Un destino turístico es competitivo si puede atraer y satisfacer turistas en potencial, y esa competitividad es determinada tanto por los factores específicos del turismo como por la gama de factores que influyen los proveedores de servicios turísticos”
2006	Meng	“Numerosas empresas establecidas y de nueva creación que participan en el mercado turístico, para crear una experiencia de calidad en los visitantes”
2007	Bañuls, Rodríguez & Jiménez	“Combinación y sinergias de un conjunto de factores como son la capacidad competitividad de las empresas, la dotación de infraestructura, la disponibilidad de capital humano, y el entorno macroeconómico e institucional”
2008	Cracolici & Nijkamp	“La superioridad cualitativa y cuantitativa de una unidad, empresa o territorio sobre el conjunto de competidores”
2008	Gomezelj & Mihalic	“Competitividad de un destino turístico es la habilidad de un país de crear valor añadido y de esta forma incrementar la salud nacional por la gestión de activos y procesos, atraktividad y proximidad”
2008	Chikán	“Considerada un rasgo potencial para hacer frente día a día en la operatividad de la empresa, el enfoque de la capacidad se refiere a poder competir en el mercado, sin que esto signifique ganar”
2009	Hong	“La posición competitiva relativa (en términos de rentabilidad y crecimiento) de una industria turística de una nación en un mercado global, incluyendo a países desarrollados y en vías de

En la figura 6 se puede identificar como palabras importantes capacidad, mercado, factores, competidores, habilidad, industria y valor; por lo que se puede definir a la competitividad turística como la capacidad que tiene un territorio para poder evaluar su desenvolvimiento en el ámbito turístico de forma cuantitativa y que le permita al mismo mejorar su posición competitiva en el mercado a través de la creación de valor agregado en los bienes y/o servicios turísticos ofertados, teniendo como meta el crecimiento económico y el incrementar los beneficios para los visitantes y la localidad receptora.

Considerando lo anteriormente expuesto, se puede inferir que los elementos comunes de las conceptualizaciones son: *proceso, sistema y contexto*; por ello la relacionalidad existente entre la planificación turística y la competitividad es innegable, convirtiéndose esta última en uno de los mecanismos más utilizados por los entes encargados del proceso de planificación para la identificación, caracterización y valoración del funcionamiento del sistema turístico interno en función a los destinos competidores, estableciendo con ello la situación actual y real del territorio, facilitando la identificación de las ventajas competitivas y coadyuvando a los análisis de las ventajas comparativas entre territorios con características similares y/o comunes (Trujillo, 2014).

Los diferentes estudios que se han hecho de competitividad de los destinos turísticos han manejado una serie de metodologías y teorías con base en las diferentes perspectivas académicas o profesionales para tratar de explicar la competitividad de los destinos. A continuación, se presenta la tabla 7, la cual contiene los estudios revisados en esta investigación para conocer las teorías y métodos aplicados.

Tabla 7.

Teorías y metodologías relacionadas con el abordaje de la competitividad de destinos turísticos.

Autores/Años	Constructo Teórico y/o Metodológico	Metodologías de Trabajo
Crouch & Ritchie (1999)	Teoría de la ventaja competitiva y ventaja comparativa	Cualitativa
Valdez y Polero (1998)	Modelo del sistema interfuncional integrado de la competitividad en destinos turísticos	Cuantitativa
Hassan (2000)	Teoría de la integración	Cuantitativa
Heath (2002)	Teoría de funcionamiento de mercado	Cuantitativa

Vegensayi (2003)	Teoría del territorio	Cuantitativa
Melián & García (2003)	Enfoque de competitividad basado en los recursos	Cuantitativa
Enright & Newton (2005)	Teoría de la competitividad de los destinos turísticos	Cuantitativa
Betancourt et al (2006)	Metodología de lógica difusa	Cuantitativa
Cracolici et al (2006)	Método Calgary	Cuantitativa
Mazanec & Ring (2011)	Modelo monitor de competitividad del World Travel and Tourism Council	Cuantitativa
Sánchez & Fajardo (2008)	Teoría de respuesta a las variables	Cuantitativa
Bălan et al (2009)	Índice de Competitividad de Viajes y Turismo	Cuantitativa
Kozak et al (2009)	Teoría de la competitividad de los destinos	Cuantitativa
Chen et al (2011)	Teoría de la competitividad	Cuantitativa
Kwon et al (2012)	Índice de Competitividad Urbana de Lituania	Mixta
Tello et al (2012)	Índice de competitividad turística de los estados mexicanos	Cuantitativa
Jiménez et al (2012)	Teoría de la complejidad	Cuantitativa
Ivanov y Webster (2013)	Índice de competitividad de viajes y turismo (índice KOF de globalización)	Cuantitativa
Dupeyras y Maccallum (2013)	Indicadores de competitividad en el turismo para la organización de cooperación económica y desarrollo	Cuantitativa
Stanickova (2015)	Índice competitivo del país	Cuantitativa
Barbosa et al (2015)	Indicadores de competitividad del turismo nacional de Brasil	Cuantitativa
Zhou et al (2015)	Teoría del recurso base	Cuantitativa
Ochoa & Fernández (2017)	Índice de competitividad turística regional de Colombia	Cuantitativa

Nota: Elaboración propia

En esta identificación de abordajes, constructos y metodologías, se puede evidenciar que la mayoría parten específicamente de lo que se considera importante o lo que se relaciona con el término de competitividad, pero en todas ellas hemos visto que se tiene un abordaje cuantitativo, lo que permite magnificar de forma real, evitando el subjetivismo, la aportación de la actividad turística dentro del territorio y con esos resultados permite compararlos entre territorios diferenciados, cumpliendo así con los preceptos originales de la competitividad establecidos por Porter en 1985 (Trujillo, 2014).

Existen varias propuestas de aproximación académica que plantean la medición de la competitividad turística; los estudios específicos establecidos para evaluar la misma se fundamentan en modelos teóricos generalmente aceptados por la academia. A dichas propuestas se las puede agrupar en dos orientaciones, la primera fundamentada en la modelización teórico-empírica y la segunda estructurada como un indicador cuantitativo de medición estipulado como un índice.

En la tabla 8 se presentan los principales modelos establecidos, aplicados y discutidos por la literatura académica dentro de los territorios urbanos, en las dos agrupaciones anteriormente mencionadas, por una parte, los modelos de competitividad de destinos turísticos y por otro los índices de competitividad de destinos turísticos.

Tabla 8.

Modelos de competitividad turística en la literatura académica.

Autores, Año	Modelo o Indicador	Factores que integran el modelo
Crouch y Ritchie de 1999 – 2003	Modelo de competitividad de destinos	• Atractivos y recursos básicos; • Recursos y factores condicionantes y limitantes; • Gestión del destino; • Política, planeación y desarrollo del destino; y • Calificación y desarrollo determinantes.
Hassan del 2000	Modelo de competitividad de destinos	• Sostenibilidad medioambiental; • Ventaja comparativa; • Orientación a la demanda; y

		• Estructura de la industria.
Heath del 2002	Modelo de competitividad de destinos	• Los fundadores; • El cemento; • Los bloques constructores; • Los elementos estratégicos del turismo; y • Los elementos claves del sector.
Dwyer y Kim de 2003	Modelo de competitividad de destinos	• Recursos heredados; • Recursos creados; • Factores y Recursos de Apoyo; • Gestión del Destino; • Condiciones de la Demanda; y • Factores Situacionales.
Vegensayi de 2003	Modelo de competitividad de destinos	• Recursos intrínsecos del destino; • Contexto experiencial (físico y social); • Servicios de soporte; • Comunicación y promoción; • Imagen del destino; • Satisfacción del turista; y • Operatividad organizacional.
Jiménez et al. de 2012	Modelo de competitividad de destinos	• Entorno; • Condiciones de la demanda; • Condiciones del destino; • Accesibilidad; • Competidores actuales; y • Servicios de apoyo.
Foro económico mundial	Índice de competitividad de viajes y turismo	• Ambiente idóneo; • Políticas y condiciones propicias para los viajes y el turismo; • Infraestructura; y • Recursos naturales y culturales.

Instituto tecnológico de Monterrey	Índice de competitividad turística de los estados mexicanos	• Ambiente competitivo; • Ambiente global; • Recursos clave y atractivos; • Factores de soporte y recursos, • Administración del destino; y • Condiciones situacionales.
Organización de cooperación económica y desarrollo (OCDE)	Indicadores de competitividad en el turismo	• Desempeño e impacto del turismo; • Servicios turísticos de calidad y competitivos; • Actividades del destino; y • Respuestas políticas y oportunidades económicas.
Centro de pensamiento turístico (COTELCO)	Índice de competitividad turística regional de Colombia	• Criterio cultural; • Criterio ambiental; • Criterio social; • Criterio económico; • Criterio empresarial; • Criterio de infraestructura; • Criterio de gestión del destino; y • Criterio de estrategias de mercado.
Ministerio de Turismo	Indicadores de competitividad del turismo nacional de Brasil	• Infraestructura; • Ambiente global; • Turismo; • Políticas públicas; • Economía; y • Sostenibilidad.

Nota: Elaboración propia, a partir de Serrano-Amado (2021).

En lo que respecta a las semejanzas y diferencias entre los términos, se puede indicar que los dos constructos fundamentan su accionar en la búsqueda del dinamismo económico de un territorio a través de la estimulación de la inversión privada y el emprendimiento. Pero, cabe recalcar que la competitividad turística responde a la integración de los sistemas productivos de un territorio como

eje central de las actividades económicas en la cual se ve obligado a participar, mientras que la vocación turística se fundamenta en la orientación y adecuación voluntaria del lugar para desarrollar una actividad en el ámbito turístico.

El abordaje de los factores y/o componentes que configuran la actividad turística en el territorio es integral, tomando elementos endógenos y exógenos estrechamente contextualizados con el sitio. Mientras que la competitividad turística se fundamenta principalmente en el crecimiento económico que la actividad genera en un territorio dentro de un determinado periodo de tiempo, por el contrario, la vocación turística se concentra en el desarrollo local y endógeno de las localidades inmersas en la actividad.

Los dos términos priorizan el análisis profundo de la actividad turística en el sitio como elemento dinámico y cambiante que se centra en la creación de valor o el valor añadido que se puede ofrecer. Por un lado, la competitividad turística se enfoca en escenarios reales siendo una de las herramientas de medición de las acciones generadas, y por otro la vocación turística se enfoca en escenarios prospectivos convirtiéndose en una herramienta de planificación de acciones futuras.

Existen modelos, índices, técnicas y herramientas cuantitativas que permiten identificar la situación del territorio en términos turísticos, fundamentándose en el funcionamiento operativo y productivo del sistema turístico. En la competitividad turística se identifica la ventaja comparativa resultante entre los destinos turísticos a través de aportaciones de la actividad al crecimiento económico del territorio, mientras que la vocación turística permite identificar las ventajas competitivas que permiten identificar los diferenciadores que permiten crear experiencias únicas que coadyuvan con el desarrollo del sitio.

2.7. Aportación de la investigación sobre la vocación turística del territorio.

Luego de haber revisado los abordajes teóricos generados por las diversas investigaciones en la literatura académica, se puede identificar, mediante un análisis cualitativo, las palabras más relevantes que conforman el constructo teórico (véase figura 3) pudiendo rescatar como más relevantes a las siguientes: aptitud, características, uso, desarrollo territorio, recursos y función; pudiendo inferir como una definición a la siguiente:

La vocación turística corresponde a las características y capacidades territoriales, tanto naturales como culturales, que se encuentran en un determinado lugar manifestando una aptitud, condición y rasgos que permitan direccionar su uso turístico futuro, partiendo siempre del análisis local, pero en función de la realidad del sitio, el mercado turístico y los visitantes, con miras a alcanzar un desarrollo de la localidad, coadyuvando con los procesos de planificación y gestión pública eficientes del turismo.

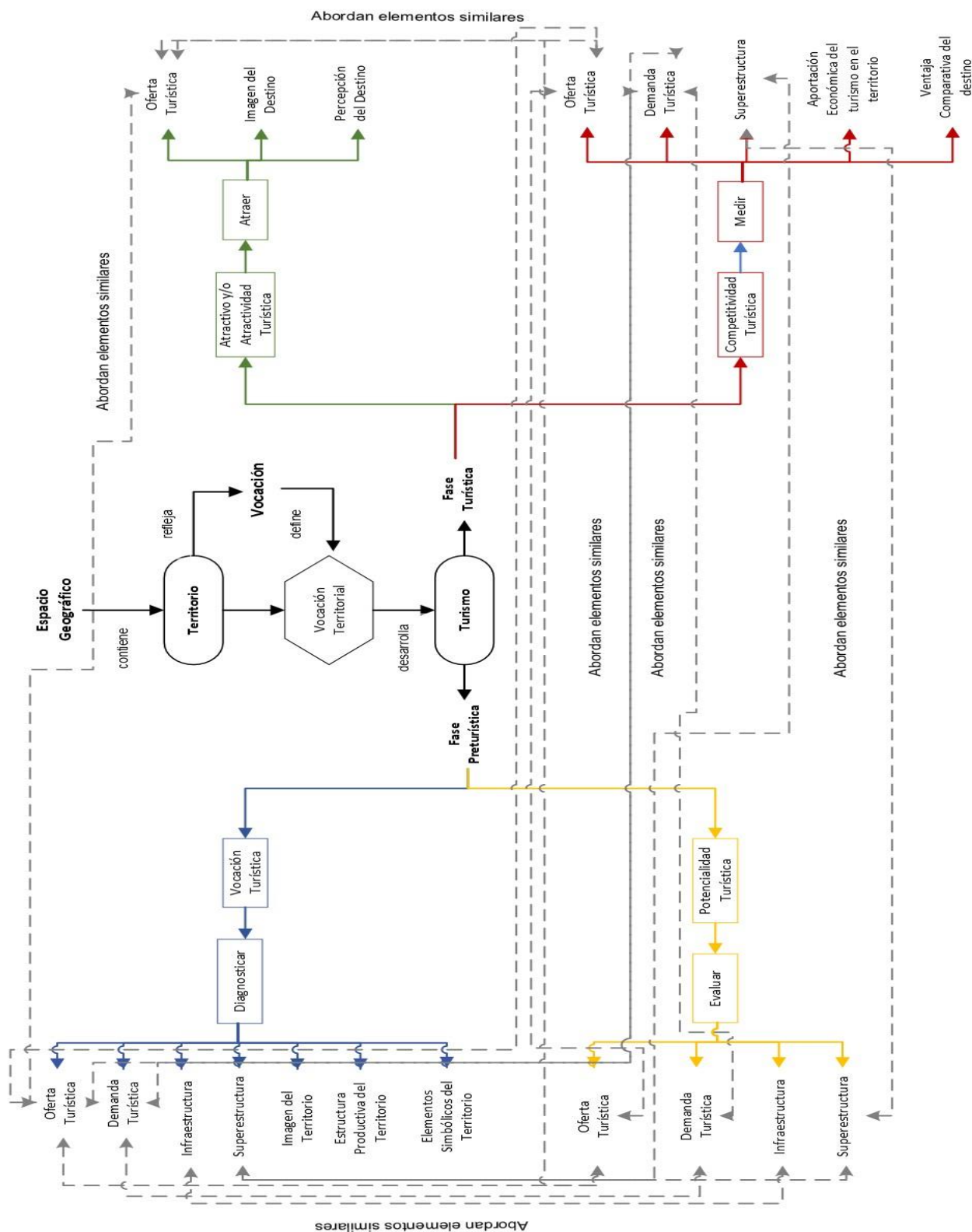
Si bien es cierto esta definición no difiere de fondo con las establecidas por los demás autores, si se puede identificar su enfoque en el tiempo en el que se debe realizar el mismo y el abordaje.

Algunas de las dimensiones que aborda el concepto planteado son:

- Territorial, como la base del análisis en el proceso de determinación de la vocación turística del territorio, comprendiendo el qué poseo, en qué estado se encuentra y el cómo lo puedo aprovechar con una visión de prospectiva.
- Sistémica, comprendiendo que el turismo genera un engranaje de varios elementos, internos y externos, que conllevan a su funcionamiento operativo eficiente del lugar, por lo que su identificación, determinación y análisis son claves para alcanzar la visión de destino propuesta.
- Local, la perspectiva de la localidad y/o comunidad receptora sobre cómo el turismo puede colaborar con la mejora integral de la sociedad y cuál es su rol dentro del sistema representa uno de los elementos con mayor influencia a la hora de querer desarrollar turismo.
- Gestión, el direccionamiento técnico y adecuado del sector público sobre los procesos de gobernanza, gestión pública y planificación del turismo en los diversos espacios resultan ser el apoyo estratégico más relevante dentro del concepto planteado, debido a que de ellos depende que la actividad pueda ser desarrollada de manera competitiva.

Figura 7.

Análisis cualitativo comparado de los componentes de: vocación, potencialidad, atractividad y competitividad turística.



Nota: Elaboración propia, utilizando el programa Visio.

Una vez revisados los cuatro conceptos, en la figura 7 se puede identificar un análisis semántico de los mismos, tomando como precedente que el espacio geográfico es el contexto en el cual se evidencia la existencia de recursos territoriales que pueden ser utilizados para el desarrollo de la actividad turística, a su vez dicho espacio contiene uno o varios territorios, ya que el mismo es el resultado del contexto geográfico más la interacción social.

Luego del análisis del lugar, y que se evidencie que la actividad turística está o podría estar presente, se han clasificado a los elementos teóricos para clarificar su significado, objetivo y factores que lo componen, para ello se los ha dividido en:

- **Fase Preturística:** es aquella fase en la cual el territorio tiene nula o poca actividad turística y en la cual el hecho turístico no ha sido percibido por los actores turísticos directos e indirectos del sitio, en esta fase se han colocado a:
 - **Vocación Turística del Territorio:** su objetivo es el diagnosticar la situación del sistema turístico como un todo en el sitio, de dicho diagnóstico se puede obtener lineamientos de actuación real que coadyuven con los procesos de planificación y gestión del destino turístico teniendo como elemento fundamental al factor endógeno del territorio.
 - **Potencialidad Turística:** su objetivo es el evaluar los elementos del sistema turístico que se encuentran en el lugar y que ya presentan un funcionamiento, mayoritariamente empírico, lo que permite direccionar mejor el abordaje de la actividad para el territorio desde una perspectiva local.
- **Fase Turística:** es aquella en la que el hecho turístico es una realidad formando parte de la oferta de comercialización a nivel local, nacional e internacional y que su aportación al crecimiento económico y la competitividad del sitio resulta de fácil medición, en esta fase se encuentran:
 - **Atractividad Turística:** su objetivo es atraer flujos turísticos constantes y/o mejorar la calidad de los visitantes que llegan al destino, pudiendo conocer claramente cuáles son las percepciones y la imagen global que tiene el mismo en el mercado turístico local, nacional e internacional.

- **Competitividad Turística:** su objetivo es el de medir la contribución económica de la actividad turística en el territorio, el rendimiento operativo del sistema turístico del lugar y las acciones de gestión pública del destino llevadas a cabo dentro de un determinado periodo de tiempo, permitiendo así identificar la posición competitiva de la actividad dentro del lugar y compararla con destinos semejantes u otras actividades económicas para la priorización de acciones.

En lo que respecta a los factores, como se puede identificar se han agrupado a los elementos de análisis mayoritariamente abordados por cada uno de los conceptos, y también se ha generado una red semántica de relación que permite identificar cuáles son los elementos comunes que se analizan en cada uno de ellos, facilitando así la comprensión de su finalidad aplicativa, dicha relacionalidad se encuentra establecida a través de líneas de direccionamiento entrecortadas.

2.8. Modelos y metodologías de vocación turística en los territorios.

Existen algunas aproximaciones teórico-empíricas realizadas en los últimos años por diversos autores, los cuales han pretendido establecer mecanismos para la medición, valoración y/o determinación de la vocación turística del territorio, pudiendo identificarse dos posturas de intervención: una desde la perspectiva de indicador y la otra desde la perspectiva de metodología. En ambos casos se analizan un compendio de elementos agrupados por variables relacionadas con el sistema turístico, observando en cada una de ellas ligeras variaciones en los elementos que la componen, tales como: abordaje, variables a medir y escalas de valoración (cualitativa y cuantitativa).

Adicionalmente, se evidencian diferencias sustanciales entre las metodologías que buscan obtener o conocer la vocación turística de un territorio, desde los elementos tomados en cuenta hasta los procedimientos aplicados y sus resultados. Velasco (2011) se propuso medir la vocación turística de los municipios de Veracruz en México, organizando los ítems analizados en cuatro grandes variables: atracción, servicios, infraestructura y superestructura, que poseen una carga diferente según la importancia que se les dé. Con respecto a estas grandes variables, es necesario señalar que algunos elementos como el territorio y las empresas, que operan dentro de él, pueden contribuir a la competitividad del destino turístico, y la sustentabilidad en los procesos gerenciales toma un parte importante en la competitividad (Casado-Montilla & Pulido-Fernández, 2021).

De acuerdo con Gómez et al. (2014), la vocación turística depende de los siguientes factores:

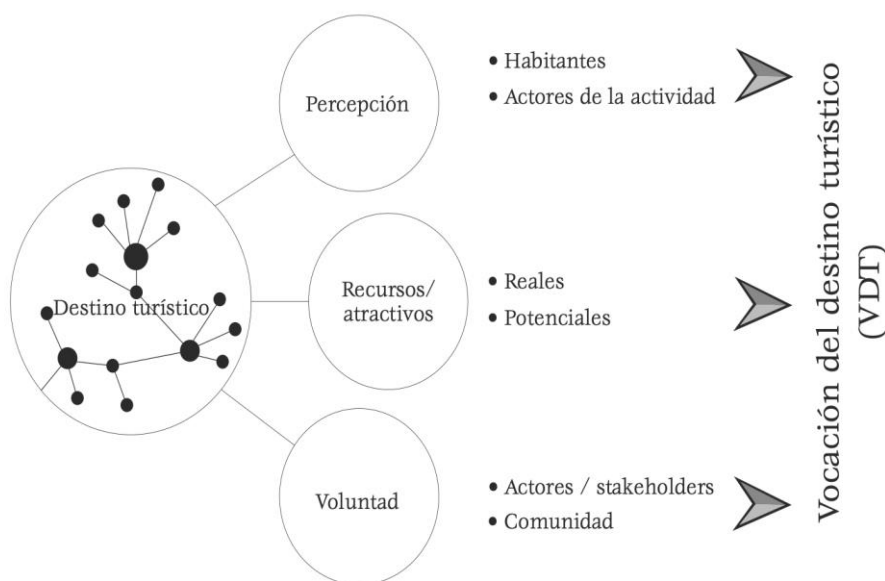
- Percepción de la importancia del turismo en la región,
- Percepción de valor e importancia de atractivos y recursos turísticos en la región,
- Intención de impulsar la actividad turística en la región,
- Actitud de la población local frente al turismo y a los turistas,
- Intención de la población local de dedicarse al turismo, y
- Intención de estudiar carreras turísticas de los estudiantes de nivel medio.

Así mismo, Covarrubias et al. (2019), establecen los siguiente elementos como esenciales para identificar la vocación turística del territorio:

- a) Percepción de los habitantes,
- b) Los recursos/atractivos del lugar como potencialidades para el desarrollo de productos turísticos, y
- c) Voluntad de los habitantes de la localidad, del sector empresarial, y público, para impulsar la actividad turística.

Figura 8.

Diagrama de la vocación turística del destino turístico.



Nota: Recuperado de Covarrubias et al. (2019)

Por otro lado, como lo señala Trujillo (2014), dichas propuestas han sido elaboradas y aplicadas en territorios latinoamericanos, en los cuales se ha visto una utilización del término como parte del discurso político o la corriente ideológica de gestión pública de la actividad turística. Formaría parte de las herramientas técnicas que permiten tomar decisiones eficientes. En contraste, Casado-Montilla & Pulido-Fernández (2021), propusieron una manera de medir la vocación turística del territorio aplicada al territorio español, convirtiéndose en la primera aproximación metodológica en este territorio y alejándose claramente del término de potencialidad turística.

A continuación, se analizan cuatro de estas propuestas, enfatizando su respectivo abordaje:

- a) Metodología para determinar el índice de vocación turística para los municipios de Veracruz, México (2011);

- b) Metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso: Tuxtla-Gutiérrez, Chiapas, México (2014);
- c) Metodología para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. Estudio de casos en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia (2017); y
- d) Cómo medir la vocación turística de un territorio, propuesta de un índice compuesto, Andalucía, España (2021).

a) Metodología para determinar el índice de vocación turística para municipios.

Esta metodología fue propuesta por Velasco (2011). Fue establecida desde una perspectiva de armonización entre la política pública y las acciones de desarrollo turístico establecidas para Veracruz, por lo cual se evidencia una línea de actuación orientada a determinar las responsabilidades del sector público en el desarrollo de la actividad turística, así como su armonización con lo establecido en las normativas legales vigentes, relacionando claramente la actividad pública con los elementos de desarrollo local. Este autor diferencia las siguientes agrupaciones o parámetros:

- Parámetro de atracción turística,
- Parámetro de servicios turísticos,
- Parámetro de infraestructura, y
- Parámetro de superestructura.

Cada variable está compuesta por varios conceptos que a su vez abarcan una serie de reactivos los cuales a su vez contemplan elementos específicos de medición, como queda reflejado en la tabla 9.

Tabla 9.

Conceptos, elementos y reactivos del parámetro de atracción turística.

Concepto	Elementos	Reactivo
Cuerpo de agua	Mares, lagos, ríos, lagunas, cascadas, aguas termales naturales y arroyos en los que se pueda realizar alguna actividad turística / deportiva y/o disfrutar como paisaje.	Existencia y tipo
		Grado de contaminación
		Accesibilidad para el turista
		Existencia de actividades recreativas

		Servicios existentes
		Tour operadoras que manejan el atractivos
Áreas naturales	Lugares físicos o espacios en donde uno o más elementos de la naturaleza permiten realizar actividades turísticas, deportivas, aventura, pero que no han sido alterados por los seres humanos. Se le dará preferencia a aquellos que cuenten con la declaratoria de Área Natural Protegida.	Existencia y tipos
		Existencia de declaratorias
		Singularidad
		Grado de deterioro
		Actividades recreativas existentes
		Desarrollos turísticos en la zona
		Tratamiento ecológico
		Accesibilidad para el turista
Zonas arqueológicas	Un lugar en donde hay restos materiales, que son vestigios de ocupación prehispánica. Pueden ser: cementerios, templos, edificaciones aisladas, pinturas rupestres, palacios, entre otros.	Existencia y tipos
		Singularidad
		Grado de deterioro y/o contaminación
		Recorridos turísticos por la zona
		Accesibilidad para el turista
		Declaratorias
Sitios históricos	Espacios donde se localizan testimonios de sucesos históricos, edificaciones, placas conmemorativas. Monumentos, museos, documentos y cualquier otro vestigio histórico.	Existencia y tipos
		Grado de deterioro
		Declaratorias
		Accesibilidad para el turista
		Recorridos turísticos en el sitio
		Singularidad
Gastronomía	Se refiere a la relación entre cultura y cocina típica, e infiere cuando es un atractivo para visitantes que gustan del buen comer.	Existencia de platos típicos
		Accesibilidad para el turista
Manifestaciones culturales	Expresiones que reflejan creencias, costumbres, tradiciones, rituales, entre	Existencia y tipo de manifestación

	otros. Por la manera en que se presentan: ferias, festividades, carnavales, etc., provocan movilidad de las personas interesadas en disfrutar de ellas.	Singularidad Apoyo del gobierno estatal Artesanías elaboradas en el municipio
Cercanía con destinos turísticos	La ubicación geográfica es un factor determinante en la atracción turística, sobre todo por los accesos con los que cuenta para que el turismo llegue. Si el municipio no cuenta con infraestructura turística como hospedaje, pero está cerca de un sitio turístico, resulta también atractivo.	Tipo de camino que lo unen Distancia entre el municipio y el destino

Nota: Elaboración propia a partir de Velasco (2011)

Por otro lado, se encuentra la variable de servicios turísticos, la cual se analiza en la tabla 10.

Tabla 10.

Conceptos, elementos y reactivos del parámetro de servicios turísticos.

Concepto	Elementos	Reactivo
		Número de hoteles en el municipio
		Clase de hoteles por estrellas
		Estado en el que se encuentran
		Número de cuartos existentes
		Servicios existentes
		Número de personal en cada establecimiento
		Número de alojamientos alternativos
Establecimientos y servicios de hospedaje	Prestadores de servicios de alojamiento debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Número de establecimientos de Alimentos y Bebidas

Establecimientos y servicios de alimentación	debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Servicios existentes
		Condición de los establecimientos
		Establecimientos utilizados por operación
		Tipos de establecimientos de Alimentos y bebidas
		Número de personal en los establecimientos
Establecimientos comerciales	Prestadores de establecimientos comerciales debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Existencia de parador gastronómico
		Tipo de cadenas comerciales existentes
		Supermercados
		Tiendas de conveniencia
		Plazas comerciales
		Tiendas departamentales
		Pasajes comerciales
Servicios de transportación	Prestadores de servicios de transportación debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Puestos de artesanías
		Tipo de líneas de transportes existentes
Servicio de capacitación turística	Prestadores de servicios de capacitación y/o profesionalización en turismo debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Tipo de acceso a los destinos
		Grado de estudio en el ramo de la empleomanía
		Capacitación de los cuadros de servicios
Prestación de servicios		Tipo de capacitación y profesionalización
		Acogida de un evento

	Prestadores de servicios complementarios debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Venta de recorridos turísticos
		Renta de automóviles
		Venta/renta de equipo recreativo
Servicios de información y guía de turistas	Prestadores de servicios de interpretación turística debidamente registrados, clasificados y categorizados en el sitio.	Existencia de módulos de información turística
		Existencia de material turístico informativo
		Existencia de guías de turismo
Distintivo H (manejo higiénico)	Prestadores de servicios de certificación relacionados con la actividad turística en el lugar.	Existencia de distintivos
		Cantidad
		Tiempo de certificación
Distintivo M (programa de calidad)	Empresas certificadoras con operación en el territorio.	Existencia de distintivos

Nota: Elaboración propia a partir de Velasco (2011)

En lo que respecta al parámetro denominado “infraestructura”, se incluyen servicios básicos, conectividad y accesibilidad, seguridad, salud, diversión y recreación, como se observa a continuación en la tabla 11.

Tabla 11.

Conceptos, elementos y reactivos del parámetro de infraestructura.

Concepto	Elementos	Reactivos
Servicios públicos	Compendio de servicios de: electricidad, agua potable, alcantarillado, transporte público, etc.	Porcentaje de usuarios con energía eléctrica
		Cercanía con plantas generadoras de energía

		Porcentaje de viviendas con agua potable
		Existencia de plantas de tratamiento
		Porcentaje de aguas negras tratadas
Vías de comunicación	Conjunto o red de carreteras federales, estatales, calles, etc., y su respectiva clasificación.	Tipo de vías en el municipio
		Estado de las vías de comunicación
Centros de salud	Prestadores de servicios de salud, tales como: hospitales, clínicas, farmacias, etc.	Tipo de hospitales y categoría
		Existencia de medicina tradicional
Conectividad y terminales de transporte	Servicios de transportación aérea, terrestre y acuática.	Aérea y acuática
		Existencia y tipo de terminales en el municipio
Centros recreativos familiares	Espacios públicos para el uso recreativo de la población local y visitantes.	Balnearios
		Parques
		Museos
Centros de diversión	Centros de diversión y esparcimiento utilizados por la localidad y los visitantes.	Centros nocturnos
		Establecimientos de apuesta
		Horario de cierre de centros nocturnos
		Teatro
Seguridad pública	Servicio público de seguridad brindado por diversos organismos cuya centralización se encuentra a cargo del sector público.	Disponibilidad de cuerpos especiales de turismo
		Cuerpo policiaco que opera en el municipio
		Disponibilidad de policías federales

Gasolineras y talleres mecánicos	Servicios de asistencia al visitante en el territorio.	Existencia de subcentros de control, comando y cómputo
		Número de gasolineras
		Número de talleres mecánicos

Nota: Elaboración propia a partir de Velasco (2011)

Por último, se establece como elemento de análisis a la gestión integral del destino en el cual se va a aplicar la herramienta, desglosado en la tabla 12.

Tabla 12.

Conceptos y reactivos de la variable superestructura.

Concepto	Elementos	Reactivos
Dirección de turismo municipal/consejo de turismo	Conjunto de representantes del sector público encargado de fortalecer y promover el desarrollo turístico de la zona.	Existencia de la infraestructura pública para el turismo
		Participación en la organización de convenciones, exposiciones, foros, etc.
		Existencia de regidor del área
		Existencia del consejo municipal
		Existencia de módulos de información
		Integrados al consejo regional de turismo
		Apoyo a eventos turísticos
Vínculos técnicos y operativos	Relacionalidad de los representantes del sector público para el desarrollo de un trabajo integrado y mancomunado.	Apoyo para la realización de encuestas
		Cursos de capacitación para la operación
		Convenios signados con las federaciones
		Convenios tripartitos asignado
Asociación de hoteles y cámara	Presencia de agremiaciones privadas que coadyuven con el desarrollo de la actividad turística.	Porcentaje de aportación al hospedaje
		Existencia de organizaciones sindicales y empresariales
		Existencia de asociación de hoteles en la zona

Cámaras empresariales	Existencia de cámaras empresariales
Publicidad del destino	Conjunto de acciones específicas de marketing, investigación de mercados y publicidad relacionada con el destino. Tipo de publicidad en el municipio Relación con el organismo de promoción
Organizaciones sociales de prestadores de servicios	Relaciones externas con los representantes de la actividad turística, tanto directo como indirecto. Existencia en el municipio Grado de incidencia en las políticas del municipio

Nota: Elaboración propia a partir de Velasco (2011)

Cada uno de los reactivos se valoran en una escala de Likert que va desde la inexistencia o deficiencia, que representa al número 1 a la existencia y/o eficiencia representado por el número 10; cada uno de los parámetros y sus reactivos son valorizados dentro de dicha escala y después, se promedian de forma diferenciada, otorgando dicho valor porcentual con base en la utilización de coeficientes, los cuales provienen del análisis del cuerpo legal que regula la actividad de cada concepto. Al sumarse dichos resultados se obtienen los valores de las variables, considerando los valores máximos que tiene cada una, de la siguiente manera:

- Parámetro de atracción turística: Con un peso porcentual correspondiente al 35%,
- Parámetro de servicios turísticos: Con un peso porcentual correspondiente al 25%,
- Parámetro de infraestructura: Con un peso porcentual correspondiente al 25%, y
- Parámetro de superestructura: Con un peso porcentual correspondiente al 15%,

Esta propuesta metodología, al ser la primera aproximación generó lineamientos que serían abordados por las propuestas subsecuentes, pero la aplicación práctica del mismo demuestra errores técnicos en la aplicación de los pesos porcentuales por cada componente, poniendo mayor empeño en el contexto turístico del sitio y minimizando la actuación de la gestión pública requerida para un desarrollo eficiente. Además, en las escalas valorativas no fueron claras para

poder aplicar cada uno de los reactivos en las zonas de estudio, lo que demostró un sesgo en los resultados generados, perpetuando de forma inconsciente el discurso político sobre la aplicación de la herramienta. Finalmente, la valoración demostró ser subjetiva, ya que las evidencias de levantamiento, análisis y tratamiento de la información de los reactivos manejaron un abordaje superficial, dejando de lado la aplicación combinada de herramientas técnicas de planificación turística que permita potencializar los beneficios obtenidos y esperados.

b) Método de evaluación de vocación turística de un destino.

Éste trabajo fue realizado por Gómez et al. (2014). Propone un esquema que permita evaluar la vocación turística de diferentes territorios. La metodología utilizada se fundamentó en investigación de campo en la cual se empleó un procedimiento de muestreo no probabilístico, de conveniencia, aplicando 442 cuestionarios a residentes de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y, por otra parte, 400 cuestionarios más se aplicaron a turistas reales en la ciudad.

El instrumento de investigación se diseñó de manera conjunta, con la participación de integrantes de los equipos de las diversas instituciones que participaron en el proyecto; antes de aplicar el cuestionario en forma definitiva, se manejaron 70 cuestionarios de prueba, 35 de cada modalidad, para asegurar la validez de su diseño; después de esta aplicación de prueba, se procedió a retroalimentar los instrumentos. Los datos recopilados mediante la aplicación de los instrumentos se capturaron en una base de datos y se procedió a su análisis estadístico.

Entre las principales aportaciones y actividades realizadas en el estudio se encuentran las establecidas en la tabla 13.

Tabla 13.

Método de evaluación de la vocación turística de un destino.

Fases	Logros	Actividades
Visita de campo	Identificar la localidad o el ámbito local para conocer lo más importante del destino.	- Observar la perspectiva del turista - Recolectar información sobre recursos, atractivos, productos y servicios.

		- Charlar con habitantes y proveedores de servicios. - Consumir servicios turísticos y otros servicios.
Delimitar geográficamente el ámbito	Definir el ámbito local o territorio de estudio.	- Delimitar en un mapa (digital) los atractivos más importantes y las zonas de influencia.
Identificar a los actores	Identificar a los actores que tienen representatividad en el ámbito local.	- Revisar leyes de los gobiernos locales y nacionales. - Identificar e interactuar con stakeholders.
Identificar preliminarmente las condiciones del mercado turístico	Tener una primera aproximación de las condiciones del mercado turístico, desde el punto de vista de la oferta y demanda.	- Identificar la oferta turística. - Identificar las características de los turistas. - Identificar la demanda turística.
Caracterizar la vocación turística del destino	Desarrollar la primera aproximación de la vocación turística del destino: el atractivo natural, el sentimiento que transmite, los elementos del destino que motivan a realizar actividades en el lugar.	- Definir la vocación turística del territorio a través de un análisis estadístico que evidencia los resultados obtenidos en las fases anteriores.

Nota: Elaboración propia a partir de Gómez et al. (2014)

Los resultados arrojados de la metodología propuesta demostraron un sesgo estadístico en el levantamiento de la información, mismo que repercutió en la asignación de la vocación turística a los sitios en los cuáles se aplicó la herramienta. Adicionalmente el trabajo de manejo y tratamiento de la información obtenida presentó críticas de los expertos en el área estadística, ya que su abordaje fue limitado y las corroboraciones de estadística inferencial requeridas para la tipología de estudio planteada no corresponden a los parámetros generalmente aceptados.

Si bien es cierto que la herramienta presentó problemas metodológicos, la aportación teórico-empírica del trabajo es relevante, ya que es el primer trabajo que generó un marco referencial de la teoría relacionada con la temática de vocación turística. Además se resaltaron las primeras diferenciaciones conceptuales del constructo con relación al potencial turístico, estableciendo que, 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 (Gómez et al., 2014).

Adicionalmente, cabe señalar que no basta con disponer de recursos turísticos para alcanzar un aprovechamiento turístico eficiente en una región determinada, sino que el liderazgo de los organismos gubernamentales y empresariales resulta esencial. Y no sólo por parte de los organismos del turismo, sino también por las dependencias y organizaciones de fomento económico en general, al igual que las de planeación, educación, seguridad y de gobierno local, por mencionar algunas. No es apropiado dejar recaer toda la responsabilidad en las dependencias de fomento al turismo, pues la actividad turística es multidisciplinaria y transversal, involucra a numerosos agentes económicos de muy diversas categorías.

En este contexto, es importante destacar el papel que juegan las clases dirigentes en la conducción de los esfuerzos productivos de la población, moldeando sus inclinaciones y su disposición para optimizar el aprovechamiento de los diversos recursos naturales, económicos y culturales de cada región, entre los cuales los recursos turísticos pueden presentar un importante potencial de desarrollo (Gómez et al., 2014).

Entre las herramientas que pueden emplearse para promover un desarrollo turístico integral se encuentran los planes maestros de desarrollo turístico de largo plazo, elaborados en forma multidisciplinaria y participativa, pero recalcando la importancia de contar con profesionales con conocimientos técnicos que fortalezcan los esfuerzos de planificación turística territorial, evitando así el sesgo por posturas políticas o la pseudo experiencia del planificador, que fundamenta su accionar en una idealización de la actividad más que una realidad.

c) Metodología para determinar la vocación turística del territorio urbano.

La metodología propuesta por López et al. (2017) es considerada la base de análisis metodológico para los estudios de vocación turística, ya que propone la medición de dicho

elemento a partir de 18 criterios agrupados en dos variables: Capacidad y Aptitud. La validación se efectuó en dos ciudades colombianas: Bogotá y Medellín. Los resultados obtenidos por el estudio permitieron 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 posteriores.

La pregunta principal de investigación para el desarrollo de la metodología fue: ¿la presencia de atractivos y recursos turísticos en un territorio es suficiente para determinar una zona con vocación para el turismo?; para lo cual se pudo determinar que el tomar en cuenta solamente dicho elemento limita la concepción de la vocación turística territorial, por lo que se establece el análisis del espacio turístico y las funciones principales de las ciudades o centros urbanos, tomando como elementos claves a:

- **Función Turística:** Entendida como la vocación que tienen determinados espacios para la recepción y realización de actividades turísticas.
- **Aptitud Territorial:** Corresponde 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.
- **Capacidad Territorial:** Se refiere a las condiciones que ofrece el contexto social, económico, político para el desarrollo de un uso en particular, así como la habilidad que tienen quienes usan la zona para aprovechar esa aptitud.

En la tabla 14, se describen los elementos identificativos de cada componente, iniciando con el de aptitud territorial.

Tabla 14.

Factores y criterios de la variable aptitud territorial.

Factores	Criterios	Definición
Recursos turísticos	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.
Infraestructura	Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	Sistemas integrales que facilitan la movilidad tipo metro, buses articulados y alimentadores.
	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-gratuita.
	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.
Equipamiento e instalaciones turísticas	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.
	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 cómodamente. automóviles

Nota: Elaboración propia a partir de López et al. (2017)

Por otro lado, la variable capacidad está conformada por los criterios y definiciones establecidos en la tabla 15.

Tabla 15.

Factores y criterios de la variable capacidad territorial.

Criterios	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	Se refiere al uso turístico actual que presenta la zona.
Publicidad y promoción	Acciones de publicidad y promoción del destino o sitio.
Accesibilidad a través del sistema integrado de transporte	Se refiere a la inclusión de la zona en la oferta turística de la ciudad como parte de los recorridos que ofrecen las agencias operadoras.

Nota: Elaboración propia a partir de (López et al., 2017)

Los factores de cada variable tienen asignado un porcentaje que suman 100% y la medición se realiza de forma cuantitativa en una escala de 0 a 2 que expresan la disponibilidad o carencia de cada uno de los elementos evaluados.

- Cero (0) significa la ausencia de componentes de la oferta turística o de la demanda de servicios turísticos,
- Uno (1) confirma la existencia de los componentes de la oferta y/o demanda, pero con fuertes limitaciones, y
- Dos (2) cuentan con los componentes de la oferta y/o demanda en condiciones aceptables para el aprovechamiento turístico actual.

Finalmente, para establecer el peso porcentual de cada uno de los factores y/o criterios, los autores realizaron una socialización con expertos en el área de planificación de espacios turísticos urbanos, a través de grupos focales, obteniendo como resultado la ponderación establecida en la tabla 16.

Tabla 16.

Ponderación porcentual de los criterio de análisis de las variables.

Aptitud territorial		
Factores	Porcentaje	Valoración de cada criterio
Recursos turísticos (r)	40%	0-2
Infraestructura (e)	30%	0-2
Equipamiento e instalaciones turísticas (ei)	30%	0-2
Capacidad		
Factores	Porcentaje	Valoración de cada criterio
Capacidad de atención (ca)	20%	0-2
Grado de planificación turística (p)	20%	0-2
Afluencia turística actual (a)	20%	0-2
Publicidad y promoción (pp)	20%	0-2
Importancia turística actual (it)	20%	0-2

Nota: Elaboración propia a partir de López et al. (2017)

Según los autores, luego de la valoración entre el 0 y el 2 a los criterios pertenecientes a cada factor de cada variable se deben promediar los valores de los factores y dicho resultado es ponderado de acuerdo con el porcentaje asignado a cada uno de la siguiente manera:

- ✓ Proceso de ponderación porcentual de la variable “aptitud territorial”:

$$At = f(r) * 40\% + f(i) * 30\% + f(ei) * 30\%$$

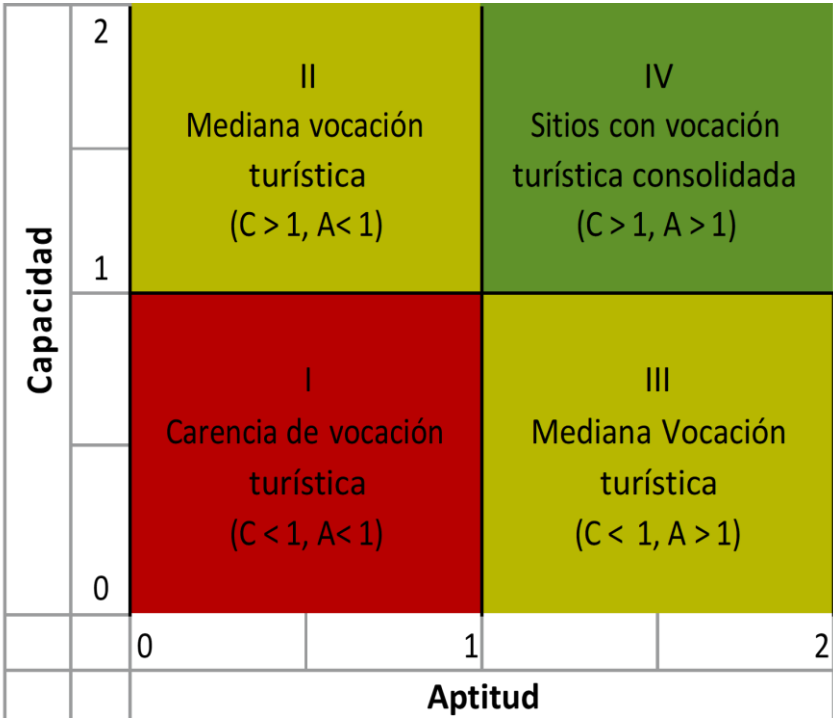
- ✓ Proceso de ponderación para la variable “capacidad territorial”:

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

Luego de realizar dichas ponderaciones se procede a elaborar una gráfica de coordenadas cartesianas que divide a su espectro de valoración o escala (de 0 a 2), colocando en el eje de las

abscisas al resultado general de la aptitud territorial y en el eje de las ordenadas al resultado general de la capacidad territorial; generando las opciones visibles en la figura 9.

Figura 9.
Gráfica de la vocación turística del territorio.



Nota: Recuperado de López et al. (2017)

Los resultados identificados en la aplicación de la metodología del modelo presentado nacen de la necesidad que presenta el 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 correcto.

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.

La metodología ha sido replicada en contextos latinoamericanos diferentes al colombiano, principalmente en Panamá y Ecuador. Adicionalmente los ámbitos de aplicación de esta han variado, pasando de aplicarse solamente en territorios urbanos, a ser aplicados en espacios

rurales, naturales y litorales, generando resultados importantes para la toma de decisiones estratégicas.

Pero si se debe hacer una crítica a la metodología sería en el abordaje de los criterios, ya que se dejan de lado elementos básicos de la oferta turística como tal y los criterios para la variable “capacidad territorial” llegan a caer en la generalización, lo que impide la asignación correcta de la valoración asignada.

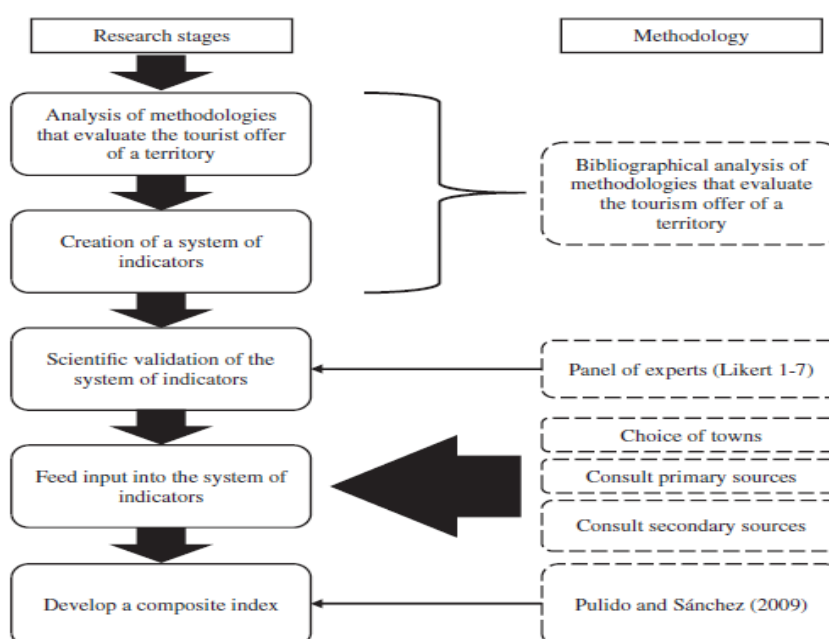
d) Índice global de vocación turística

El índice propuesto por Casado-Montilla & Pulido-Fernández (2021) pretenden validar un sistema de indicadores que alimentar un índice compuesto capaz de evaluar la oferta turística de un territorio y, por tanto, determinando su nivel de vocación turística.

La fundamentación teórica para el desarrollo de la metodología se fundamenta en las metodologías revisadas en los puntos anteriores combinándola con la asesoría y trabajo conjunto con profesionales en el área de planificación y gestión de espacios turísticos para la validación de los indicadores que dan paso al índice global de vocación turística tomando como sitio de estudio a Andalucía en España.

Figura 10.

Estructura metodológica del índice global de vocación turística.



Nota: Recuperado de Casado-Montilla & Pulido-Fernández, (2021)

El índice utilizado para este análisis fue propuesto por primera vez por Pulido-Fernández y Sánchez-Rivero (2009), al diseñar el ST Index, un índice compuesto para medir la sostenibilidad del turismo. Este índice normaliza diferentes tipos de elementos y los hace comparables. Para los propósitos de la investigación realizada aquí, el índice es calculado sobre la base de 33 ítems o indicadores, que se agrupan en cuatro dimensiones: atracciones turísticas, servicios e infraestructuras turísticas, servicios e infraestructuras auxiliares y gestión pública de actividad turística. Cada uno de los indicadores propuestos para la evaluación de su dimensión correspondiente tiene un instrumento de cálculo y una interpretación en cada caso.

Los indicadores y dimensiones respectivas se detallan en la tabla 17 continuación.

Tabla 17.

Dimensiones e indicadores del índice global de vocación turística.

Atractivos turísticos	Servicios turísticos e infraestructura	Servicios e infraestructuras de apoyo	Gestión pública
• Número de áreas protegidas. • Número de km accesibles a playas. • Número de espacios patrimoniales de interés cultural/arquitectónico. • Número de bienes de interés cultural visitables u otras figuras de protección patrimonial similar. • Número de sitios arqueológicos visitables. • Número de museos.	• Número de plazas en hoteles y departamento-hoteles • Número en departamentos, hoteles, B&B's • Número de plazas en casas de campo y campamentos. • Número de plazas en Airbnb. • Número de puntos de acceso a transportes de pasajeros.	• Número de cajeros automáticos. • Número de farmacias. • Número de centros de salud. • Número de puntos de purificación y distribución de agua. • Número de establecimientos que	• Número de organizaciones de gestión de destinos. • Agencias públicas de gestión del turismo local. • Disponibilidad de un sitio web de información turística oficial. • Información turística

• Número de festivales musicales y de cine, eventos recreativos y de deportes. • Número de festividades y eventos culturales y religiosos. • Número de centros de interpretación. • Número de denominaciones de origen protegidas, indicadores geográficos. • Número de teatros, cines y lugares permanentes para conciertos.	• Número de establecimientos cercanos a aeropuertos. • Número de puntos de acceso en vías de primer orden. • Número de agencias de viajes receptoras operando. • Número de oficinas de turismo. • Número de puntos de información turística. • Existencia de señalética turística. • Número de sillas en restaurantes. • Número de bares	venden bienes de consumo.	- oficial impresa. • Número de ferias comerciales y espectáculos.

Nota: Elaboración propia, a partir de Casado-Montilla & Pulido-Fernández (2021)

Según los autores, se requiere de una secuencia de pasos cuantitativos que permitan obtener una identificación valorativa que permita normalizar los indicadores y reducir el impacto subjetivo de las variables cualitativas dentro del análisis. Para ello han planteado una serie de ecuaciones que deben ser seguidas de manera sistemática. A continuación, se describe el mismo:

- ✓ Primer paso para calcular el índice global de vocación turística es normalizar el valor de los indicadores a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Ecuación 1. Fórmula para normalizar el valor de los indicadores} = Y_{ij} = \frac{X_{ij} - \min_i X_{ij}}{\max_i X_{ij} - \min_i X_{ij}}$$

En esta expresión, X_{ij} es el valor no normalizado del indicador j de una municipalidad i mientras Y_{ij} es el normalizado, al municipio se le puede dar un valor entre 0 y 1, este último representa la vocación turística más alta.

Cuando se han normalizado todos los indicadores, se calcula el índice compuesto de las dimensiones que utiliza el componente nk donde k puede tomar los valores 1,2,3 4 debido a la cantidad de dimensiones, cada una de ellas tendrá una carga específica obtenida de la correlación entre cada indicador normalizado.

- ✓ Extraer el primer factor mediante un análisis factorial a través de la siguiente ecuación:

$$\text{Ecuación 2. Análisis factorial} = I_k = \alpha_{11} Y_1 + \alpha_{21} Y_2 + \dots + \alpha_{nk} Y_{nk}$$

- ✓ En caso de que más de un factor necesite ser extraído, se utilizará la matriz factorial rotada que utiliza el coeficiente B_{jr} , donde nk puede tomar valores del 1 al 4 y m es el número de factores extraídos, expresados de la siguiente manera:

$$\text{Ecuación 3. Matriz factorial rotada} = G_m = \beta_{1m} Y_1 + \beta_{2m} Y_2 + \dots + \beta_{nm} Y_{nk}$$

- ✓ El índice compuesto final de cada dimensión se construye de la siguiente manera:

$$\text{Ecuación 4. Índice final} = I_k = \omega_1 G_1 + \omega_2 G_2 + \dots + \omega_m G_m$$

$$\text{Dónde: } \omega_i = \frac{\lambda_i^*}{\sum_{i=1}^m \lambda_i^*}, i=1,2,\dots,m$$

- ✓ Luego, se transforma el índice compuesto con la función *Calsamiglia*:

Ecuación 5. Función de Calsamiglia

$$I'_k = \begin{cases} 1 + \frac{s-1}{2} \exp(I_k) & \text{si } I_k < 0 \\ s - \frac{s-1}{2} \exp(-I_k) & \text{si } I_k \geq 0 \end{cases}$$

Dónde: s es 100, para obtener un resultado entre 0 y 100.

- ✓ Finalmente, se realiza un análisis factorial comparativo con los índices calculados previamente por lo que el índice global de vocación turística se representa con esta expresión:

Ecuación 6. Índice global de vocación turística = $I_i = \omega_1 I'_{1i} + \omega_2 I'_{2i} + \omega_3 I'_{3i} + \omega_4 I'_{4i}$

Dónde:

$$\omega_k = \frac{|\beta_k|^\wedge}{\sum_{k=1}^4 |\beta_k|^\wedge}$$

k = 1,2,3,4

El estudio resultó ser concluyente, ya que amplía la variedad de elementos que dan forma a la oferta turística de cualquier territorio, contribuyendo con la medición de la configuración actual de un grupo de territorios para conocer sus fortalezas y debilidades con respecto al desarrollo del turismo.

De acuerdo con las cuatro dimensiones creadas para obtener un índice compuesto (atractivos turísticos, servicios e infraestructuras turísticos, servicios auxiliares e infraestructuras, y finalmente la gestión pública de los actividad), la metodología propuesta aquí proporciona una análisis de los activos disponibles en cualquier territorio para el desarrollo del turismo de forma eficiente y técnica. La única limitación que se le observa a la misma es que su aplicabilidad en un entorno profesional real se vería reducida debido a la exigencia de conocimientos cuantitativos de análisis, que en la realidad de los territorios latinoamericanos limita su aplicabilidad.

Todos los estudios que evalúan cualquier territorio con miras a comprender su atractivo turístico, potencial o vocación turísticos son fundamentados en una caracterización sociocultural previa de dicho territorio, enfocándose en un diagnóstico previo de un lugar para poder contribuir de mejor manera con los procesos de planificación turística, facilitando la implementación de las políticas turísticas y las líneas de desarrollo más adecuados para dicha actividad (García Cuentas, 2014).

CAPÍTULO III.- TURISMO URBANO: APROXIMACIONES TEÓRICAS Y ESTADO DE LA CUESTIÓN.

En el siguiente capítulo se abordarán distintos aspectos relacionados con el turismo urbano y las ciudades como destinos turísticos, pasando desde la identificación de los elementos facilitadores del desarrollo turístico en una ciudad hasta la determinación de su gestión en un entorno urbanizado. Según las Naciones Unidas, en 2018, el 54% de la población mundial vivía en ciudades y, para 2030, se estima que la cuota alcanzará el 60%. Y el turismo constituye un componente central de la economía, la vida social y la geografía de muchas ciudades del mundo y es, por lo tanto, un elemento clave de las políticas de desarrollo urbano (OMT, 2018).

La complejidad del fenómeno turístico en los territorios urbanos presenta elementos característicos interesantes e importantes al momento de investigar, ya que la ciudad como agente receptor de las actividades turísticas se ve afectada, beneficiada e intervenida a la vez. Esta combinación de elementos es percibida por el territorio, la comunidad receptora, los visitantes, el sector privado y las organizaciones encargadas de gestionar los destinos turísticos, con lo cual tratan de determinar la aportación, impactos y dinamización integrativa que se puede presentar en un determinado lugar, por lo que comprender el rol del turismo en entornos urbanos, entender el abordaje, enfoque o características del turismo urbano y el rol de la planificación adecuada de estos lugares permitirá tener una percepción más amplia.

En el primer apartado se aborda a las ciudades desde una perspectiva histórica y contextual, en la cual se analizan constructos teóricos que permitan comprender qué conforma al espacio urbanizado, sus características y dinámicas territoriales. Luego se realiza un análisis del turismo en las ciudades, estableciendo un análisis secuencial de las principales investigaciones y aportaciones relacionadas con el hecho turístico en entornos urbanos, las funciones turísticas que se pueden evidenciar en las ciudades, así como su dinámica a partir de la urbanización de sus espacios.

Después se aborda las ciudades como destinos turísticos, comprendiendo qué es un destino turístico urbano, cuál ha sido la evolución de los espacios, la clasificación brindada por los investigadores e identificando los procesos de gestión relacionados con los destinos. Posteriormente se aborda al turismo urbano desde las perspectivas de investigación,

Vocación turística del territorio: Diseño de una metodología valorativa de la vocación turística en los destinos urbanos. Caso de estudio Ecuador.

definiéndolo y contextualizando su accionar, estableciendo las metodologías utilizadas para su estudio, así como los principales riesgos que se presentan en el desarrollo de dicha actividad.

El último epígrafe se abordan temas relacionados con la gestión de destinos turísticos urbanos, definiendo su accionar territorial, así como los lineamientos establecidos por diversos autores y organizaciones internacionales.

3.1. La ciudad, contextualización histórica y conceptual.

Ciertamente cuando se refiere a una ciudad se habla de un asentamiento complejo de definir, sin embargo, se puntualizan algunos elementos que permiten entender cómo el hombre ha ido transformando el medio natural en un paisaje urbano y cultural. Así mismo se analiza cómo estos núcleos se transforman hasta llegar a ser centros urbanos ricos en patrimonios histórico y cultural que se convierten en importantes recursos que a futuro se ven asociados al turismo, creando una simbiosis entre ciudad y turismo (Troitiño, 1998).

Cuando los grupos humanos dejaron de ser nómadas y pasaron a ser sedentarios, formaron los primeros asentamientos, generando que el hombre busque la forma de organizarse dentro de un espacio físico determinado. Estos primeros asentamientos fueron denominados: aldeas, burgos, pueblos y en los posterior ciudades (Friedmann, 1961). Dichos asentamientos estuvieron estrechamente relacionados con el desarrollo de la agricultura y la sedentarización de las poblaciones humanas.

Los primeros centros poblados fueron el resultado o la consecuencia de un largo proceso de transformación socioeconómica en la antigua Mesopotamia y desplegándose por otros territorios durante los siglos venideros (Martin, 2018). Existen diversas teorías que han intentado explicar las razones y los procesos que provocaron que algunas pequeñas aldeas neolíticas acabasen transformándose en núcleos de población urbanos.

De acuerdo con lo establecido por el Diccionario de la Lengua Española, el término ciudad proviene del latín *civitas*, *-ātis* y es concebido como el conjunto de edificios y calles, regidos por un ayuntamiento, cuya población densa y numerosa se dedica por lo común a actividades no agrícolas (RAE, 2023). Aunque existen posturas de autores que sostienen que dicho término no es ambiguo, ya que en las urbes se diferencian formas de vida urbana, emergiendo de esta manera diferentes denominaciones para las ciudades, utilizando al término en griego *poli* para referenciar a la sede, morada o lugar (Cacsiari, 2010).

Existe posturas en la misma línea argumental, relacionadas con la concepción de ciudad, de acuerdo con Ramoneda (2011) manifiesta que el término ciudad tiene nociones latinas y griegas (*civitas* y *polis*) las mismas que se llegan a considerar equivalentes por el humanismo tradicional. Con ello la ciudad se ha entendido como la forma política e institucional de una realidad urbana.

Existe una divergencia ampliada sobre la definición o conceptualización del término ciudad y que sea válida en cualquier lugar del mundo o aplicable en cualquier momento de la historia. Es mucho más habitual que se proponga el concepto de ciudad para un contexto determinado. Así, se habla de la ciudad "antigua", de la "ciudad medieval", de la "ciudad moderna" y de la "ciudad postmoderna". Con ello se especifica una forma concreta de ciudad, una ciudad con adjetivos que acaba resultando una descripción de un determinado tipo de ciudades en momentos y contextos históricos concretos (Castro et al., 2003).

Históricamente hablando, las ciudades y su origen se encuentra relacionado con la aparición de otras instituciones como el estado, la división del poblamiento entre la ciudad y el campo que constituía una de las características de civilización, la propiedad privada, las clases sociales, jerarquías de poder, etc. Estos fueron algunos de los componentes que daban paso a la conformación de una civilización que se desarrollaba en una ciudad (Engels, 1891). Dando paso al entendimiento de la ciudadanía, la civilización y el estado como sinónimos.

Otra aproximación para comprender al término de ciudad viene dada por Capel (2019) el cual recalca lo urbano, considerando que el mismo conlleva una dificultad intrínseca para su definición. Se toma en consideración lo establecido por los romanos con la expresión *urbs*, a los espacios construidos y constituidos por calles, edificios, con una densidad de equipamiento considerable y una variedad de infraestructuras que favorecen el desarrollo de las sociedades, con características morfológicas que lo ayudan a reconocerse cómo urbanas.

Se puede referenciar la historia de las ciudades por la época en la que estas se erigieron, partiendo por las primeras civilizaciones o conocidas como ciudades antiguas (400 A.C.), las cuáles variaban mucho en su diseño y estructura, presentando un diseño irregular, generalmente organizadas en patrones de cuadrícula rodeada de murallas defensivas de protección. A menudo tenían áreas centrales en dónde se ubicaban los principales poderes sociales, rescatando los espacios públicos, mercados, zonas de comercio y las viviendas (Rogers y Gumuchdjian, 2000).

En lo que respecta a las ciudades en la edad medieval, los monasterios y castillos dejaron de ser el centro de la vida social, cultural, religiosa y económica, dando paso a que las ciudades se conviertan en grandes estructuras con una gran diversidad de paisajes urbanos (Weber, 1987). En la Edad Media se desarrollan proyectos de carácter arquitectónico asociados con los imperios y la relación iglesia-estado, dando paso a construcciones características de la época en

la que la relación entre la filosofía y teología se reflejaban en los entornos denominados ciudades (Busquets, 2004).

La ciudad se convierte en una sociedad institucionalizada, autónoma que no dependía de la jurisdicción patriarcal, convirtiéndose en centros de actividades e iniciativas de tipo comercial industrial, culturales y financieras, principalmente en Europa (Benevolo, 1993). Generando con ello una complejidad en la organización de las ciudades, debido a que se impuso una estricta organización del espacio urbano disponible dando paso a los municipios que hasta la fecha se encuentran funcionando, que tienen como objetivo la administración de dichos lugares (Bellet y Llop, 2004).

Una vez consolidadas las fases primarias del desarrollo de los centros poblados, Bernal Casasola et al. (2011) mencionan que a lo largo de la historia el progreso de las civilizaciones discurre de manera paralela a los momentos de mayor actividad industrial y comercial. En Europa a partir del siglo XIII las ciudades adquieren importancia y sus habitantes se dedicaban en su mayoría a la artesanía y el comercio.

Por otra parte, en el siglo XIX se comienza a definir a las ciudades como un asentamiento caracterizado por la industrialización de la economía. Bajo estos preceptos la ciudad es mucho más compleja de lo que se describe. Debido a que no solo puede ser definida desde la perspectiva económica, sino como un espacio donde sus habitantes generan artes y ciencia en sus diferentes expresiones, a más de ser un lugar de concentración demográfica (Galán Jiménez, 2002).

Childe (1950), quien analizó la revolución de las urbes y coincide con la diferenciación que se hace entre los pueblos y las ciudades, manifestó la dificultad a la hora de plantear una definición del término ciudad. Estableciendo que las ciudades debían contar con valores de carácter humano como: extensión de la superficie y densidad de la población, así como el acoger una diversidad de grupos sociales que estén organizados para el desarrollo de diferentes actividades, ya sea de orden civil, religioso y político. Además, tener un sistema económico de aportes mediante tributos que permitan mantener a la población y generar economía.

Durante la década de los 60, autores como Lefebvre (1967) expresan nuevas ideologías relacionadas con el derecho de los habitantes urbanos a construir, decidir, y crear la ciudad, y

hacer de esta un espacio privilegiado de lucha anticapitalista. Estas ideologías surgen para reivindicar la posibilidad de que los residentes volvieran a ser dueños de la ciudad. Muchas ciudades fueron tomadas por los intereses del capital y poco a poco dejaron de pertenecer a la gente; por lo tanto, Lefebvre aboga por instaurar la posibilidad del buen vivir para todos, y hacer que la ciudad sea el escenario propicio para la construcción de vida colectiva (Mathivet, 2010).

Teniendo en cuenta las diferentes etapas por las que han pasado las ciudades, a modo de sinopsis se acota que, la famosa revolución urbana es el resultado de un conjunto de transformaciones sufridas por la sociedad contemporánea y que han marcado un inicio con problemas debido al crecimiento e industrialización. Sin embargo, luego de partir de una etapa de ciudad política, a una ciudad comercial y para desencadenarse en una ciudad industrial hasta siglos posteriores contar con una concentración urbana. La misma que es fruto de un éxodo rural causando una subordinación completa de lo agrario a lo urbano (Lefebvre, 1972).

Las ciudades en la edad moderna y contemporánea responde a un tipo de asentamiento urbano que se caracteriza por una serie de rasgos que han evolucionado a lo largo de los últimos siglos, caracterizado por un desarrollo vertical notable, con procesos de planificación urbana y zonificación formalizadas, con una infraestructura de servicios y de apoyo avanzadas, con una diversidad y multiculturalidad clara y una economía diversificada fundamentada en el desarrollo sostenible e innovación tecnológica (Brito, 2003).

De acuerdo con Michel (2005) la urbanidad de algunas ciudades, ubicadas especialmente en territorios americanos y asiáticos, demostraron una influencia de los principios modernistas del siglo XX, presentando características de desconexión del espacio público y la fragmentación social. A diferencia de lo suscitado en territorio europeo que en el aquel entonces mantenía políticas sociales que permitían integrar a los residentes con el territorio.

Otro elemento que cambió la dinámica de las ciudades fue la globalización, tanto en el aspecto físico como en el social, ya que las transformaciones urbanas fueron diversas dando paso a mega ciudades, modelos de ciudades más complejas o dispersas y la articulación entre lo histórico y las nuevas periferias; creando problemáticas como las fracturas sociales, crisis en la urbanidad, desigualdades en el uso del espacio público e incongruencias políticas que favorezcan a los involucrados o residentes (Hall, 1996).

Gasca & García (2019) establecen que las prácticas de los habitantes dentro de una ciudad son en sí un universo amplio, es decir los contactos interpersonales se dan en función del tamaño de la ciudad, los sistemas de servicios público, entre otros. Generando con ello que los ciudadanos tuvieran la posibilidad de vivir en diferentes lugares de la ciudad, lo cual dependía de sus ingresos, la configuración socioeconómica que resultó inherente a los centros urbanos, dando paso al crecimiento de las ciudades hacia metrópolis a finales del siglo XX.

Otra de las reflexiones tiene relación con la existencia de nuevos procesos de urbanización en los cuales se destaca la multiplicidad de términos utilizados para tratar de caracterizar las nuevas dinámicas territoriales, sociales y económicas que se pueden evidenciar en las ciudades, dando paso a términos como “*ex urbano*” o el “*edge city*”, términos que tratan de definir a las nuevas aglomeraciones que surgen alrededor del tejido urbano donde se expanden barrios residenciales o terrenos baldíos que tienen como principal característica el descentralizar las actividades que se desarrollan en los centros históricos de las ciudades (Garreau, 1992).

En esta misma línea, Michel (2005) establece que los procesos de postmodernidad que afectaron a las ciudades dieron paso a una conflictividad urbana y a cambios sustanciales en las urbes, tales como los componentes productivos, ideologías sociales y políticas, modos de gobernanza de los territorios urbanos. Estos y otros acontecimientos coadyuvaban creando cambios en las ciudades, principalmente a nivel arquitectónico y urbanístico, y plantean interrogantes que llevan a cuestionarse a los ciudadanos el cómo construir su ciudad.

Una ciudadanía viva y una vida urbana vibrante son componentes esenciales de una ciudad con miras al desarrollo con identidad cívica, haciendo de los espacios públicos, escenarios propicios para la cultura urbana, donde se cohesiona la sociedad (Rogers y Gumuchdjian, 2000). Al mismo tiempo las ciudades son una combinación de edades, culturas, actividades, una mezcla interesante de comunidad y anonimato, familiaridad y sorpresa. Posee un sinnúmero de relaciones entre sus habitantes, que dan lugar a una “cultura urbana”, caracterizada por un sistema de valores, comportamientos y actitudes propias del lugar. Contando con un medio físico en el que se desarrolle una mezcla de ámbitos laborales, tiendas y viviendas que componen barrios vivos.

Es importante entonces identificar algunas de las definiciones generadas a lo largo del tiempo sobre el término de ciudad, las cuales se recopilan en la tabla 18.

Tabla 18.

Principales definiciones de ciudad en la literatura académica.

Año	Autor/es	Definición
384 A.C.	Aristóteles	Consideraba la ciudad como un entorno donde las personas pueden alcanzar su máximo potencial y desarrollar la virtud.
427 A.C.	Platón	Una ciudad ideal está basada en la justicia y la armonía, conocida como la " <i>Polis</i> ". Esta era una comunidad autárquica donde cada individuo desempeñaba un rol específico en beneficio del conjunto.
1908	Ritchtofen, V.	Una ciudad es un agrupamiento cuyos medios de existencia normales consisten en la concentración de formas de trabajo que no están consagradas a la agricultura, sino particularmente, al comercio y a la industria.
1918	Spengler, O.	La ciudad representa la evolución histórica del sitio, la historia universal es historia ciudadana.
1921	Weber, M.	La ciudad es una concentración de personas que ocupan un espacio determinado y que están sometidas a una organización común. La ciudad es una estructura material y una estructura social. Es un fenómeno físico y humano al mismo tiempo
1938	Mum, L.	La ciudad es una obra del hombre. La ciudad es un símbolo del poder de la humanidad y de su capacidad para crear. La ciudad es el lugar donde la humanidad crea su mundo.
1938	Wirth, L.	Una ciudad es una aglomeración de habitantes con una organización compleja de funciones sociales, económicas, políticas y culturales, estructuradas en una división del trabajo, en un espacio definido, con intercambios regulares entre el centro y sus periferias.
1945	Sorre, M.	Una aglomeración de hombres más o menos considerable, densa y permanente, con un elevado grado de organización social: generalmente independiente para su alimentación del territorio sobre el cual se desarrolla.
1951	Toschi, U.	La ciudad es un agregado complejo y orgánico de edificios y viviendas, ejecutando una función de centro coordinador para una

		región más o menos vasta, en el cual la población, las construcciones y los espacios libres se desarrollan diferenciados por las funciones y por la forma, coordinación unitaria en función del grupo social localizado.
1960	Lynch, K.	La ciudad es un problema complejo, una red de problemas, que juntos forman un todo, y que son al mismo tiempo causa y efecto del fenómeno urbano.
1962	Terán, M.	Es una agrupación más o menos grande de hombres sobre un espacio relativamente pequeño, que ocupan densamente, que utilizan y organizan para habitar y hacer su vida, de acuerdo con su estructura social, su actividad económica y cultural.
1963	Ross, A.	Las ciudades son organismos que pueden ser controlados y que deberían permanecer casi invariables en su morfología, pues la producción tipológica del tejido puede refuncionalizarse, modificarse tecnológicamente o incluso diversificarse, pero no debería cambiar
1964	Derrau, M.	La ciudad es una aglomeración duradera, por oposición a las aglomeraciones temporales, organizada para la vida colectiva y en la que una parte notable de la población vive de las actividades no agrícolas.
1969	Mitscherlinch, A.	La ciudad está situada entre el paisaje, la naturaleza y una realidad que amamos como si fuese una persona. Es construida por seres humanos, habitada por ellos y se ofrece en esa unidad inseparable de configuración y habitantes.
1971	Osłon, W.	Aglomeración que presenta una diferenciación interna. Cuando todo el mundo hace la misma cosa, no hay más ciudad.
1972	Alber, R., Adam, J & Gloud, P.	Una ciudad es una organización espacial de personas y actividades especializadas, diseñadas para maximizar los intercambios; a nivel local, la ciudad es el menor medio de interrelacionar actividades sociales y económicas para máximo beneficio de todas ellas; a nivel regional, aparecen sistemas de ciudades para organizar intercambio entre lugares distantes y para facilitar, a las áreas

		circundantes de carácter no urbano, los bienes y servicios que necesitan.
1970	Lefebvre, H.	La ciudad es un laboratorio, un campo de pruebas donde la humanidad ensaya sus modos de vida futuros, donde experimenta sus problemas, sus contradicciones, sus insuficiencias, pero también sus éxitos y sus potencialidades.
1977	Bardet, G.	Una ciudad es una obra de arte en la que han cooperado generaciones de habitantes al irse adaptando más o menos a lo que existía antes de ellos. Porque se encuentra en un perpetuo devenir bajo el efecto de la sucesión infinitamente cambiante de los seres que la habitan y la construyen y reconstruyen, la ciudad no se reduce de ningún modo a su plan, a su esquema gráfico, ni al conjunto de vacíos y llenos arquitectónicos que la definen.
1978	Monkhouse, F.	Forma compacta de poblamiento, mayor que una villa, con una comunidad que desarrolla una forma de vía urbana. Muchas desempeñan funciones especializadas, por ejemplo, ciudad mercado, ciudad minera, ciudad puente, ciudad fortaleza, ciudad colonial, ciudad pesquera, ciudad presidio, ciudad ferroviaria, ciudad de veraneo, ciudad portuaria, ciudad balneario, ciudad dormitorio, ciudad amurallada, etc.
1980	Bouillon R.	La ciudad es un ambiente artificial inventado y construido por el hombre cuyo fin práctico es habitar en sociedad.
1980	Bastle, J. & Dezert, B.	La noción de ciudad como espacio organizado, nuclear, bien delimitado, de crecimiento lento, se ha sustituido por el de aglomeración y espacio urbano, a la vez que este espacio se diversifica profundamente, principalmente bajo la forma de una oposición entre la ciudad antigua alrededor de su centro... y su entorno o área suburbana, de crecimiento rápido y continuo, con una antigüedad menor de un siglo.
1991	Sassen, S.	La ciudad es un espacio de interacción y coexistencia de diversos grupos sociales, donde se desarrollan relaciones sociales, económicas y culturales, y se crea una identidad colectiva que define su carácter y dinámica.

1996	Castells, M.	La ciudad es un nodo en una red global de ciudades interconectadas, donde se generan flujos de información, capital y personas, y donde se producen interacciones complejas que moldean la economía y la cultura contemporánea.
2001	Pearlman, J.	La ciudad es un espacio de convergencia cultural, un lugar donde las interacciones entre diversas comunidades étnicas y culturales generan una riqueza cultural única y dinámica.
2002	Florida, R.	La ciudad es un organismo vivo, una red compleja de sistemas interdependientes que incluyen la economía, el transporte, la infraestructura, la cultura y la sociedad, entre otros, que se entrelazan y evolucionan en respuesta a las demandas y desafíos contemporáneos.
2009	O'Sullivan	Área geográfica que contiene un gran número de personas en un área relativamente pequeña.
2011	Glaeser, E.	La ciudad es un entorno dinámico, moldeado por una multiplicidad de fuerzas económicas, políticas, sociales y culturales que interactúan, y que proporciona oportunidades y desafíos únicos para sus habitantes.
2012	Harvey, D.	La ciudad es un campo de batalla, un lugar donde se libran luchas políticas y sociales por el control del espacio y los recursos, donde se manifiestan tensiones y desigualdades que reflejan la estructura de poder de la sociedad.
2016	Ratti, C. & Claudel, M.	La ciudad es un campo de experimentación, un espacio donde las nuevas tecnologías y prácticas urbanas están dando forma a futuros modelos de vida y desarrollo sostenible.
2017	West, G.	La ciudad es un sistema complejo, un ecosistema humano donde se entrelazan las dimensiones social, económica, ambiental y tecnológica, y donde la innovación y la sostenibilidad son fundamentales para su desarrollo futuro.

Nota: Elaboración Propia

Como se puede evidenciar, el concepto ha pasado por varios procesos de adaptación, entendimiento o comprensión por parte de los diversos autores en entornos diversos, por lo que se realiza un análisis cualitativo de las palabras generadas, para establecer una propuesta

En consecuencia, el comportamiento humano debe desarrollarse dentro de un espacio físico, por lo tanto, el reconocimiento de la importancia de la conformación de las urbes, su identidad, expresiones sociales, culturales y las relaciones entre sus miembros son vitales para poder obtener un beneficio mutuo (Batty et al., 2012). Por ello, comprender la actividad y la dinámica de las ciudades desde una perspectiva física permite mejorar su abordaje y comprensión, Netto & Krafta (2001) establecen 3 tipos de lugares que se pueden generar de acuerdo con la interacción de sus involucrados, siendo estos: lugares de consumo, lugares de distribución del movimiento y lugares de trabajo o estudio.

De acuerdo con Alvarado (2017) es importante definir y organizar la estructura espacial del sistema de lugares de actividad, ya que la delimitación correcta de dichos espacios es crucial para estructurar e identificar como es el accionar de los individuos dentro de un sistema social. Entonces, a partir del modelo urbano y la interacción de los individuos en los espacios, la ciudad como estructura de viabilidad y la actividad social pueden representarse como un sistema de lugares de origen y destino (Troitiño, 2014).

El espacio público es fundamental para el desarrollo de una ciudad democrática y justa, es importante que todos los ciudadanos tengan acceso a espacios públicos de calidad que promuevan la integración social y fomenten la convivencia (André, 2002). La dimensionalidad del espacio público fundamenta la democracia política y social, por lo que es necesario que los gobiernos o el sector público y las comunidades trabajen de manera conjunta para abordar el espacio y garantizar la accesibilidad de estos.

La formación de espacios turísticos está relacionada con la industria, debido a que se ha irrumpido dentro de espacios urbanos con actividades relacionadas al turismo, generando una urbanización definitiva del espacio lo cual provoca un impacto en la población mundial. Y ¿Por qué hablamos de industrialización?, debido a que se genera trabajo de manera directa e indirecta. El aumento de rentas y mejoras de infraestructuras e instalaciones para satisfacer las necesidades de los visitantes (Anton, 1998).

3.2. La relación entre el turismo y la ciudad.

Cuando llega el siglo XX, con la puesta en valor de los recursos turísticos, las ciudades desarrollan nuevas actividades productivas que están relacionadas con el ocio y el turismo. Siendo el turismo una actividad que ha influenciado el proceso de producción espacial de las ciudades. Debido a la expansión de la actividad turística a partir de la segunda mitad del siglo XX, se da un desarrollo en muchas localidades donde pasan a existir nuevas dinámicas que son el resultado de la incorporación de actividades de consumo, entretenimiento y turismo (Körössy, et. al., 2014).

El turismo ha contribuido para un proceso de urbanización diferente, contrapuesta a un modelo basado fundamentalmente en la producción. Es decir, ya no se sustenta solamente en el trabajo y la producción “sino en el ocio y el consumo En esto influyen diferentes factores: incremento en el ingreso de los pobladores e inserción de la mujer en el mercado laboral; aumento del tiempo libre y alto grado de cultura de las personas, lo que incentiva desplazamientos de carácter internacional; cambio de actitud frente al trabajo y el ocio; revolución y libre competencia de medios de transporte, agentes de viajes y destinos turísticos (Berg, et al., 1995).

A partir de los años 80 se produjo un cambio considerable tanto en la oferta como en la demanda turística, que induce una fuerte diversificación del turismo (Berg et al., 1995). Esta tendencia se intensifica a partir de los años 90. Mientras que los segmentos tradicionales del turismo, como lo es el turismo de masas asociado al sol y playa, alcanzan la saturación o incluso el declive, a pesar de la expansión de la demanda, se asiste a una expansión muy notable del turismo urbano.

Como parte de las consideraciones generales del turismo urbano Hall, Finsterwalder, y Ram (2015) proponen dos líneas de contribución que describen el “turismo de urbanización” estableciendo al turismo como un elemento que contribuye a la mejora física de los espacios y contribuye a la economía. Siendo el ocio un elemento que impulsa la producción local. A diferencia de la “urbanización turística”, que es exactamente lo contrario, focalizándose solamente en explicar la trayectoria evolutiva de las ciudades.

De otra parte, Antón (1998) menciona que la urbanización turística hace referencia a los procesos por los cuales se han desarrollado áreas urbanas con la finalidad fundamental de vender y consumir servicios y bienes que producen placer a residentes temporales. Es decir, la

principal causa para generar estos espacios dentro de las urbes es propiciar un crecimiento económico.

Además, las ciudades europeas durante esta década comenzaron a tomar una clara conciencia de la importancia del turismo en general y del turismo cultural en particular. Esto es debido a que en su mayoría cuentan con cascos antiguos con riqueza histórica, cultural y arquitectónica, que les permitían a dichas ciudades poner en marcha estrategias que mejoren la calidad de los recursos de orden patrimonial y generen una experiencia turística satisfactoria en los visitantes (Romero, 1994).

Mientras las ciudades se redescubrían culturalmente, también lo hacían turísticamente, siendo las ciudades históricas las que focalizan una buena parte de los flujos turísticos, llevando a los visitantes al disfrute del patrimonio histórico. Las ciudades se han preparado para desempeñar una función turística. Siempre teniendo en cuenta los flujos de visitantes, la planificación urbanística, la protección del patrimonio, accesibilidad, el medio ambiente urbano, la creación de nuevos productos turísticos, etc. (Troitiño, 1998).

De manera que la ciudad es vista como un espacio geográfico que atrae el consumo turístico de negocios y ocio, que va dando lugar a fases sucesivas de acumulación e innovación del lugar que lo acoge. Siendo este espacio urbano donde se superponen estratos de organización y estructuras turísticas, como un destino donde se construye y se comercializa en diferentes épocas del año y donde los productos turísticos cumplen un ciclo de vida (Marchena Gómez, 1995).

Siguiendo con lo expuesto anteriormente, se puede entender la urbanización turística como un proceso de transformación social y producción del espacio urbano en el que las ciudades y centros urbanos se construyen explícitamente para apoyar una economía basada en el turismo. Ello implica desarrollar superestructuras que comprendan hoteles, lugares de entretenimiento, atracciones, bienes raíces orientados a las vacaciones y otras actividades turísticas. Esto difiere radicalmente de lo tradicional, ya que se centra en satisfacer las expectativas del turista a través del consumo (Anton, 2022). En éste sentido Mathivet (2010) establece que la urbanización turística es un hito distintivo de desarrollo urbano con implicaciones claras sobre la geografía, economía, sistema político, vida residencial y entorno construido, generalmente simbólicos y de carácter icónico.

La dinámica de la urbanización turística crea características distintivas en los paisajes urbanos; la sociedad resultante y las estructuras espaciales difieren de las áreas residenciales. Esto es particularmente evidente alrededor de muchos desarrollos turísticos costeros especializados en turismo de sol, playa y mar, así como también en el caso de ciudades que se especializan en sectores con una concentración intensiva de atracciones para los visitantes ubicados en las capital de países y luego se distribuyeron a la mayoría de las ciudades o centros urbanos más importantes de los países (Mullis, 2003).

Para Anton & Wilson (2017) el papel y la importancia de la urbanización turística se ha acelerado desde el comienzo del siglo XXI debido a la intensificación de la economía, la globalización, la desregulación del mercado, la financiarización de las economías, el aumento de los viajes de bajo costo, la omnipresencia de las plataformas digitales y la adopción generalizada del turismo como estrategia de crecimiento económico.

La urbanización turística es el resultado de la creciente proliferación de movilidad relacionada con el ocio y el estilo de vida en el mundo, siendo un medio para acumular capital a través de la producción o aprovechamiento de los espacios y manifestaciones locales vinculadas. Todo proceso de urbanización turística se enmarca por su especificidad geográfica, socioeconómica, condiciones culturales, por las particularidades generadas en los procesos de negociación de poder en la comunidad y por el alcance del liderazgo público o privado en los procesos de planificación, gestión y gobernanza (Anton, 2022).

Existen diferencias significativas en lo que respecta a los regímenes políticos y de planificación donde los procesos de urbanización turística se han desarrollado. Se encuentran lugares que han desarrollado el turismo sin una planificación previamente establecida y otras ciudades cuyos procesos de urbanización turística responden a procesos de planificación previamente establecidos (Bernal Casasola et al., 2011). lugares que han desarrollado el turismo sin una planificación previamente establecida y otras ciudades cuyos procesos de urbanización turística responden a procesos de planificación previamente establecidos (Bernal Casasola et al., 2011). La urbanización turística también puede diferir sustancialmente dependiendo de si han sido desarrollados a partir de la transformación turística de una población preexistente en el lugar o la creación de un asentamiento completamente nuevo. Las investigaciones existentes proporcionan una visión holística de los impactos en lo económico, social y ambiental. Estos pueden diferir dependiendo de una variedad de factores, incluyendo (Gössling & Hall, 2005):

- Las características de la geografía y el sistema urbano en donde los procesos de urbanización turística se desarrollan,
- La multiplicidad, interconexión e interdependencia entre los elementos sociales y técnicos para el desarrollo del turismo,
- La conexión entre el turismo y los espacios urbanos creados, tanto desde la lógica del capital financiero inmobiliario y de la perspectiva de su productividad,
- El rol de los actores sociales involucrados en el desarrollo de la actividad turística (locales y visitantes), y
- La existencia de planificación, gestión y gobernanza en el lugar.

Así también, la importancia de identificar, diagnosticar y analizar los espacios que poseen las ciudades es vital para considerarlas como lugares de interés, debido a que el espacio debe considerarse como un elemento que se consume; por ende, cada sociedad puede producir y aprovechar el mismo (Lefebvre, 1972).

La forma de los espacios turísticos urbanos es el resultado de la interacción entre los diferentes agentes inmersos en la actividad turística: residentes, promotores turísticos, empresarios (Sanchez, 1985). Siendo estos actores los encargados de producir, vender y consumir servicios y bienes que son considerados como ocupaciones de carácter de ocio, que producen placer en los residentes temporales de las ciudades turísticas.

De acuerdo con Romero et al. (2016) la urbanización turística ha propiciado el desarrollo de estructuras urbanas complejas con diversificación paisajes y realidades económicas. En algunos casos, los procesos de urbanización turística han atraído grupos sociales que poseen el tipo de capital creativo que solía residir en zonas tolerantes y tecnológicamente avanzadas, talentosos, abiertos y orientados al estilo de vida ciudades innovadoras. En éste sentido Anton & Wilson (2017) establecen que en los casos en donde existe una variedad económica no relacionada, la capacidad de la urbanización turística para construir lugares ha evolucionado más allá del turismo. Esto ha remodelado el sistema urbano regional y desafió la evolución de los destinos turísticos.

Por lo que el análisis de la urbanización turística ha proporcionado nuevos medios para comprender la competencia entre los lugares a la hora de atraer visitantes, personas, empresas e incluir a la innovación en sus procesos. Es, desde esta perspectiva, que la urbanización

turística puede entenderse, como la etapa en el desarrollo de una ciudad que, teniendo sus orígenes en el ámbito turístico, han logrado mantener actividades y particularidades de su forma urbana, evolucionando con el aumento de la diversidad económica, relacionada y no relacionada con el sector y contextualizándolo con su complejidad social (Dedekorkut-Howes & Bosman, 2015).

La urbanización turística se ha intensificado a nivel mundial y ha presentado nuevos desafíos locales en diversos ámbitos, tales como la exclusión social, las desigualdades, los patrones de movilidad, la crisis ambiental y la emergencia climática (Gössling & Hall, 2005). Enfrentándose a la necesidad de dotar alternativas que integren nuevas y múltiples funciones urbanas, económicas y sociales en términos de competitividad territorial de los lugares, vinculando a la necesidad de proporcionar un entorno adecuado, planificación del desarrollo, políticas públicas, herramientas de gestión y gobernanza que permitan aumentar la resiliencia y la sostenibilidad de las ciudades (Anton, 2022).

Dicho proceso de urbanización turística ha dado paso a que las ciudades generen un mayor enfoque de desarrollo, orientados a convertirse en polos de atracción de visitantes, generando así la relación entre las ciudades y los destinos urbanos. Brito (2003) hace referencia a tres tipos:

1. En primer lugar, están las metrópolis, que corresponden a ciudades de mayor dimensión y visibilidad internacional, donde se sitúan los centros políticos y económicos. Además, de las oficinas más importantes de los equipamientos culturales y deportivos, con mayor número y mayor importancia. Estas metrópolis desempeñan una importante función de integración, articulando los respectivos espacios nacionales, regionales como espacios internacionales (Pearce, 2001);
2. Las ciudades intermedias, dotadas de un patrimonio importante y valioso; muchos de estos centros urbanos desempeñan también una función de intermediación entre los sistemas turísticos locales y la demanda exterior, como punto de apoyo a las visitas en el territorio a su alrededor, en particular rural;
3. Por último, los pequeños centros turísticos fuertemente especializados, las ciudades históricas de pequeño porte y muy turísticas, con una demanda esencialmente basada en caminatas, en cuya área de influencia se sitúan turistas nacionales y turistas extranjeros en ella alojado, que integran un circuito de turismo.

Las ciudades turísticas en la actualidad se miran tanto en el presente y futuro, como ciudades con un paisaje que se ve fracturado en ciertos enclaves. Se puede notar que las nuevas ciudades se caracterizan por ciertos niveles de manipulación, debido a que corren el riesgo de transformarse en parques temáticos. Desde años atrás investigadores como es el caso de Harvey (1990) manifiestan esta preocupación, ya que consideran que las ciudades están siendo transformadas en copias unas de otras, obteniendo como resultado enclaves que representan auténticos parques temáticos dirigidos a foráneos que las visitan.

Nacional (1989), destaca tres singularidades de las ciudades turísticas:

- I. Tienen enormemente atenuada la movilidad trabajo-residencia a consecuencia del predominio de las actividades de ocio y del carácter de la estructura urbano-turística.;
- II. Pierde interés la lógica de la centralidad y ganan interés otros elementos como las perspectivas sobre el mar o el paisaje;
- III. El hábitat, de ocupación no permanente, incorpora otras dimensiones que ponen de manifiesto la función del ocio y pierden significado algunos equipamientos característicos de la vida urbana convencional (docentes, culturales, etc.) en beneficio de otros (deportivos, recreativos y sanitarios).

Si nos remontamos a la historia, con el surgimiento de un turismo importante en la segunda mitad del siglo XIX, las ciudades empiezan a transformarse en destinos de visita. Anteriormente, el Gran Tour de los siglos XV al XVIII popularizó ciudades clave como París, Florencia, Génova y Roma entre otras (Judd, 2003). Luego de la guerra civil de Estados Unidos, el público europeo accedió a realizar travesías como la denominada “gran tour americano” que se caracterizó por visitar lugares de encanto natural y pintoresco, donde se observaba la cotidianidad de la cultura americana (Withey, 1997). En estos años Thomas Cook empezó a ofrecer paquetes turísticos a ciudades europeas, que incluían sitios históricos y culturales, así como servicios de asistencia y alojamiento, permitiendo que la empresa creciera rápidamente (Urry, 1990).

Ya mucho más recientemente, las ciudades han evolucionado de tal manera que presentan una oferta cultural y en algunos casos natural muy variada, que tiene una mezcla postmoderna de la cultura pública y comercial (Richards, 2014), siendo una plataforma para la regeneración urbana y brindando alternativas de desarrollo. Se ha convertido el turismo en una parte

fundamental de la vida cotidiana (Urry, 2002), implicando que los mismos ciudadanos se transforman en turistas los momentos que consumimos productos que se encuentran en zonas lejanas de nuestra vida cotidiana.

De acuerdo con Balslev & Velázquez (2010) una de las características económicas del turismo, se relaciona con el desplazamiento necesario que deben realizar las personas hacia los lugares que generan la oferta del sitio para su consumo, es por ello que las actividades turísticas pueden apropiarse y transformar los espacios con fines de uso relacionados con la actividad, generando una puesta en valor de los sitios, integrando atributos culturales, sociales e históricos.

El turismo tiene múltiples implicaciones en las ciudades en las cuales existe una representación histórica, social y patrimonial; las problemáticas que surgen en las ciudades turísticas están relacionadas con la gestión urbana, el manejo del equilibrio entre espacios puestos a disposición de los visitantes, la relación con los residentes, la movilidad y los cambios funcionales resultantes de los procesos de cambio o uso de los espacios con fines turísticos (Troitiño & Troitiño, 2016).

3.3. La ciudad como destino turístico.

Como se observó en el epígrafe anterior, la ciudad es la encargada de acoger el desarrollo de actividades turísticas dentro de su territorio, por lo que se empezó a acuñar el término “destino turístico”, entendiéndolo en primera instancia como el lugar en donde los diversos componentes del turismo, tanto de oferta como la demanda, se unen para ofrecer una experiencia para los visitantes. Por lo tanto, los destinos pueden ser vistos como impulsados por la oferta en términos de su ubicación geográfica y los límites dentro de los cuales productos y servicios se unen para ofrecer la experiencia del destino (González & Morales, 2013).

De acuerdo con Ballina (2021) las definiciones precisas de los destinos han siempre ha sido cuestionadas, argumentando que su definición ha cambiado considerablemente con el tiempo. Más recientemente, estudios han ampliado la definición hacia afuera aplicando una amplia variedad de cofactores para definir la término. La razón detrás de esto es la gran y un volumen cada vez mayor de factores que influyen la definición (Pike, 2004).

Han existido cuatro enfoques principales para el abordaje del término destino turístico, relacionados en primera instancia con un enfoque geográfico-económico, en segunda instancia un enfoque de gestión y marketing, un enfoque sociocultural y finalmente un enfoque sistémico.

Para el caso del primer enfoque, de acuerdo con Alberca (2016) se considera al turismo como una actividad que se ejecuta en un espacio determinado y en un periodo temporal definido, al cual se dirige el viajero, teniendo en consideración la distancia, lo que oferta y los flujos turísticos para entender la dimensión de interés de estos en un lugar determinado.

Para el segundo enfoque se fundamenta en el diseño de los productos y servicios turísticos en el destino y el cómo estos interactúan con los visitantes, infiriendo que la discusión debería centrarse sobre el valor turístico o la puesta en valor de los espacios, recursos y productos con los que cuenta un lugar para ofrecer experiencias nuevas a los visitantes, abordando temas relacionados con la imagen del lugar, el paradigma del destino y los atributos intangibles del mismo (Souiden et al., 2017).

De acuerdo con Elands & Lengkeek (2012) el tercer enfoque se fundamenta en el construccionismo centrado en el concepto de la experiencia y su significado en un destino, estableciendo que los viajeros viven un conjunto de experiencias durante todas sus etapas de

viaje, recalcando tres atributos esenciales que son: los valores socioculturales del individuo que ejerce la actividad turística; las experiencias son personales, únicas y diferentes para cada persona en un mismo lugar; y existen muchas combinaciones como visitantes con base en las atracciones, actividades, productos y servicios que el destino ofrece.

El último enfoque de abordaje para comprender a los destinos turísticos se denomina sistémico, proporcionando una visión integrativa de lo que proporciona el destino relacionándolo como un sistema. Pechlaner et al. (2010) lo conciben como una relación sistemática entre una multitud de componentes, tanto sectoriales como territoriales, entre ellos: los servicios prestados por las empresas turísticas, así como las relaciones entre estas empresas; la experiencia vacacional de los turistas; los sistemas de comunicación e infraestructuras de transporte junto con el resto de servicios e infraestructura complementaria, servicios territoriales de apoyo; los recursos naturales y finalmente las políticas institucionales del lugar.

Estos enfoques están en sintonía con las “cuatro plataformas” de enfoque sugerido por Graburn & Jafari (1991). Se parte de una plataforma inicial de “vocación”, la cual trata de comprender qué se puede realizar con el destino; después de transita hacia una plataforma de “advertencia” sobre la cual se debe establecer el enfoque en la gestión de destinos; luego se da paso a la plataforma de “adaptación” en la cual se pretende establecer la importancia de reconocer el enfoque de beneficio para todas las partes interesadas; finalmente se establece la plataforma “basada en el conocimiento”, en el que todos los destinos tienen la tarea de ser más sostenibles y reconociendo que todos los destinos necesitan de ir más allá del simple producto o diferenciación del mercado, hacia uno que apunta a hacer todo el “sistema” del destino cada vez más sostenible y más resiliente.

Tabla 19.

Principales definiciones sobre destinos turísticos en la literatura académica.

Año	Autor/es	Definición
1981	Leiper, N.	Lugar escogido por una persona para visitar y pasar por lo menos una noche, a fin de tener una vivencia de alguna faceta o característica que se percibe como satisfactoria para una experiencia del tiempo de ocio.

1989	Pearce, D.	Es una amalgama de productos y servicios disponibles en una localización determinada y capaces de atraer visitantes desde cualquier lugar de origen. Los destinos son amalgamas de productos turísticos que ofrecen una experiencia integral a los consumidores.
1992	Mills & Morrison	Un destino turístico es un lugar físico al cual las personas se desplazan para participar en actividades turísticas.
1994	Bull, C.	País, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes,teniéndolo como su principal objetivo.
1997	Kotler, et al.	Son sitios con alguna forma de límite real o percibido, como el límite físico de una isla, las fronteras políticas o incluso las fronteras del mercado.
1998	Valls, J.	Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral
1998	Cooper et al.	Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas.
1998	Sánchez, A.	El destino turístico es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico.
1999	Manchena,	El destino como producto promueve un análisis más cualitativo que conduce al nacimiento de esperanzas vinculadas con experiencias y beneficios generales basados en promesas y la capacidad de respuesta del lugar,
1999	Fainstein, S. & Gladstone, D.	El destino turístico es el resultado de una paradoja, es decir, un lugar donde se pueda experimentar simultáneamente la

		sensación de novedad y familiaridad, de seguridad y de excitación.
1999	Ruiz, Olarte & Iglesias.	Es una agrupación multiactividad que compite sobre la base de una estrategia de cooperación espacial, ofertando productos turísticos integrados que resulta evaluada y juzgada por el turista potencial
2000	Bigné, Font & Andreu	Combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas
2001	Lanquar, R.	El destino turístico es una entidad territorial con o sin personalidad jurídica, que forma un sistema, englobando sus recursos e infraestructuras.
2001	Balagué & Brualla	La formalización de aquellos nuevos espacios geofísicos de interés o de aquellos otros que quieren plantearse una reconsideración de su valoración hacia parámetros turísticos posibles para la potenciación de sus estructuras actuales.
2002	Gunn, C.	El destino es una experiencia compleja que resulta de un proceso donde los turistas usan múltiples servicios turísticos durante el curso de sus visitas.
2002	Molina, M.	El destino turístico está compuesto por los recursos de este (naturales, arquitectónicos y soporte físico, entre otros) y su oferta como tal (entretenimiento, eventos, gastronomía, etc.).
2004	Barrado, T.	Es el espacio sobre el cual se tiene “un derecho de uso temporal”.
2004	Pérez, C.	Conjunto articulado de procesos turísticos que actúan en una zona geográfica determinada con el objetivo de obtener ganancias, mediante la satisfacción de las necesidades de los turistas.
2004	Valls, J.	El destino turístico constituye una unidad de negocio cuya gestión debe enfocarse en ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales.

2005	Ejarque, G.	Un destino turístico es ante todo un sistema complejo que está formado por cuatro elementos fundamentales: la economía local, la sociedad, los recursos turísticos y la notoriedad del destino.
2005	Gómez, R.	Es el lugar geográfico determinado donde se encuentra la oferta turística y hacia el que fluye la demanda.
2005	Buhallis, D. & Costa, C.	Un destino turístico es un área geográfica que ofrece una experiencia turística completa, incluyendo la combinación de atracciones, infraestructura, servicios y hospitalidad.
2006	Burns, W. & Peachlaner, H.	Un destino turístico es un conjunto de productos y servicios turísticos que se integran en una oferta coherente y que, gracias a su imagen y a su promoción, resultan atractivos para el mercado turístico.
2006	Goeldner, C. & Ritchie, B.	Un destino turístico es un área geográfica que cuenta con atracciones y servicios que satisfacen las necesidades y deseos de los turistas.
2006	Torres, P.	Son los lugares geográficos que por sus atractivos, condiciones y reconocimiento son ofertados por los intermediarios y los turistas eligen para pasar la totalidad o parte de sus vacaciones.
2007	OMT	Un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos, tales como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión, imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se cuenta a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores.
2007	Capece, G.	El destino como territorio es el espacio donde se ubican físicamente la mayoría de las atracciones que promueven

		los desplazamientos de los turistas desde su lugar de residencia, y en el que se asientan y procesan la mayor proporción de los recursos, atributos y fuerzas de los oferentes que dan origen a los productos turísticos.
2007	Pantano, E.	Lugar geográfico “dotado de atractivos turísticos, con capacidad para producir servicios, equipado con la infraestructura adecuada, apto para satisfacer los deseos y necesidades de los turistas.
2008	López, S. & Sánchez, M.	Un destino turístico es un lugar que posee recursos, atractivos e infraestructura para recibir y satisfacer a los visitantes.
2009	Fransesc Valls, J. & Fuste, J.	Un destino turístico es un territorio organizado que ofrece al visitante una gama de productos turísticos bajo un mismo nombre comercial.
2009	Rodríguez, T.	El destino turístico es en la práctica un producto en sí y componente inevitable de todos los servicios turísticos que en él se prestan.
2009	Wallingre, N.	El destino turístico es un lugar que reúne homogeneidades de recursos e identidades que permiten el desarrollo de productos turísticos compartidos y que debe disponer de servicios, instalaciones e infraestructuras que permitan satisfacer las necesidades de la demanda.
2009	González, R. & Mendieta, M.	Un destino turístico contempla la existencia de recursos naturales, creados, o abstractos, a los que habría que añadir otros elementos que tratan de satisfacer las necesidades de los turistas.
2011	Beni, M.	Un destino turístico es un área geográfica con límites reconocibles, en la que las personas tienen intereses turísticos y en la que se desarrollan actividades turísticas.
2011	Fariñas, M.	Los destinos conforman un sistema en el espacio, donde se entrecruzan otros dos sistemas más amplios: el turístico y el geográfico.

2011	Rodríguez, I.	Una formación socioespacial compuesta por dos tipos de espacios: el espacio material, construido, ordenado y acondicionado; más el ‘espacio’ inmaterial conformado por las imágenes y experiencias generadas en los visitantes y promovidas por las campañas promocionales a partir de lo existente en el espacio material.
2013	Vera Rebollo, et al.	Un destino turístico es un lugar con infraestructura y equipamiento turístico que es frecuentado por población no residente de tal manera que es esta presencia de visitantes la que justifica su existencia y funcionamiento.
2014	González, R. & Perini, M.	Destino turístico es el espacio o ámbito geográfico con rasgos propios de clima, cultura, atractivos, infraestructura, servicios, equipamientos, precio, imagen y gestión, los cuales, en términos de mercado, se posicionan en la mente de los consumidores.
2014	Page, S. & Connell, J.	Un destino turístico es un lugar específico donde los turistas pueden disfrutar de una experiencia turística particular.
2015	Guerrero, P. & Ramos, J.	Es el sitio donde se concentran la infraestructura y la estructura turística, que satisfaga las necesidades de los visitantes que llegan a dichos lugares. Un destino turístico, según el visitante, comprende un país, o una región, o una ciudad o un lugar en particular.
2022	OMT	Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.

Nota: Elaboración Propia

Diversos trabajos teóricos y empíricos han propuesto diferentes abordajes que permitan comprender la evolución de los destinos turísticos; los mismos estaban orientados en explicar la transformación evolutiva de destinos para comparación y previsión. Los primeros modelos fueron propuesto por autores como Gilbert, Wolfe, Christaller, Peck & Lepie, Chadeffaud, Ashworth, Buttler, Smith, Gormsen y Miossec, entre otros, y se centraron en cómo el crecimiento en el número de turistas y los cambios en la prestación de servicios e infraestructura provocaron cambios espaciales en los destinos (Brouder et al., 2016).

De acuerdo con Sanz & Anton (2016) es imperativo el considerar que los destinos turísticos son sistemas complejos, con múltiples elementos sociales, ambientales, económicos y técnicos, altamente interconectados e interdependientes, los cuales coevolucionan y generan transformaciones no lineales, abiertas y permanentes. Por lo tanto, es clave desentrañar el desencadenamiento de los factores internos y externos dentro de nuevas dinámicas funcionales, dando como resultado, intervenciones graduales o radicales encaminadas a adaptar el destino para permitir y/o restringir el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo.

Los destinos son parte integral del éxito futuro del turismo en una ciudad, ya que representan aquellos lugares en donde se planifica, desarrolla, opera y gestiona el sector, por lo que es imperativo que la gestión de estos sea realizada de manera integrativa, holística y profesional. Abarcando temas de sostenibilidad, resiliencia, calidad de vida, co-creación, experiencias, tecnologías y mejora continua (Spencer & Fyall, 2022).

La gestión holística del lugar es fundamental debido a que los destinos son para proteger la calidad de vida del residente, la calidad y experiencia del visitante y al mismo tiempo buscan preservar la integridad del destino como lugar para vivir, trabajar y estudiar. Ignorar las opiniones de la comunidad receptora ya no es una opción, con su contribución activa al destino contribuyen con el desarrollo integral de este para alcanzar el éxito a largo plazo y aprovechar su potencial turístico (Pechlaner et al., 2010). La responsabilidad de quienes gestionan los destinos se encuadra en hacer todo lo posible para crear un futuro sostenible y equitativo para el destino, en los ámbitos económico, sociocultural y ambiental (Souiden et al., 2017).

Para González & Álvarez (2016) establecer una tipología adecuada de destinos permite a los responsables políticos el diseñar y adoptar un proceso de planificación, legislación, estrategias de gestión o marketing acordes a la realidad del lugar. La clasificación adecuada del destino es

una condición básica para algunas de las investigaciones turísticas orientadas a la medición de los impactos del turismo, la segmentación del mercado, el posicionamiento del destino, el análisis de competitividad, evaluación del desempeño, asignación de recursos, gestión y gobernanza del turismo.

Por ello, la definición o delimitación adecuada de las tipologías de destino proporcionan una mejor comprensión y conocimiento del lugar; además permite a los planificadores y gestores turísticos establecer procesos tecnificados que se orienten a mejorar la competitividad, calidad, funcionalidad e innovación que se orienten su mejoramiento (McLoughlin & Hanrahan, 2019).

En la tabla 20, se especifican las aproximaciones investigativas y metodológicas utilizadas en la literatura para generar la taxonomía aplicable a los destinos.

Tabla 20.

Clasificación o taxonomía de los destinos turísticos en la literatura académica.

Autor/es- Año	Metodología o Abordaje	Tipología de Clasificación de Destinos
Gunn; 1972	Analiza el grado de desarrollo del destino turístico a lo largo del tiempo en relación con sus visitantes.	• Destinos de exploración, son lugares relativamente desconocidos y cuentan con una infraestructura limitada con actividades mínimas. • Destinos de participación, lugares que cuentan con flujos turísticos locales y un desarrollo gradual del turismo. • Destinos de desarrollo, lugares con un crecimiento significativo del turismo, con servicios formalizados. • Destino en consolidación, lugares que han alcanzaron un alto nivel de desarrollo turístico y su economía se fundamenta en el desarrollo de dicha actividad.

Buttler, 1980	Propuso una de las clasificaciones más influyentes de destinos turísticos, basada en el ciclo de vida del destino. Según su modelo, los destinos turísticos atraviesan diversas etapas de desarrollo y madurez.	• Destinos en exploración, lugares relativamente desconocidos que cuentan con un funcionamiento turístico mínimo. • Destino en involucramiento o participación, lugares que comienzan a generar interés en los visitantes y la comunidad local comienza a entender el turismo. • Destinos en desarrollo, sitios que experimentan un crecimiento significativo en la afluencia de visitantes, así como en los prestadores de servicios turísticos. • Destinos consolidados, lugares que han alcanzado un nivel alto de desarrollo y madurez, el sistema turístico funciona de manera completa y el turismo forma parte activa de la economía del lugar. • Destinos en estancamiento, sitios que luego de alcanzar la consolidación llegaron a niveles de saturación y falta de innovación. • Destinos en declive, lugares que no lograron adaptarse a los cambios del contexto y han perdido atraktividad con relación a sus competidores. • Destinos en rejuvenecimiento, sitios que buscan maneras de diversificar y ajustar su oferta a los requerimientos del mercado.
Pearce; 1982	Análisis de las diferentes experiencias y motivaciones que buscan los turistas al elegir un destino. Cada categoría representa un tipo específico de experiencia que los visitantes pueden	• Destinos para el descanso y la relajación, lugares que se centran en proporcionar a los turistas un entorno tranquilo y relajante, suelen estar ubicados en áreas naturales. • Destinos de aventura y deporte, sitios diseñados para atraer turistas interesados en actividades emocionantes y deportivas.

	esperar en el destino elegido.	• Destinos culturales y de patrimonio, lugares destacados por su riqueza cultural e histórica, que ofrecen a los turistas la oportunidad inmersiva en la identidad local. • Destinos de entretenimiento y diversión, sitios que se centran en proporcionar una amplia gama de actividades de ocio, recreación y entretenimiento.
Uysal et al.; 1991	Análisis centrado en los diferentes tipos de atractivos y experiencias que ofrecen los destinos. Ayuda a entender cómo las preferencias de los turistas y sus intereses influyen en la elección del destino turístico.	• Destinos de naturaleza y recreación, lugares que cuentan con atracciones naturales, paisajes y actividades al aire libre, siendo sus principales atractivos para su público objetivo. • Destinos de arte u cultura, estos sitios se destacan por su riqueza cultural, incluyendo museos, sitios históricos, festivales y actividades culturales. • Destinos urbanos, ciudades y áreas metropolitanas con una amplia gama de atracciones, incluyendo museos, galerías, teatros, etc., considerados como sitios populares. • Destinos de sol y playa, zonas costeras con playas atractivas y una oferta de actividades relacionadas con el mar.
Witt & Witt; 1992	Análisis de los flujos de demanda turística que visitan un determinado lugar en un año.	• Destinos de temporada alta, aquellos lugares que se encuentran en el máximo de su capacidad de recepción y atención, cubriendo las necesidades de los visitantes de manera adecuada. • Destinos de temporada media, lugares que están operando a la mitad de su capacidad, normalmente se puede evidenciar flujos turísticos moderados pero constantes.

		• Destinos de temporada baja, sitios con poco flujo de visitación turística, en la que normalmente los prestadores de servicios se encuentran preocupados por su baja comercialización.
Ritchie & Crouch; 1993	Análisis de las motivaciones de los turistas y la relación entre ellas y las actividades generadas por ellos en el lugar. Primera clasificación desde la perspectiva del turista al 100%.	• Destino de excursión, los turistas en esta categoría visitan un lugar por un corto periodo de tiempo y participan en actividades específicas. • Destinos de evitación, los turistas eligen un destino para evitar ciertos eventos, condiciones o situaciones en su lugar de origen. • Destinos de experiencia, los turistas en esta categoría buscan experiencias significativas y auténticas en el destinos, interesados principalmente en la cultura local. • Destinos de exploración, los turistas en esta categoría tienen una motivación más amplia y buscan explorar el destino en su totalidad.
Gartner; 1996	Las tipologías de destinos turísticos se basan en las características del entorno natural y las actividades turísticas que se pueden realizar.	• Destinos de sol y playa, lugares caracterizados por tener una ubicación costera que ofrecen actividades acuáticas y un clima agradable. • Destinos de naturaleza y aventura, sitios centrados en la belleza y diversidad del entorno natural, ofreciendo actividades al aire libre. • Destinos culturales y urbanos, lugares que se centran en la riqueza cultural, histórica y artística, ofreciendo actividades culturales y una vida urbana activa.
Faulkner & Tideswel; 1997	Análisis factorial que contempla los siguientes criterios: etapa de desarrollo turístico, tipo de turista,	• Destinos turísticos dominantes, son aquellos lugares en el que el turismo es su principal fuente de ingresos y demuestran altos niveles de concentración turística.

	relación turista-residente y estacionalidad. Concibiendo al turismo como elemento complementario a la economía del lugar.	• Destinos turísticos centrales, lugares en los que la predominancia del turismo en la economía local es evidente, pero comparte espacios con otras actividades económicas de igual o mayor importancia. • Destinos turísticos complementarios, lugares que cuentan con una economía diversificada y el turismo resulta ser una actividad complementaria a la economía del lugar.
Hall & Page; 1999	Analiza cómo los destinos turísticos pueden variar en términos de desarrollo y popularidad, lo que puede influir en la planificación y gestión del turismo en esos destinos.	• Destinos inmaduros, aquellos que están en las primeras etapas de desarrollo turístico, por lo general presentan limitaciones en su infraestructura y atraen un número relativamente bajo de turistas. • Destinos emergentes, están experimentando un crecimiento significativo en la afluencia de turistas y un mejoramiento considerable de la infraestructura de soporte por parte del sector público. • Destinos consolidados, aquellos que han alcanzado un nivel alto de desarrollo turístico, cuentan con una oferta diversificada y posicionada de productos turísticos, y además atraen una gran cantidad de turistas. • Destinos declinantes, aquellos que alguna vez fueron populares, pero han experimentado una disminución en la afluencia de turistas y/o en la calidad de la experiencia ofertada.
Hall; 2000	Análisis de los enfoques y motivaciones para el turismo, esclareciendo que las clasificaciones pueden	• Destinos masivos, lugares que atraen un gran número de visitantes y suelen estar asociados con los espacios litorales y/o urbanos que son populares.

ser dinámicas y un espacio puede ser más de uno.	• Destinos alternativos, sitios que ofrecen experiencias turísticas distintas a las de los destinos masivos. • Destinos exclusivos, lugares que atraen un segmento turístico de alto poder adquisitivo y caracterizado por ofrecer experiencias lujosas. • Destinos étnicos y culturales, sitios que centran su oferta en las tradiciones y las manifestaciones culturales de los grupos étnicos específicos. • Destinos temáticos, aquellos que están basados en un tema específico que responde al requerimiento o motivación de viaje del turista. • Destinos de patrimonio, lugares que destacan por su valor histórico, cultural o natural, a menudo incluyen lugares con reconocimiento a nivel mundial. • Destinos de búsqueda de significado, sitios que atraen a turistas que buscan experiencias que les den un sentido de propósito o transformación personal. • Destinos de bienestar y salud, aquellos que su oferta se fundamenta en el bienestar físico y mental.
Lew y Mckercher; 2002 Análisis espacial y los itinerarios de turismo que se ofertan en el destino.	• Destinos únicos, son aquellos que ofrecen atractivos turísticos específicos. • Destinos de entrada, aquellos que receptan a los turistas. • Destinos de ocio, lugares especializados en actividades de descanso. • Destinos de salida, aquellos que envían a los turistas, y

		• Destinos centrales, aquellos lugares que funcionan de manera integrada con otros lugares.
Leiper; 2004	Analiza la interacción entre diferentes componentes del sistema turístico, tratando de explicar cómo los elementos del sistema turístico contribuyen a la atracción de turistas y la experiencia en el sitio.	• Destinos generadores de turismo, son áreas o regiones donde se originan los flujos turísticos, es decir de dónde provienen los visitantes al destino. • Destinos organizadores de turismo, son lugares que facilitan el movimiento de los turistas desde los destinos generadores hasta los destinos finales de visita. • Destinos proveedores de servicios turísticos, o también llamados destinos receptores de turismo o destinos finales, son aquellos en donde se lleva a cabo la mayor parte de la actividad turística, aquí se puede identificar la existencia y diversificación de la oferta.
Cooper et al.; 2008	Análisis centrado en el tamaño y la extensión geográfica de los destinos turísticos. Ayuda a comprender la diversidad de escala que existe en la industria turística y cómo diferentes destinos pueden variar en términos de tamaño y alcance	• Microdestinos, lugares pequeños y generalmente se centran en una atracción o experiencia específica, relacionada normalmente a los pueblos, áreas comunitarias y zonas rurales. • Destinos regionales, lugares de mayor escala y a menudo abarcan una región geográfica más amplia, ofreciendo una variedad de atracciones y actividades turísticas. • Destinos nacionales, son sitios a nivel país que atraen un gran número de turistas nacionales e internacionales, suelen contar con una amplia gama de atracciones, servicios e infraestructura.

Kozak & Baloglu; 2011	Tipología centrada en las motivaciones y propósitos del viaje, lo que ayuda a entender las diferentes necesidades y expectativas de los turistas en distintos tipos de destinos. Cada categoría representa un tipo específico de experiencia que los turistas buscan al elegir un destino.	• Destinos de ocio, lugares a los que los turistas viajan principalmente por placer, entretenimiento y relajación. • Destinos de negocios, sitios que atraen a los turistas por motivos profesionales. • Destinos de eventos, lugares especializados específicamente en eventos, festivales, conciertos o cualquier actividad programada. • Destinos de conocimiento, en estos sitios, los turistas buscan adquirir conocimientos, educación y/o experiencias únicas que pongan en valor el viaje.
Spenceley; 2012	Analiza la situación del turismo con el cumplimiento de los nuevos paradigma de desarrollo sostenible y tecnológico.	• Destinos tradicionales, aquellos que han estado dentro del sector turístico durante mucho tiempo y cuentan con un sistema sólido funcional, han iniciado con prácticas de gestión ambiental y socialmente responsables. • Destinos emergentes sostenibles, aquellos lugares que están surgiendo y tienen oportunidades de implementar desde el inicio prácticas sostenibles y tecnologías inteligentes en su planificación y desarrollo. • Destinos inteligentes clásicos, aquellos que han adoptado en gran medida tecnologías inteligentes para mejorar la experiencia del turista y optimizar la gestión de los servicios. • Destinos inteligentes y sostenibles, aquellos que han logrado integrar de manera efectiva las prácticas sostenibles con tecnologías inteligentes para equilibrar y optimizar el uso de los recursos por los prestadores de servicios. • Destinos en transición hacia la sostenibilidad y la inteligencia, aquellos que están en un

		proceso de transformación hacia la implementación de prácticas sostenibles y tecnologías inteligentes para su operación.
Flognfeldt & Gunn; 2012	Analiza la relación existente entre el turismo y la comunidad local, reflejando la importancia de esta en el desarrollo y la gestión del turismo, así como su relación económica.	• Destinos basados en la comunidad, en estos lugares la comunidad local tiene un papel activo en la planificación y gestión del turismo, participando en las tomas de decisiones y beneficios. • Destinos dependientes, en estos sitios la comunidad local depende en gran medida del turismo como fuente principal de ingresos y empleo. • Destinos independientes, en estos lugares la comunidad local tiene una menor dependencia económica del turismo, ya que su economía se encuentra diversificada.
Mckercher; 2016	Análisis de los productos turísticos en el uso de un enfoque de marketing, creando una ontología formal de destinos. Incluyen elementos relacionados con las expectativas de los turistas.	• Destinos de vivienda, aquellos lugares que los turistas buscan un entorno similar al de su hogar y prefieren alojarse en hoteles o apartamentos. • Destinos de viaje de descubrimiento, sitios que atraen a los turistas que buscan explorar culturas y entornos diferentes a los de su lugar de origen. • Destinos de ocio, aquellos que se centran en ofrecer un amplia gama de actividades tematizadas centradas en el entretenimiento. • Destinos de desarrollo personal, lugares que atraen turistas que buscan crecer de manera integral, ya sea por cuestión de estudios, espirituales y/o religiosos.

		• Destinos de consumo, aquellos a los que los turistas viajan principalmente para realizar actividades de compras. • Destinos de visita a amigos y familiares (VFR), se refiere a los destinos en donde las personas viajan principalmente para reconectarse con sus allegados. • Destinos de turismo de salud y bienestar, estos lugares se centran en ofrecer servicios de salud y bienestar, así como eventos profesionales relacionados con el área. • Destinos de conferencias y eventos, son lugares que atraen a turistas que asisten por conferencias, convenciones y/o eventos de carácter profesional. • Destinos de ecoturismo y naturaleza, lugares que fundamentan su actividad en la conservación y el respeto del entorno natural. • Destinos de aventura, aquellos que centran sus actividades en aspectos emocionantes y de alto riesgo (controlado).
Giddy & Webb; (2016)	Análisis del nivel de infraestructura y desarrollo turístico con el que cuenta el lugar.	• Destinos desarrollados, sitios que cuentan con un funcionamiento operativo adecuado y eficiente de su infraestructura básica y de apoyo, además demuestran un avance competitivo en las actividades turísticas ofertadas. • Destinos en desarrollo, lugares que presentan fallas, limitaciones o inexistencia de infraestructura, básica o de apoyo que soporten la oferta turística vigente.
Koens et al.; 2018	Análisis del nivel de desarrollo y el enfoque hacia	• Destinos turísticos saturados, en estos sitios el turismo ha alcanzado un nivel de saturación que

	la sostenibilidad de los destinos turísticos. Ayuda a comprender los diferentes desafíos y oportunidades que enfrentan los destinos en función de su nivel de desarrollo turístico.	puede tener impactos negativos en la comunidad local y en la experiencia de los visitantes. • Destinos turísticos emergentes, aquellos lugares que están experimentando un crecimiento significativo en la afluencia de turistas, pero aún no han alcanzado niveles de saturación. • Destinos turísticos nuevos, estos destinos son relativamente nuevos en el mercado y están buscando atraer nuevos visitantes. A menudo suelen enfocarse en las prácticas turísticas sostenibles.
Batista et al.; 2020	Metodología regional aplicada a Europa en la cual se analizaron los patrones de localización de los hoteles, análisis de pernoctación, intensidad del turismo, estacionalidad y porcentaje de turistas extranjeros.	• Destinos de áreas costeras, lugares ubicados en las costas o litorales que atraen grandes cantidades de visitantes y cuentan con una oferta específica de actividades. • Destinos de montaña y áreas naturales, sitios especializados en actividades al aire libre con principios de conservación y concientización ambiental. • Destinos de ciudades, entornos urbanizados, ciudades y/o metrópolis, que cuentan con una infraestructura adecuada a las necesidades y requerimientos de los turistas, con una amplia oferta de actividades. • Destinos de áreas rurales, lugares con una baja densidad poblacional pero que cuentan con actividades identitarias del sitio, que ofrece nuevas oportunidades de socialización y aprendizaje.

Nota: Elaboración Propia

A pesar de su importancia, el proceso de desarrollo de una tipología de destino es un gran desafío, ya que existe una gran cantidad de criterios que se pueden utilizar para clasificarlos como se ilustra en la tabla 20. Estos criterios pueden estar relacionados con una infinidad de variables, incluyendo espacio geográfico y territorio, recursos usados, mercados atraídos, formulación de productos, niveles de accesibilidad, grado de vulnerabilidad, nivel de dependencia, grado de desarrollo, entre otros.

Como en cualquier clasificación, las clases resultantes no son siempre mutuamente excluyentes, ya que los destinos pueden clasificarse en una variedad de grupos diferentes. Esto se debe a que atraen diferentes mercados simultáneamente o experimentar diferentes vulnerabilidades y desafíos en diferentes momentos durante el año calendario debido a la estacionalidad.

De acuerdo con Ness (2021) existen tres limitaciones y desafíos en la creación de tipologías de destinos sólidas. La primera, es obtener datos confiables de diferentes fuentes que tienen diferentes niveles de referencia, resoluciones espaciales y temporales. El segundo desafío es la escala para los datos disponibles, siendo un factor esencial para la creación de tipologías de destinos, ya que su diferenciación puede generar errores al momento de generar la clasificación. Finalmente, el tercer desafío corresponde al número de tipologías a crear, debido a que cada una de ellas debe separar los casos de estudio en clases que sean exclusivos, claros y, en conjunto, incluyan todos los casos analizados, pudiendo un territorio enmarcarse en más de una de las clasificaciones generadas.

Con base en lo establecido en los párrafos anteriores y en la tabla 20, para la presente investigación se utilizarán las siguientes definiciones, las cuales permitirán categorizar y/o jerarquizar a los destinos turísticos urbanos en el lugar de estudio:

- 1) *Destino turístico urbano consolidado: Contempla una ciudad o área metropolitana que ha alcanzado un alto nivel de desarrollo y reconocimiento turístico a nivel nacional e internacional caracterizados por tener una riqueza cultural, histórica, patrimonial y/o urbana que fundamentan el desarrollo de productos, experiencias u ofertas diversificadas, con un nivel de calidad elevado que se ajusta a los requerimientos específicos de la demanda, cuentan con una afluencia turística alta, constante y diversa, una amplia gama de oferentes o prestadores de servicios turísticos, una gestión pública orientada al mejoramiento continuo de la actividad*

turística e incluso procesos de innovación que permitan la redistribución de los flujos turísticos que eviten los procesos de concentración en un solo espacio o zona.

- 2) *Destino turístico urbano emergente: Se refiere a una ciudad o área metropolitana que ha experimentado un desarrollo y crecimiento en su dinámica turística territorial, caracterizado por su ascenso en el panorama turístico, evidenciado en una mayor afluencia turística hacia el lugar, tanto de visitantes locales como nacionales, un incremento y diversificación de la oferta turística, así como una disposición pública para fomentar su desarrollo en el ámbito turístico, poseen una singularidad o autenticidad que atrae a los visitantes en búsqueda de experiencias nuevas y menos exploradas, además su dinámica puede estar influenciada por una combinación de factores internos y externos, así como el trabajo colaborativo entre el sector público y privado.*
- 3) *Destino turístico urbano en exploración: Corresponde a una ciudad o área metropolitana que presenta un interés real en desarrollarse como un punto de interés turístico, dichos lugares se caracterizan por procesos de actuación pública que buscan en el turismo un mecanismos de dinamización económica para el lugar, el cual se refleje de manera integral en el mejoramiento del lugar, cuentan con recursos turísticos territoriales y/o atractivos turísticos que demuestran tener un potencial, cuentan con niveles de afluencia turística bajos, y normalmente de visitantes locales y presentan una oferta de prestadores de servicios turísticos o actividades por hacer limitadas, genéricas o con poca diferenciación.*

3.4. El turismo urbano.

El turismo urbano se refiere a las particularidades del turismo y sus actividades en un entorno urbano enfatizando la originalidad del desarrollo turístico y su prácticas en las ciudades (Ness, 2021). El objetivo del turismo urbano se fundamenta en ofrecer actividades para aumentar el número de visitantes, los cuales se sienten atraídos por las actividades de turismo que una ciudad ponga a su disposición (García, 2014).

La concentración de carácter cultural, arquitectónico, tecnológico, las atracciones sociales y de ocio contribuyen a incrementar su atractivo. Las actividades turísticas interactúan en diversos maneras con la ciudad, como entidad multifacética. Sin embargo, las ciudades son diferentes en población, tamaño, funciones, tipo y ubicación geográfica (Soja et al., 2008).

De acuerdo con Anton (1998) el papel de los grandes centros urbanos en el mapa turístico ha experimentado una gran revalorización a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta, momento en que se produce un redescubrimiento de la ciudad como espacio de gran atracción turística. Se produce una adaptación del turista al patrón social del *postfordismo*, en el que el consumo de masas deja lugar a la búsqueda de destinos concentrados en parámetros como la cultura, el ocio, la identidad y sobre todo la calidad.

Los destinos urbanos existen desde los primeros años de la civilización. Los acontecimientos deportivos, como los Juegos Olímpicos en la antigua Grecia generaban actividad turística en muchas ciudades. Asimismo, en las urbes se encontraban las catedrales, templos y mezquitas, y la gente viajaba en peregrinación por motivos religiosos. También se solía viajar a ellas para reunirse con comerciantes y cargos públicos, entre otros (Bigné et al. 2005).

Como antecedentes, se conoce que el turismo urbano se originó a partir del siglo XVII, llevado a cabo por los hijos de caballeros ingleses como complemento formativo; los destinos escogidos para desplazarse fueron Génova, París, Roma entre otras ciudades. Siendo el objetivo principal conocer estas ciudades para adquirir conocimientos. Luego los hijos de los burgueses siguieron la tradición de los nobles realizando los mismos viajes; pero con leves variaciones, debido a que la revolución industrial marcó un antes y un después en el proceso turístico, permitiendo que la costumbre de viajar se convierta en una actividad más popular (Bernal et al., 2011)

A su vez la globalización, ha influido sobre la manera de representar y promover las ciudades (Short, Breitbach, Buckman, y Essex, 2000). El consumismo está enraizado en los grupos de la sociedad, especialmente en los adeptos a la cultura. Las tendencias han ido cambiando especialmente en los jóvenes de clases trabajadoras que buscan una amplia gama de actividades enfocadas a la diversión y entretenimiento (Ashworth y Page, 2011).

Así mismo, podemos acotar que todas estas fuerzas que influyen en la actividad turística, dentro de las ciudades muestran el entorno urbano y sus diferentes elementos como productos y experiencias que se comercializan para atraer a los turistas que figuran como consumidores de las experiencias que contribuyen con la economía urbana y su prevalencia (Hall, 2005).

A partir del siglo XXI, se vienen analizando las “nuevas formas de turismo”. El turismo urbano está viviendo una fase importante de expansión. Dicha tipología se perfila como una de las grandes alternativas a considerar dentro de la oferta ya que satisface las preferencias de un elevado número de demandantes, así como potencializa la actividad turística y económica en la ciudad y su entorno (André, 1999).

De acuerdo Ashworth & Page (2011) existe una diferencia que se debe considerar al momento de realizar o desarrollar turismo urbano en las ciudades. Las áreas metropolitanas y/o las ciudades grandes reúnen una colección de espacios de ocio y atractivos turísticos que podrían agruparse en grupos especializados (históricos, culturales, comerciales, gastronómicos, playas, parques, vida nocturna). En cambio, las ciudades más pequeñas dependen de una oferta especializada específica (histórica, juegos de azar, etc.), y las actividades turísticas podrían ser proporcionalmente más visibles. Pero en cualquiera de los dos casos el turismo desempeña un papel fundamental en las políticas de desarrollo local y es un factor de regeneración urbana.

En este contexto se puede acotar que el término de turismo urbano surge en el momento que aparecen las ciudades, es decir siendo la ciudad el destino inicial o final de un viaje, como elemento de enlace para buscar otros destinos. Como una de las diversas motivaciones del turismo urbano, el “turismo de negocios y convenciones” se remonta a los primeros núcleos urbanos, donde se establecen las ferias y mercados; con la finalidad de atraer clientes. Los mismo requerían servicios de ocio y entretenimiento para garantizar el alojamiento y el alimento. Con esto se puede expresar que el turismo urbano es una de las primeras formas de turismo que existe (André, 1999).

Al mismo tiempo en el ámbito investigativo ha ganado un espacio importante. Antes se apreciaban estudios fragmentados, debido a que era una temática compleja de abordar. Pero en la actualidad las investigaciones sobre esta temática han generado más de 800 trabajos y literatura que muestra un avance considerable en las investigaciones en los últimos tiempos (Edwards et al., 2008). Por otro lado Pearce (2001) afirma que las investigaciones de turismo urbano son aún débiles; esto sucede debido a que cualquier investigación en progreso sobre esta temática se enfrenta a un sinnúmero de paradojas. Pero estos criterios se pueden establecer de manera precisa como propuestas contrastantes que caracterizan esta tipología turística proporcionando un enfoque para la investigación científica.

No obstante, otras corrientes mencionan que esta tipología no ha recibido la importancia necesaria por parte de los estudiosos de esta área, particularmente al vincular la investigación teórica con los estudios de turismo en general. A pesar de esas aseveraciones en los últimos 25 años los estudios sobre turismo urbano han aumentado, siendo ligados a fenómenos del mundo real, debido a las crecientes demandas de los turistas a urbes históricas y patrimoniales (Chan y Huang, 2004) .

Por lo tanto, cuando se aborda el término denominado turismo urbano sabemos que este es motor de desarrollo, si tenemos una mirada desde el interior vemos una población viva que se muestra al visitante y a su vez se beneficia de este, ya sea de manera directa o indirecta. Los beneficios son la puesta en valor de los diferentes espacios con los que cuenta la ciudad; así como los equipamientos culturales, llevando a que tomen vida y sirvan para propios y foráneos mediante una correcta planificación y gestión de estos.

El turismo urbano es dinámico, la globalización y la digitalización han creado un entorno que puede describirse en términos de “construcción”, el turismo urbanos es cada vez más importante para las economías de las ciudades, y la industria del turismo es un actor importante en el desarrollo de éstas. El entorno urbano se está transformando con un giro hacia la economía creativa y de servicios. La infraestructura que da soporte a las actividades de ocio y turismo es la clave para incrementar el atractivo de la ciudad (Busà, 2017).

En este sentido, las ciudades son a la vez receptoras y agentes de la globalización. Las ciudades desempeñan un papel clave en la movilidad, ya que a menudo son centros de transporte y tienen la capacidad para recibir visitantes. La transformación es multiescalar, las ciudades se

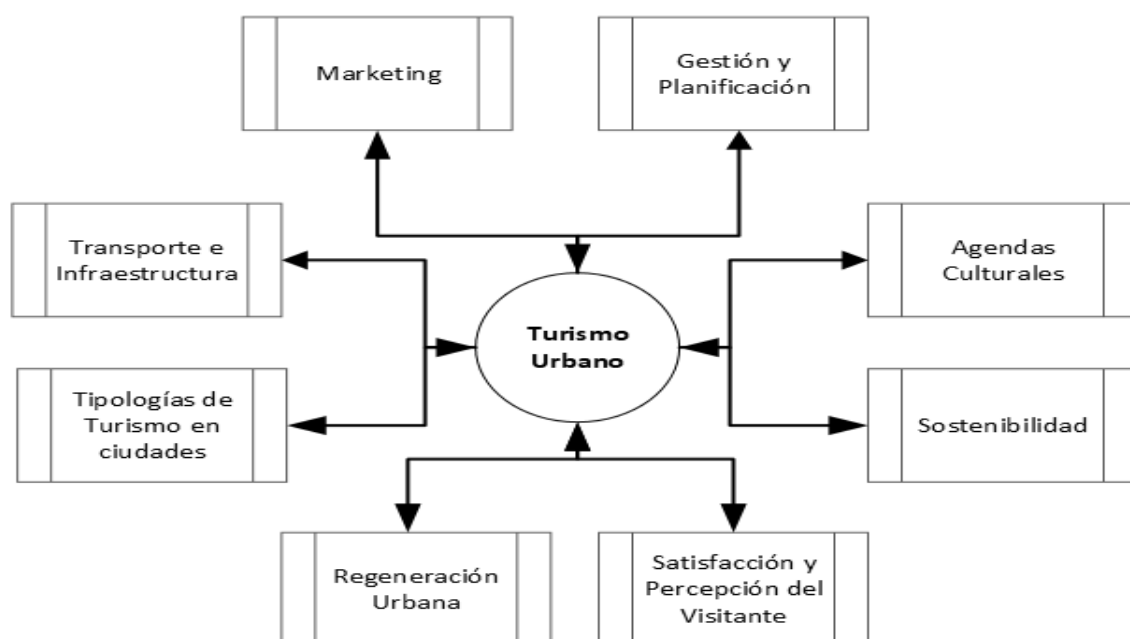
esfuerzan por ser reconocidas como globales y muchas han desarrollado estrategias que logren establecer su imagen a nivel mundial tomando en consideración su complejidad, características específicas y perspectiva de turismo a querer desarrollar (Spirou, 2011).

De acuerdo con Ashworth & Page (2011) existen múltiples cambios dentro de la ciudad dentro de aspectos relacionados con la infraestructura de servicios básicos, la infraestructura de conectividad o accesibilidad desde y hacia la ciudad, construcción o recuperación de espacios públicos para su puesta en valor, recualificación de ocio en los barrios para desconcentrar los flujos de visitantes y así sucesivamente. Por lo que, el turismo urbano es un polo de atracción para las investigaciones especialmente relacionadas con geografía y sociología urbana. Empleando datos que vinculan ciudades directamente con otras entidades de carácter mundial (Pearce, 2001).

En relación a los estudios de turismo urbano, Ashworth y Page (2011) muestran que hay una proliferación relativa de subtemas dentro de las investigaciones relacionadas con turismo urbano, mediante la aparición de productos académicos. Esto resalta la naturaleza multidisciplinaria de muchas contribuciones que permanecen conectadas por constructos teóricos o conceptuales.

Figura 13.

Subtemas que enriquecen el turismo urbano.



Nota: Elaboración propia a partir de Ashworth y Page (2011).

Fernandez (1999) menciona que la ciudad debe ser analizada desde diferentes ámbitos. Entre ellos el ámbito económico, en el cual la ciudad propicia los intercambios comerciales, creando escenarios productivos. Siendo el fenómeno urbano, en materia económica, el resultado de las economías de escala y aglomeración, que generan efectos sinérgicos y rendimientos crecientes, derivados de la concentración espacial a gran escala de actividades productivas y personas. Por otra parte, desde el punto de vista ambiental, las ciudades sufren cambios de carácter físico, transformando y moldeando el medio natural con la presencia de diversas infraestructuras y edificaciones que causan impactos en el medio natural que rodea a las urbes. Teniendo en cuenta el intenso metabolismo y su influencia en el agravamiento del cambio climático producido en las urbes, hace que estas, se enfrenten a grandes retos de sostenibilidad de nuestra sociedad contemporánea. Además, desde un punto de vista político, las ciudades siempre han sido cuna de ideales y modelos institucionales que han conformado los diferentes modelos de gobierno a lo largo de la historia del mundo civilizado. En la actualidad la creciente complejidad de los problemas urbanos ha hecho que se creen nuevos modelos de gobernanza, que cada vez se ajusten a las nuevas necesidades de las urbes.

Díez Clavero (1995) describe que el turismo urbano se trata de un fenómeno colectivo relativamente reciente, todavía en fase de desarrollo, y, por tanto, pendiente aún de múltiples transformaciones y susceptible de diversas formas de promoción. En contraposición otros autores consideran que el turismo urbano es una de las formas más antiguas de practicar turismo (Ortuño, 1996).

Ledo & Iglesias (2018) sostienen que el nuevo modelo de ciudad postindustrial, cuya economía tenía una base terciaria dominante, se orientó hacia los servicios empresariales, financieros y de consumo, al turismo urbano, la cultura de consumo, la celebración de eventos masivos y la industria tecnológica o el desarrollo de centros de investigación especializada.

La aparición del ocio en la vida colectiva de las sociedades implicaba la existencia de lugares capaces de satisfacerlos, por lo que es lógico que uno de los primeros espacios en incorporar la actividad turística fueran las ciudades, que ya disponían de servicios, infraestructuras y equipamientos propensos a facilitar tales requerimientos y que acumulaban atracciones, cultura e historia que se amalgaman en un solo espacio (Reverté & Pérez, 2009).

Torres (2013) considera que las grandes urbes fueron siempre centros de poder y de riqueza que se manifestaban en los ámbitos de la política, las ciencias, el arte y la cultura, y por ello fueron centro de atención para los viajeros.

Existen diferentes definiciones relacionadas con el término “turismo urbano” dentro de la literatura académica. En la tabla 21 se exponen las principales aproximaciones al concepto.

Tabla 21.

Definiciones del turismo urbano dentro de la literatura académica.

Año	Autores	Definición
1972	Gunn, C.	El tipo de turismo que se desarrolla en grandes ciudades y áreas metropolitanas que ofrecen una amplia gama de atracciones y servicios turísticos
1993	Law, C.	El turismo urbano es un conjunto de actividades que están interrelacionadas en un núcleo particular y que permiten a las ciudades atraer visitantes.
1997	Leiva, V.	Consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones (grandes ciudades hasta pequeños pueblos) con el fin de conocer o revisitar sus lugares de interés, entre los cuales se puede incluir: parques, museos, edificios de valor arquitectónico y/o histórico, comercios, restaurantes, etc.
1998	Dwyer, L. & Forsyth, P.	El turismo urbano es una actividad que incluye visitar museos, galerías de arte, restaurantes, bares, tiendas y participar en eventos y festivales.
2000	Comisión Europea	Tipología turística corresponde al conjunto de recursos y actividades localizados en ciudades y que son ofrecidos a visitantes de otros destinos.
2001	Garrod, B. & Warnell, A.	El turismo urbano implica viajar a un área urbana para experimentar y disfrutar de las características de la ciudad.
2002	Palacios, C.	El turismo urbano comprende las actividades turísticas que tienen lugar en áreas urbanas, entendiendo por

		tales los núcleos urbanos de cualquier dimensión, con una infraestructura turística lo suficientemente densa como para satisfacer las necesidades de una demanda diversificada.
2002	Hall, M.	El turismo urbano es una forma específica de turismo que se centra en la cultura, la historia, la arquitectura, la vida urbana y el ambiente construido.
2002	Urry, J.	El turismo urbano es una actividad que se centra en el uso de las ciudades y su urbanidad, cultura, arquitectura, vida urbana y paisaje construido.
2003	Donaire, J.	El turismo urbano se caracteriza por el interés del visitante en la cultura y el arte, y en disfrutar de los servicios de alojamiento, restauración, comercio y espectáculos que ofrece la ciudad.
2006	Nova, G.	Aquel que se desarrolla en espacios ocupados por ciudades que, ya sea por su emplazamiento estratégico, por su evolución y riqueza económica, financiera, histórico o socio-cultural, por la disponibilidad de un sello atractivo que actúa como emblema o simplemente por su importante concentración de alternativas de esparcimiento que favorecen el uso del tiempo libre, son capaces de generar el interés en el usuario para desplazarse hacia ellas como parte del destino final o como componente de un circuito turístico más amplio.
2007	Voilier & Martín	Aquel que se practica en los lugares donde hay grandes aglomeraciones humanas que ocupan un lugar estratégico en los servicios, en la producción de conocimientos, en la cultura, en la innovación, que han tenido o tienen un importante peso político y que juega un papel clave como nodo global.
2007	León, M.	El conjunto de actividades que realizan los visitantes en las ciudades, cuyo objetivo principal es conocer y

		disfrutar los recursos patrimoniales, culturales, históricos, arquitectónicos y paisajísticos de estas
2008	Botella, L.	El turismo urbano es aquel que se desarrolla en los destinos urbanos y tiene como principal objetivo el disfrute de los recursos culturales, de ocio y recreativos que poseen las ciudades.
2008	Talavera, S. & González, C.	El turismo urbano consiste en el desplazamiento temporal de personas a destinos urbanos, motivado por la intención de conocer y disfrutar del patrimonio cultural, histórico, gastronómico, comercial y de ocio que ofrece la ciudad.
2009	Vieta, M.	El turismo urbano implica el desplazamiento de personas hacia ciudades para participar en actividades culturales, recreativas, de esparcimiento y ocio.
2009	Mitland & Newman	El turismo urbano se refiere a los patrones de desplazamiento temporal de la población, con el objetivo principal de experimentar el entorno urbano generado por la vida urbana y sus manifestaciones culturales.
2010	Andriotis, K. & Agiomirgianakis; G.	La actividad que implica la visita de áreas urbanas con el propósito de conocer y experimentar su patrimonio cultural, historia, estilo de vida, entretenimiento y recreación.
2013	Vera Rebollo, et al.	La ciudad presenta tres interpretaciones desde una perspectiva relacionada con el ocio: la ciudad como espacio donde interpretar el tiempo y la historia a través de sus calles, sus hitos y sus nodos; la ciudad como espacio dónde comprar bienes y consumir servicios de ocio en equipamientos especializados y la ciudad como espacio privilegiado donde satisfacer unas expectativas culturales asociadas a una masa crítica de intereses, actividades y posibilidades.

2015	Magadán, M. & García, J.	Modalidad de turismo que se desarrolla específicamente dentro de una ciudad y engloba todas las actividades que los visitantes realicen durante su estancia, desde conocer y visitar sus puntos de interés hasta realizar actividades relacionadas con la profesión y negocios
2022	OMT	Tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios.

Nota: Elaboración Propia

Para efectos de conducir o alinear la investigación actual se realiza un análisis cualitativo de las definiciones generadas en la tabla anterior, que se muestra en la figura 14.

Figura 14.

Análisis cualitativo sobre las definiciones de turismo urbano.



Nota: Elaboración propia, utilizando el software Atlas Ti versión 22.

Por lo cual se propone la siguiente definición que colaborará con el desarrollo de la presente investigación:

El turismo urbano es una modalidad específica que se centra en el desplazamiento temporal de personas hacia entornos urbanos, con el propósito de experimentar y disfrutar de las características distintivas de las ciudades, implicando la visita a destinos que ofrecen una amplia gama de atracciones y actividades relacionadas con la cultura, la historia, la arquitectura, el arte, el entretenimiento, la gastronomía y otros elementos característicos de la vida urbana.

Por otro lado, es importante abordar las nuevas tendencias que se pueden apreciar en el turismo urbano. Destaca de manera especial las motivaciones gastronómicas, así como integrar al viajero en la cultura local de los lugares que visita. Y también incluir el turismo en la planificación urbana de cada ciudad, ya que una “buena ciudad” para sus habitantes, lo será también para los turistas (OMT, 2016).

Antón (2008), menciona que el turismo nos permite observar que, muchos lugares emblemáticos, se están convirtiendo en verdaderos arquetípicos espacios de consumo recreativo. Lo cual tiene que ver con la cultura de consumo del tiempo libre, que, con la transformación de los procesos productivos, organizativos y espaciales y la puesta en valor de los elementos clave del patrimonio ha permitido que el turismo sea incluido como un elemento de crecimiento dentro de la estrategia de ciudad. Igualmente menciona las siguientes tendencias relacionadas con la dinámica del turismo urbano de manera general:

- I. Patrimonio, arte y cultura para las masas.
- II. Sistemas de acceso a viajes de bajo coste.
- III. Diversidad de equipamientos e instalaciones recreativas identificadas con la ciudad.
- IV. Singularidad gastronómica.
- V. Combinación de posibilidades de compra, a productores locales.
- VI. Comunicación multilingüe.
- VII. Tendencia a orientar al producto a demandas específicas (jóvenes, adultos, niños, parejas, etc.)
- VIII. Apertura de alojamientos con ciertas particularidades y que gocen de calidad.

De ahí que, al identificar las tendencias antes mencionadas, los modelos de desarrollo de las ciudades pueden crear productos relacionados con la cultura, el comercio, etc., brindando diferentes tipos de instalaciones recreativas, culturales y comerciales para así atraer a más visitantes. Siendo estas dinámicas las que reorganicen los espacios de la ciudad con efectos a largo plazo (Roitman, 2008).

La evolución del turismo urbano se ha concretado históricamente en tres fases: la primera, caracterizada por una concepción romántica de la visita urbana (heredada del tour romántico propio del siglo XIX); la segunda, estrechamente relacionada con el disfrute del patrimonio histórico monumental y los recursos comerciales y de negocio de la ciudad; y la última fase, compuesta por las nuevas formas de turismo urbano y metropolitano, caracterizadas por la ampliación, segmentación y especialización de la demanda, junto al desarrollo de procesos de fragmentación, flexibilización y tecnologización de la oferta conforme a los nuevos desafíos de un mercado cada vez más competitivo (Cases & Marchena, 1999).

De acuerdo con Palomeque & Torres (2019) el turismo en la ciudad es un fenómeno antiguo, pues el propio origen del turismo se encuentra en la atracción de los núcleos urbanos: desde el Grand Tour, que tomó como base de su desarrollo la ciudad, hasta momentos recientes previos a la generalización del turismo de masas de sol y playa. Sin embargo, la dimensión que ha alcanzado y la forma en que se manifiesta en los últimos años permiten hablar de una explosión reciente del turismo urbano, un verdadero estallido que se produce en un contexto de cambio turístico y, a la vez, de rápida transformación de las ciudades.

García Suárez & Pulido Fernández (2015) indican que el turismo urbano comprende aquella actividad turística cuya motivación reside en conocer, comprender y disfrutar de los atractivos de un destino urbano (atracciones, obras, manifestaciones artísticas, culturales y sociales), incluyendo el contacto con la población local. El concepto hace referencia a una tipología turística de carácter genérico, desarrollada en aquellos núcleos que presentan un elevado número de recursos o atracciones turísticas, y son la base para el desarrollo de un turismo específico.

Massidda & Etzo (2012) afirman que el floreciente auge del turismo urbano ya no está supeditado sólo a los grandes centros urbanos tradicionales, sino que se han incorporado ciudades modernas estratégicamente localizadas que han empezado a vislumbrar en el turismo

una vía de desarrollo, expansión y generación de riqueza que puede contribuir a la mejora de la calidad de vida local.

Según Mansilla (2018) han sido diversas las razones que han contribuido al desarrollo del turismo urbano, pero sin duda el verdadero factor hay que buscarlo en la diversidad de motivaciones que es capaz de satisfacer esta tipología turística, puesto que se puede presentar como un producto que engloba a distintas tipologías turísticas de carácter más específico, afirmando que el turismo urbano posee dos peculiaridades fundamentales que deben ser destacadas: la primera, el tipo de alojamiento característico es el hotelero; y la segunda está relacionada con la duración y época de disfrute, ya que se trata de vacaciones de corta duración que son disfrutadas en diferentes épocas del año, por lo que es una de las tipologías turísticas que menos sufre el problema de la estacionalidad.

Para Gonçalves (2008) el turismo urbano es aquel que se desarrolla en espacios ocupados por ciudades que, ya sea por su emplazamiento estratégico, por su evolución y riqueza económica, financiera, histórica o socio-cultural, por la disponibilidad de un sello o atractivo que actúa como emblema, o simplemente por su importante concentración de alternativas de esparcimiento que favorecen el uso del tiempo libre, son capaces de generar el interés en el usuario para desplazarse hacia ellas como parte de su destino final o como componente de un circuito turístico más amplio.

De la Calle Vaquero et al. (2018) manifiestan que la multiplicidad de la ciudad como producto-destino turístico y la propia transversalidad del fenómeno turístico determinan que el impacto de la afluencia de visitantes afecte a la práctica totalidad de dimensiones urbanas. Los impactos que podrían darse afectarían en algunos casos, a la población local, al territorio, a la identidad cultural y en otros a los propios bienes patrimoniales.

Mantero et al. (2019) visitantes afecte a la práctica totalidad de dimensiones urbanas. Los impactos que podrían darse afectarían en algunos casos, a la población local, al territorio, a la identidad cultural y en otros a los propios bienes patrimoniales.

Mantero et al. (2019) señalan que no todo turismo de ciudad es turismo urbano. Dicha diferencia está relacionada con la motivación que provoca la visita al destino, lo que se aborda como motivación de viaje, si lo que busca el turista está relacionado con el ocio, el sol y la playa,

aunque el destino sea una ciudad no se trata de turismo urbano; en cambio, sí lo es, cuando en la motivación de los turistas prima el deseo de realizar actividades urbanas. Por lo que los autores proponen identificar y definir los elementos estructurales, eventuales y coyunturales que hacen de una ciudad un destino turístico, entendiéndose por ello a:

- Los elementos estructurales: son aquellos que constituyen de manera permanente la motivación del fenómeno turístico: cultura, actividades profesionales, la actividad administrativa;
- Los elementos eventuales: son los que se producen en determinadas ocasiones, que expresan un cambio sustancial en la ciudad y que la convierten en el destino urbano preferido durante un determinado periodo de tiempo y que transcurrido el evento tiende a desaparecer esa predilección del turista; y
- Los elementos coyunturales: se producen por la coyuntura de una determinada situación, que permite considerar turismo urbano a aquellas poblaciones con destinos turísticos por “encontrarse cerca de”, es decir, por la oportunidad de su ubicación independientemente de los arraigos históricos, culturales o de otra naturaleza.

Violier & Martín (2007) muestran una tipología en la cual se encuentran las denominadas “estaciones turísticas”, que, aunque ignoradas tradicionalmente por los especialistas de la ciudad, son urbanas por sus formas y atributos y las “ciudades preexistentes a su función turística”, las cuales son lugares que cuentan con atributos intrínsecos que generan flujos turísticos considerables; dentro de estas últimas, figuran las “ciudades polivalentes”, que corresponde a aquellas en las que la función turística es una, entre otras, y las ciudades en las que a partir de esa situación, la función turística se ha convertido en esencial.

Torres (2013) establece que los destinos urbanos se caracterizan por ser heterogéneos, por lo que resulta necesario establecer su clasificación de éstos en base a dos criterios centrales, que son:

1. Según el tamaño y la entidad de los recursos turísticos:
 - Grandes metrópolis con espacios monumentales de interés;
 - Ciudades grandes con enclaves monumentales importantes; y
 - Ciudades intermedias monumentales o con enclaves de interés.
2. Según el grado de puesta en valor de sus recursos turísticos:

- Potencialmente turísticas: son aquellas ciudades en las que existe déficit en la puesta en valor turística de sus recursos, debido a una serie de. Sin embargo, su adecuada incorporación al mercado turístico puede generar una oportunidad de desarrollo para la población local.
- Creciente explotación turística: son ciudades ya consolidadas que están conociendo un rápido crecimiento durante los últimos años a causa de la expansión del turismo urbano.
- Intensa explotación turística: son destinos que han protagonizado un crecimiento rápido de los flujos turísticos, llegando al límite de presión sobre sus recursos.

Si bien es cierto que el autor utiliza el término explotación, gracias a los nuevos abordajes sobre el desarrollo de la actividad turística en distintos entornos, dicho término pasó a ser sustituido por aprovechamiento, ya que así tiene mayor relevancia dentro del contexto de la sostenibilidad y el desarrollo (Milano, 2019). Las ciudades son destinos turísticos de extraordinario dinamismo, los visitantes y actividades turísticas se concentran en los centros urbanos, sometidos a intensos procesos de turistificación (De la Calle Vaquero, 2019).

Las características del turismo urbano varían de acuerdo con el abordaje propuesto por el autor para el análisis. En éste caso de tomará lo establecido por González & Morales (2013), que señalan las siguientes:

- Son lugares geográficamente diferentes, con una forma y funciones urbanas claramente diferenciadas;
- Simbólicamente distintas, con imágenes y símbolos usados para reforzar la función turística y el consumo de ocio;
- Caracterizadas por un rápido crecimiento demográfico y de los lugares de trabajo;
- Participan de los proceso de producción flexibles, con prácticas económicas organizadas por el sector privado principalmente;
- Intervención de la administración estatal en infraestructuras y equipamiento local, así como en la provisión de fondos para la creación de organismos de fomento y gestión del turismo en el sitio;
- Poseen una estancia promedio de visita superior a las 2 noches promedio, convirtiéndose en visitas de corta estancia.

- Son lugares que cuentan con una infraestructura de conectividad y accesibilidad importante, que permita que los flujos turísticos puedan acceder al lugar sin problema;
- Su oferta de actividades turísticas está conformada por productos primarios y complementarios, los cuales están establecidos en función de los perfiles de los visitantes y las tipologías de turismo desarrolladas en el lugar;
- Los perfiles de los visitantes son bastante marcados, normalmente tienen un nivel económico alto, ya que sus requerimientos en cuanto a servicios y actividades son bastante exigentes; y
- Promueven el contacto e intercambio entre los visitantes y los residentes dentro de espacios adecuados que permitan el aprovechamiento del intercambio o encuentro cultural.

Por otra parte, en lo que respecta a los componentes del turismo urbano, existen diversos abordajes en lo que respecta a los elementos que lo conforman, como se observa en la tabla 22.

Tabla 22.

Componentes de análisis del turismo urbano.

Autores	Año	Componentes de Análisis
Butler & Wanhill	1983	• Atracciones y actividades turísticas: expresiones artísticas, culturales y recreativas que atraen a los visitantes. • Infraestructura de alojamiento: conjunto de opciones de alojamiento disponibles para los visitantes. • Instalaciones de restauración y alimentación: conjunto de establecimientos que ofrecen el servicio de comidas y bebidas a los turistas. • Transporte: conjunto de medios de transporte que permiten a los turistas el moverse dentro y alrededor de la ciudad. • Eventos y entretenimiento: compendio de actividades y espectáculos que llaman la atención de los turistas. • Compras: conjunto de negocios y comercios que ofrecen una variedad de productos y servicios. • Servicios Turísticos: agencias de viajes y otros servicios que apoyan e incentivan los viajes internos por parte de los turistas.

	• Infraestructura urbana y espacios públicos: conjunto de espacios urbanos abiertos que contribuyen al disfrute de la ciudad. • Cultura y patrimonio: expresiones y/o manifestaciones culturales que representan la historia e identidad de la ciudad. • Gestión y organización turística: entidades gubernamentales, organizaciones turísticas y otros organismos que participan en la planificación y gestión del turismo en la ciudad.
Van den Berg et al. 1995	• Producto primario: constituye la razón original para visitar una ciudad. • Producto complementario: no atrae a los visitantes, pero permite el desarrollo del turismo y puede hacer más atractivo el producto global. • Imagen: la imagen de la ciudad puede determinar que un visitante elija o no un determinado destino. Hay que cuidar el imagen o percepción de los posibles visitantes a través de los medios de comunicación habituales. • Accesibilidad interna: incluye el traslado dentro de la ciudad a los puntos de atracción, su coste, los tiempos de espera, ente otros. • Accesibilidad externa: recoge la conexión de la ciudad con el resto de los puntos, ya sea a través de transporte privado o colectivo.
Sancho et al. 1998	• Demanda: formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. La demanda del turismo urbano será tratada con mayor detalle en otro epígrafe de este capítulo. • Oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística. • Espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente.

Dwyer & Forsyth 1998

- **Operadores del mercado:** son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.
- **Atracciones y sitios de interés:** esto incluye monumentos históricos, museos, galerías de arte, parques temáticos, zonas de compras, zonas de entretenimiento entre otros lugares de interés turísticos.
- **Alojamiento:** contempla a las diversas opciones que tienen los visitantes para poder hospedarse durante el periodo de visita en el lugar.
- **Alimentos y bebidas:** combinación de opciones gastronómicas que ofrecen experiencias culinarias para el visitante.
- **Transporte:** sistema integrado de transportación, público y privado, que se encuentra a disposición del visitante para apoyar su movilidad dentro de la ciudad.
- **Eventos y actividades culturales:** festivales, conciertos, exposiciones, eventos deportivos y otras actividades culturales o recreativas que atraen a los visitantes.
- **Compras:** distritos comerciales, mercados, centros comerciales y tiendas minoristas que ofrecen una variedad de productos y experiencias de compra.
- **Entretenimiento y vida nocturna:** existencia de teatros, cines, discotecas, bares y otros lugares de entretenimiento nocturno que permita al visitante conocer el movimiento de la ciudad.
- **Servicios turísticos:** comprendidos por agencias de viajes, servicio de guías turísticos, información turística y otros relacionados con la planificación y ejecución de viajes.
- **Infraestructura urbana:** conjunto de calles, plazas, parques, paseos marítimos y otras caracterizaciones urbanas que contribuyen a la experiencia general del visitante en la ciudad.
- **Educación y formación:** programas de aprendizaje y capacitación relacionados con la cultura, historia y atractivos de la ciudad.

Garrod & Wornell	2001	• Atracciones urbanas: conjunto de elementos que generar un interés o atracción de los visitantes a la ciudad. • Alojamiento: prestadores de servicios de hospedaje para los visitantes. • Gastronomía: conjunto de prestadores de servicios con un amplia variedad de opciones culinarias, desde la cocina local hasta la internacional. • Entretenimiento y ocio: servicios de distracción o atracciones que proporcionen diversión y entretenimiento a los visitantes. • Eventos y festivales: actividades programadas que atraen a visitantes a la ciudad durante periodos específicos. • Compras: oferta de prestadores, relacionados o no, con la actividad turística a favor del visitante. • Transporte: sistema de movilidad pública y/o privada que la ciudad posee y pone a disposición del visitante. • Infraestructura urbana: elementos de planificación urbana, cuidado de espacios públicos y aprovechamiento de los lugares por parte de los visitantes. • Servicios turísticos: prestadores de servicios de intermediación, interpretación e información turística en el lugar.
Urry, J.	2002	• Atracciones culturales y artísticas: esto abarca a todos los espacios utilizados por la ciudad para mostrar la cultura del lugar a los visitantes. • Arquitectura, y espacios urbanos: la importancia de estos elementos como factores de atracción en sí mismos al volverse lugares icónicos y áreas de interés para los visitantes. • Consumo y compras: componente referido a la actividad comercial que ofrece la ciudad a los visitantes. • Gastronomía y restaurantes: la experiencia culinaria que ofrece la oportunidad de probar la comida local e internacional es un elemento clave para el turismo urbano.

- **Estilo de vida urbanos:** la importancia de identificar cómo los visitantes pueden estar interesados en experimentar los estilos de vida urbanos específicos de una ciudad.
 - **Conexiones globales:** la multiculturalidad y diversidad urbana que una ciudad puede ofrecer a los visitantes son un factor de suma importancia.
 - **Historia y patrimonio:** incluyen a todas las expresiones tangibles e intangibles relevantes y esenciales para el visitante.
 - **Accesibilidad y transporte:** incluye a todos los mecanismos, infraestructuras y servicios colocados a favor del visitante para poder llegar, recorrer y acceder a las diferentes atracciones y experiencias que ofrece la ciudad.
-

Boullón, R. 2006

- **La planta turística:** es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y se encuentra integrada por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones.
 - **Los atractivos turísticos:** puede considerarse la materia prima de la actividad turística. Deben permanecer intactos o si se interviene sobre ellos, esas acciones quedan limitadas a la restitución de alguna cualidad que pudieran haber perdido.
 - **La infraestructura:** este componente es indispensable para que se pueda desarrollar el sistema turístico. Es importante mencionar que cumple una función general porque sirve para la articulación de todos los sectores, por lo cual es erróneo hablar de una infraestructura turística para involucrar a alojamientos u hoteles, la correcta denominación es la de equipamiento turístico, como se ha explicado anteriormente.
 - **La superestructura o supraestructura:** comprende todos los organismos especializados encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como, armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico.
-

Violier & Martín	2007	• Producto primario: es el elemento que da pie a la atracción por parte de los visitantes, la razón que motiva la visita a determinado destino, que en el caso de la ciudad tiende a ser muy variado pues se pueden encontrar una diversidad de productos turísticos, como museos, exposiciones, centros de convenciones, escenarios deportivos o culturales. • Producto complementario: es el que permite el desarrollo del turismo, a la vez que añade atractivo al producto. Asimismo, son las prácticas más comunes a los que los turistas dedican la mayor parte de su tiempo (hoteles, restaurantes y equipamientos comerciales.). • Imagen: la escenografía urbana tiene un papel importante en la experiencia que buscan los turistas. Sobre este recurso, la ciudad debe tener la capacidad de reflejar en su imagen la calidad del producto que ofrece, tanto en su imagen publicitaria para poder atraer los visitantes, como en su imagen urbana, reflejada en aspectos físicos y de organización de las actividades. • Accesibilidad interna: tiene que ver con la facilidad para los visitantes de realizar sus actividades turísticas en la ciudad. Los flujos turísticos urbanos se suman al diario circular de los habitantes locales, factores como: el transporte público, privado, estacionamientos, influyen en el desplazamiento por la ciudad. Así como la seguridad, el medio ambiente, información disponible. • Accesibilidad externa: la facilidad para llegar a la ciudad de destino, así como para mantenerse comunicado con el resto del mundo. Así, se hacen relevantes los grandes aeropuertos, estaciones de trenes, marítimas, y redes de carreteras.
Hall, M.	2007	• Atracciones urbanas: conjunto de construcciones y/o manifestaciones que por sí solas atraen el interés de los visitantes en las cuales se rescata el interés de lo cultural y turístico de la ciudad.

		• Infraestructura turística: corresponde al conjunto de prestadores de servicios turísticos que se encuentran dentro de la ciudad, estableciendo una gran gama de diferenciación entre los mismos. • Eventos y actividades culturales: comprende a los festivales, conciertos, exposiciones, representaciones teatrales y otros eventos que atraen al visitante a la ciudad. • Gastronomía: expresión de manifestaciones gastronómicas propias y/o autóctonas del lugar dentro de la cual se demuestra la identidad de la ciudad, región o país. • Ocio y entretenimiento: servicios proporcionados en las ciudades para la diversión, el confort y facilidad de los visitantes al momento de recorrer el lugar. • Compras: distribución y/o establecimiento de distritos comerciales, mercados, centros comerciales, entre otros que ofrezcan un amplia gama de productos y experiencias al visitante. • Actividades deportivas: comprende a las instalaciones deportivas, estadios, eventos programados y otras oportunidades para participar o disfrutar de actividades físicas. • Transporte: sistema de transporte público, servicios de taxi, alquiler de bicicletas y otras opciones de movilidad que faciliten el desplazamiento dentro de la ciudad. • Servicios de información turística: conjunto de oficinas de turismo, centros de información turística, aplicaciones móviles y sitios web que proporcionan información relevante y útil para los visitantes.
Weaver	2008	• Atracciones urbanas: comprende a los lugares de interés turístico que atraen a los visitantes a la ciudad y su puesta en valor. • Equipamiento turístico: prestadores de servicios relacionados de manera directa con el desarrollo de la actividad en el lugar.

		• Eventos y actividades culturales: conjunto de eventos culturales y recreativos que tienen lugar en la ciudad. • Gastronomía: opciones culinarias que concentran la riqueza del lugar para ofrecerla al visitante. • Ocio y entretenimiento: servicios y lugares dispuestos a proporcionar una variedad de opciones de diversión para los visitantes. • Compras: prestadores y comerciantes dedicados de manera habitual a ofrecer productos y/o servicios para los visitantes y residentes. • Actividades deportivas: eventos e instalaciones deportivas que ofrecen la oportunidad de practicar o disfrutar de actividades físicas. • Transporte: servicios que faciliten el desplazamiento y recorrido dentro de la ciudad. • Infraestructura urbana: conjunto de elementos y espacios públicos que contribuyen a la experiencia turística de la ciudad en general.
Botella, J.	2008	• Recursos culturales: sitios y lugares históricos que representan el patrimonio cultural y artístico de la ciudad. • Oferta gastronómica: oferentes de servicios culinarios que incluyan la cocina local y platos tradicionales. • Ocio y entretenimiento: espacios que brinden opciones de entretenimiento para el visitante, brindando experiencias de convivencia y de diversión. • Actividades culturales y eventos: compendio de actividades culturales y artísticas que tiene la ciudad para ofrecer. • Servicios turísticos: prestadores de servicios relacionados con la estadía y requerimientos de los visitantes durante su periodo de permanencia en la ciudad. • Espacios públicos y naturaleza en la ciudad: conjunto de espacios públicos que brindan áreas para el esparcimiento y la conexión con la naturaleza dentro de la ciudad.

		• Experiencias de vida urbana: eventos, espacios y/o lugares que propicien la vida tradicional de la ciudad y permita al visitante interactuar con el residente.
González & Morales	2009	• La oferta: estos autores aluden a la clasificación de la estructura de atractivos y productos ofrecidos en la ciudad realizada por Jansen-Verbeke (1986), en la cual se indica que el espacio urbano incluye elementos turísticos primarios, secundarios y complementarios. • La tipología de ciudades turísticas: el potencial de atracción de una ciudad depende no sólo de su equipamiento turístico, sino también del complejo ambiente urbano que la rodea, hay tres implicaciones para el análisis del turismo en la ciudad que son: la unicidad de la ciudad, los espacios multifuncionales y la funcionalidad de consumo. • La demanda del turismo urbano: que corresponde al número de visitantes que generan visitación en el lugar y conlleva un grado de análisis y seguimiento cuantitativo que permita la toma de decisiones futuras.
Maitland & Newman	2009	• Recursos culturales: espacios que reflejen la historia, cultura e identidad del lugar para la apreciación y comprensión del visitante. • Atracciones: espacios, lugares y/o recursos que han sido adecuados para el disfrute del visitante durante su visita. • Infraestructura: cuidado y servicios que la ciudad ofrece al visitante para facilitar su disfrute de la ciudad. • Servicios turísticos: prestadores de servicios turísticos que se dedican de manera permanente a la atención de los visitantes. • Hospitalidad: capacidad de acogida que demuestra la ciudad para con los visitantes, tanto en los oferentes de servicios turísticos como los residentes.
Cabrera, adaptado de Gunn, 1979	2017	• Turistas: corresponde a la demanda real y/o histórica que se presenta en el territorio y permite identificar los requerimientos,

necesidades y el consumo que generan los turistas cuando visitan un determinado lugar.

- **Servicios turísticos:** mediante este elemento del sistema funcional de turismo urbano se transfiere de manera directa los recursos generados por el segmento turístico urbano, son los servicios de alojamiento y restauración, agencias de viajes, centros de ocio, etc., que permiten satisfacer las necesidades del turista durante su estancia en la ciudad.
- **Atracciones turísticas:** la singularidad y calidad de atracciones que tenga una ciudad será lo que motive al viaje, se considera atracciones de turismo urbano a: sitios emblemáticos, equipamientos culturales, eventos, gastronomía, edificios y monumentos.
- **Infraestructura básica:** son aquellas instalaciones que garantizan el confort del turista en la ciudad: agua potable, alcantarillado, manejo de aguas, electricidad, telecomunicaciones, Seguridad, Transporte e infraestructura vial.
- **Instrumentos de comercialización:** permiten publicitar la ciudad a distintos mercados apoyada en interlocutores mediante un conjunto de servicios que cubren nuevas tecnologías de información y comunicación, formación, comunicación interna y externa.
- **Políticas de promoción:** permiten vender los servicios turísticos de la ciudad, se focalizan en los nichos de demanda. Para el correcto desarrollo de este elemento dentro del sistema funcional turístico urbano, se considera una adecuada gestión pública – privada, canales de comunicación, marcas turísticas de fuerte identidad, diferenciación y especialización.
- **Sistemas de transporte:** referidos a los sistemas de transporte tanto dentro de la ciudad como fuera de la ciudad, adquiere mayor atractivo cuando posee una amplia y moderna

infraestructura, ya que sus visitantes podrán desplazarse de manera eficiente, rápida y segura.

- **Entorno:** incluye el análisis de los factores exógenos de desarrollo de las actividades turísticas, tomando en consideración elementos: políticos, económicos, sociales, culturales, ambientales, tecnológicos y legales.

Nota: Elaboración propia.

Como se puede observar los componentes de análisis del turismo urbano no varían en las diferentes posturas estructuralistas y posestructuralistas de la planificación de los espacios turísticos, pero obteniendo los elementos comunes que los autores han propuesto se puede inferir que el análisis de la demanda, la oferta y el entorno que evalúa el desarrollo de la ciudad, así como los componentes que permiten el desarrollo integrativo de cada una de ellas, corresponden a los elementos básicos de análisis.

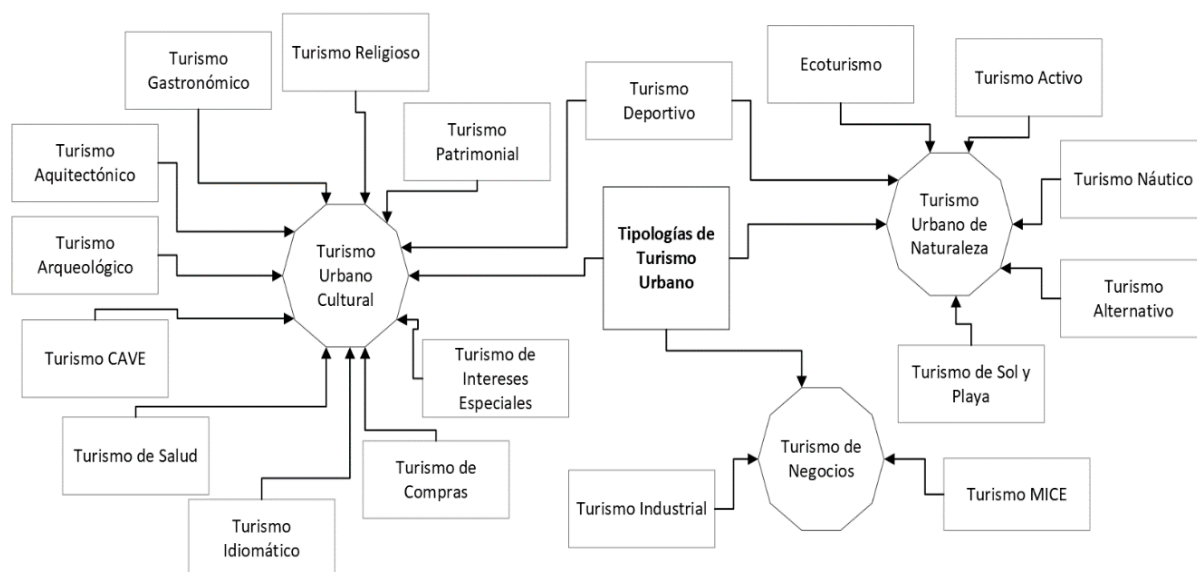
Con respecto a otras tipologías turísticas que se asocian al turismo urbano, está el turismo cultural que es parte fundamental para que el turismo urbano resulte atractivo para los visitantes, debido a que contribuye para la conservación del patrimonio histórico. El mismo que será arteria vital para conseguir el interés de visitación, por parte de los visitantes y a su vez incentivar al empoderamiento de los residentes (Hosteltur, 2016).

Además, la inversión en el patrimonio cultural y la preservación de estructuras históricas representa el núcleo del turismo en una ciudad, llevando a desarrollar productos siendo muchos de ellos enfocados a crear atracciones al aire libre a gran escala. Otro elemento que se destaca en este ámbito es la apertura de ciertos lugares que no eran punto obligatorio de visita y ahora ya se permiten las visitas al público en general de manera controlada (OMT, 2018).

En lo que respecta a las tipologías de turismo urbano, al desarrollarse éste en espacios geográficos con gran diversidad de componentes, características propias y diversidad de recursos territoriales y/o atractivos turísticos con los que se pueden ir generando los diversos productos turísticos a trabajarse desde la perspectiva territorial, son múltiples, como se puede observar en la ilustración 15.

Figura 15.

Tipologías de turismo urbano que se puede desarrollar en ciudades.



Nota: Elaboración propia a partir de OMT (2016)

3.5. Gestión Turística Urbana.

Una vez establecida la relación entre el turismo y la ciudad, así como la determinación de lo que es un destino turístico y lo que comprende el turismo urbano, es importante comprender el rol que desempeña la gestión de destinos turísticos en los entornos urbanizados divergentes a la hora de abordar la situación contemporánea del turismo.

El 15 de noviembre del 2012, en el marco de la I Cumbre Mundial sobre Turismo Urbano de la OMT, llevada a cabo en Estambul, Turquía, las 21 ciudades participantes y la ciudad de Moscú proclamaron la llamada “Istanbul Declaration on City Tourism” derivada del reporte global de turismo urbano, en la cual se obtuvieron elementos direccionales y consensuados sobre el desarrollo del turismo urbano. Entre ellas se encuentran:

- ✚ El turismo es un recurso clave para las ciudades y sus residentes;
- ✚ El desarrollo futuro de las ciudades, con las oportunidades y retos que este traerá, va a hacer necesario que se tomen políticas que tomen en consideración la estabilidad económica, social y ambiental de las ciudades al mismo tiempo que ofrece la mejor experiencia para sus visitantes;
- ✚ El turismo va a continuar siendo un componente vital de la economía global y en particular para las ciudades, trayendo consigo sustanciales beneficios económicos y jugando un papel importante en términos de ingresos y mantenimiento de la infraestructura urbana y servicios públicos;
- ✚ El turismo provee de empleo para millones de personas en las urbes del mundo. Los trabajadores tienen un rol importante en la experiencia del visitante y, por lo tanto, tienen el potencial de ser una diferenciación con respecto a competidores;
- ✚ El turismo conecta a las personas y promueve entendimiento intercultural;
- ✚ El turismo necesita de los productos flexibles y diversos que una ciudad puede ofrecer, y las ciudades necesitan del turismo para alcanzar sus objetivos sociales y económicos;
- ✚ El turismo urbano puede generar un enfoque competitivo en la promoción de destinos;
- ✚ El turismo urbano tiene el potencial de implementar y proyectar una imagen de marca consistente, para el beneficio de todos los servicios y actividades ofrecidas por las ciudades.

En correspondencia a lo anteriormente mencionado y debido a los muchos factores, criterios o variables que tienen relación con la gestión de destinos turísticos urbanos, su complejidad es

evidente, pudiendo resaltar situaciones conflictivas en los territorios urbanos, la búsqueda de satisfacer y/o cubrir las necesidades de los visitantes, cubrir los requerimientos de acompañamiento de los prestadores de servicios turísticos, entre otros, generan la necesidad de realizar procesos de gestión turística eficiente (Hall, 1996).

De acuerdo con Wang & Pizam (2012) la gestión de destinos turísticos comprende varias aristas de trabajo entre las cuales se encuentran: la planificación turística del sitio, la coordinación de las actividades entre los sectores relacionados con el turismo, el marketing y comercialización del lugar, la gestión adecuada del patrimonio turístico, la regulación y/o control de las actividades turísticas que formen parte de la oferta, el manejo adecuado de la comunicación e imagen del destino, facilitar las líneas de financiamiento e inversión que fomente el desarrollo turístico del lugar, entre otras que acojan las múltiples demandas de los involucrados.

La responsabilidad de llevar a cabo todas las actividades y tareas, así como gestionar la participación adecuada de las diferentes partes interesadas que conforman la cadena de valor del turismo de los espacios urbanos recaen en el sector público y las organizaciones que representen al mismo en el lugar, por lo que se han establecido ministerios, secretarías de estado, gobiernos locales, departamentos públicos e incluso las organizaciones de gestión de destino, cada una de estas instituciones son consideradas como “desarrolladoras, facilitadoras o rectoras” del turismo en el destino (Presenza et al., 2005). Además ellos coordinan esfuerzos para atraer turistas y asumen la responsabilidad para impulsar la competitividad de los destinos y empoderar a las comunidades receptoras (D. Pearce, 2001).

Los primeros estudios sobre la gestión de destinos se originaron tomando como base a la geografía, centrándose en el uso de los recursos y la planificación turística. Posteriormente, otros estudios trabajaron en la conceptualización del turismo, la gestión y planificación de destinos, tomando en consideración la cuestión medioambiental, los impactos de la actividad en el territorio en diversos contextos o espacios geográficos. Finalmente, los nuevos estudios o investigaciones están centradas en la competitividad de los destinos, con el objetivo de entender cómo mejorar la calidad del territorio para alcanzar un éxito a largo plazo (Dredge, 2006).

De acuerdo con la prosperidad de los destinos dependen del nivel de compromiso, soporte, colaboración y desarrollo que las organizaciones públicas encargadas puedan establecer en un determinado territorio, especialmente en los urbanos, por lo que el profesionalismo,

conocimiento y experiencia de los gestores públicos debe ser una necesidad más no un requerimiento (Zhang et al., 2021). Se debe tomar especial atención a los desafíos para el desarrollo del turismo urbano en aspectos relacionados con el cambio climático, el financiamiento de la actividad, la disrupción tecnológica y tener la capacidad de reaccionar ante situaciones irregulares que se pueden suscitar debido a situaciones externas.

Con base en lo anteriormente expuesto la OMT (2020) ha generado una actualización de las recomendaciones propuestas para poder desarrollar un turismo urbano eficiente, competitivo y diferenciado. Entre ellas se encuentran:

a) Promover la integración del turismo en la agenda urbana más amplia:

- i. El turismo debería integrarse plenamente en la agenda urbana más amplia como medio de garantizar su contribución efectiva al desarrollo de ciudades inclusivas, resilientes y sostenibles.
- ii. Las ciudades deberían crear modelos de gobernanza y mecanismos de colaboración para el turismo urbano en los que participen la administración turística, así como otras áreas de interés, el sector privado y las comunidades locales.
- iii. El turismo debería incluirse en los sistemas de seguimiento y medición de las ciudades para garantizar que las decisiones, la planificación y la gestión están basadas en datos empíricamente contrastados.
- iv. El turismo debería formar parte de las políticas y estrategias urbanas para lograr la implementación de la Nueva Agenda Urbana y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

b) Fomentar políticas y prácticas sostenibles en el turismo urbano:

- i. El turismo urbano debería promover prácticas sostenibles para un uso más eficiente de los recursos y una reducción de las emisiones y de los residuos en el marco de la economía circular.
- ii. Las ciudades deberían aplicar el concepto de destino turístico urbano inteligente, integrando plenamente en sus políticas y estrategias los pilares siguientes: la gobernanza, la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad en sus tres dimensiones (social, económica y ambiental).

- iii. Las ciudades deberían promover el turismo urbano de acceso universal en sintonía con las Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos.
 - iv. Las ciudades deberían maximizar la utilización de la inteligencia de datos y la tecnología para planificar, medir y gestionar mejor el turismo urbano y promover decisiones basadas en datos empíricamente comprobados en ámbitos clave.
 - v. Las ciudades deberían desarrollar experiencias y productos turísticos innovadores y el uso de la tecnología para diversificar los flujos turísticos en el tiempo y en el espacio, promover estancias más largas y atraer a segmentos de visitantes que contribuyan mejor a su visión y estrategia a largo plazo.
 - vi. Las ciudades deberían impulsar la medición y el seguimiento del turismo urbano para garantizar el desarrollo sostenible de los destinos de manera pertinente.
 - vii. La sostenibilidad del turismo urbano sólo puede funcionar si se adopta una estrategia de planificación integral y a largo plazo, basada en un enfoque participativo de acciones y agentes múltiples.
- c) Crear ciudades para todos: construir ciudades para los ciudadanos y los visitantes:
- i. Las ciudades deberían fomentar la plena integración de las comunidades locales en la planificación y la gestión turísticas.
 - ii. Las ciudades deberían promover la inclusión de comunidades locales en la cadena de valor del turismo, garantizando que los beneficios del turismo se traduzcan y evidencien para todos los involucrados directos e indirectos.
 - iii. Las ciudades deberían promover la contribución del turismo a la creación de ciudades que sean espacios que fomenten la regeneración urbana, la diversidad cultural, el diálogo intercultural, la innovación y la generación e intercambio de conocimientos.
 - iv. Las ciudades deberían considerar a los turistas como “residentes temporales” y garantizar que la política turística promueva la participación de los visitantes y los residentes de manera holística y plenamente integrada.
 - v. Las ciudades deberían planificar y gestionar el desarrollo de las ciudades y el turismo urbano de manera integrada para residentes y visitantes por igual.

Los turistas, por tanto, tienen un sinnúmero de oportunidades para cumplir sus motivaciones, porque existe un sinnúmero de ciudades, cada una con un tejido urbano, con una ubicación, con un paisaje, con una comunidad, con un clima, con una piel diferente y es que cada ciudad se hace a sí misma, en ocasiones la propia naturaleza la ataca y en otras la mano del hombre la reconfigura; en este contexto, es innegable que el turismo consume ciudad en todos sus componentes y, de forma paralela sus efectos se dejan sentir sobre todos los componentes y entramados de relaciones que conforman el hecho urbano (De la Calle, 2002).

En un contexto de crecimiento de la afluencia turística, La OMT (2018b) destaca los retos en la gestión del turismo en destinos urbanos. A continuación, se dan a conocer las más importantes:

- El crecimiento de la oferta de alojamiento, a través de plataformas que brindan este servicio, ha hecho que exista un descontento en los residentes. Haciendo que las actitudes que estos tomen frente a dicha actividad sean de descontento debido al ruido, molestias atribuidas al comportamiento de los turistas, llevando a que en algunas ciudades aparezcan indicios de “*overtourism*” y “*turismofobia*” como expresiones de rechazo a los visitantes.
- La congestión turística no solo hace referencia a un número de visitantes, pero debemos tomar en cuenta la capacidad de gestionarlos. Sin embargo, tenemos los dos lados de la moneda, ciudades que son capaces de manejar un alto número de visitantes y otras ciudades que luchan por disminuir dicho número de visitas. También, las estacionalidades juegan en contra en los destinos, debido a que los visitantes se ven como entes perturbadores, por lo tanto, dan la sensación de hacinamiento, provocando que los residentes se alejen de los visitantes.
- A su vez, los desplazamientos por vía terrestre por parte de los turistas ocasionan un congestionamiento en las carreteras. Los autobuses se detienen cerca de las principales atracciones o en las calles aledañas, haciendo que multitudes de turistas bloqueen inadvertidamente las calles principales. por parte de los residentes, quienes cada vez ven con ojos de desencanto al turismo.
- Por otra parte, el hecho de que los flujos de turistas aumenten, lleva a problemas de perturbación, por ruido, desorden. Siendo objetivos recordemos que los residentes también provocan perturbación, por lo cual las tensiones en el área urbana aumentan. El incremento de visitantes, presenta una sobreoferta de servicios (hoteles, instalaciones, comercios), en su mayoría con un producto dirigido a foráneos y no a locales.

- Hay que mencionar, además que las tecnologías son un aporte para el turismo, pero muchos gestores piensan que estas son la solución para la saturación que sufren los centros históricos. Dado que poseen beneficios brindándonos un sinnúmero de aplicaciones que nos resuelven las necesidades al instante, pero a más de eso no evitan los congestionamientos que deben enfrentar las ciudades a largo plazo.
- El incremento de precios de la vivienda, servicios de transporte, servicios de alimentación, especialmente de los establecimientos que prestan sus servicios aledaños a los nodos turísticos. Lo cual genera preocupación debido a que los residentes se sienten limitados y en ocasiones hasta excluidos de hacer uso de esos servicios que por derecho les corresponden, por derecho.

Pero no todas las aseveraciones que se mencionan acerca de este tema son negativas, en los últimos años el turismo internacional contribuye significativamente al desarrollo socioeconómico y cultural de muchas ciudades. Por lo tanto, el incremento del turismo urbano permite orientar acciones de sostenibilidad minimizando cualquier efecto adverso que el desarrollo de dicha actividad pueda tener en términos de aprovechamiento de los recursos naturales, impacto socio cultural, gestión pública de los territorios, etc.

BLOQUE III.- APROXIMACIÓN CONTEXTUAL

CAPÍTULO IV.- ECUADOR: CONTEXTO TERRITORIAL Y URBANO.

En el presente capítulo se realiza una introducción a la geografía nacional, en la cual se establecen elementos relacionados con ubicación, datos representativos, marco normativo, estructuración territorial y cartografía que permita comprender a profundidad la composición territorial del Ecuador.

El Ecuador ha experimentado en las últimas décadas un acelerado proceso de urbanización, en la actualidad, más del 70% de la población reside en áreas urbanizadas donde se genera el 66% del PIB nacional. A pesar de que varios estudios demuestran una relación entre los niveles de urbanización y calidad de vida, la promesa de ciudad como catalizadora de progreso social contrasta con desafíos importantes como la degradación ambiental, el cambio climático y la inequidad (Palacios, 2016).

En este sentido, el crecimiento poblacional y urbano ha provocado una constante expansión territorial de baja densidad en todo el Ecuador, generando presión sobre los ecosistemas sensibles, servicios ambientales y zonas agrícolas. Además, la falta de políticas urbanas nacionales sólidas, a pesar los avances importantes que se han dado en marcos normativos nacionales, así como la falta de capacidades técnicas, administrativas y financieras de las ciudades intermedias, han significado dificultades para enfrentar los cambios territoriales, sociales, económicos y ambientales que significa la urbanización.

En una primera instancia se identifica con claridad los datos informativos y normativos en los que se desenvuelve la realidad nacional, estableciendo la distribución territorial de las regiones y provincias del Ecuador, así como su caracterización geográfica, climatológica e identitaria, permitiendo con ello, el facilitar la contextualización del entorno del país, interiorizar la dinamización territorial de cada espacio geográfico y la orientación de desarrollo evidente en cada una de las regiones abordadas.

Luego se analizan las diferentes propuestas de planeación territorial que han sido aplicadas en el país, con la finalidad de mejorar el desarrollo local de cada una de las provincias y su contribución al proceso de dinamización económica y social que responde a los requerimientos establecidos por la política pública de planificación llevada a cabo por las instituciones gubernamentales del Ecuador.

Finalmente, se realiza un abordaje integral sobre las principales ciudades del Ecuador, estableciendo una descripción de cada una de ellas, así como un análisis de las problemáticas territoriales y los retos principales sobre la actividad turística que se desarrolla en cada uno de estos espacios urbanos.

4.1. Introducción geográfica al país.

Ecuador está ubicado al noroeste de América del Sur, posee una superficie terrestre de 256.370 km² y marítima de 1.358.440 km² (incluyen los espacios marítimos jurisdiccionales actuales y la plataforma continental extendida), siendo el país más pequeño de los denominados “territorios andinos”, limita al Norte con Colombia, al oeste con el Océano Pacífico y al Este y Sur con Perú. Las islas Galápagos ubicadas a 1.000 km del continente en el Océano Pacífico son parte constitutiva del país y le dan identidad muy particular. Lo atraviesa la línea equinoccial o ecuatorial (de donde adquiere su nombre) y se extiende entre las latitudes 1°30’ Norte y 5° Sur y las longitudes 75° 20’ Oeste y 91° Oeste.

Es un país que tiene una gran diversidad natural; forma parte de los 17 países más megadiversos del mundo y es considerado como el país más biodiverso por kilómetro cuadrado (relación existente entre el número de especies y la extensión geográfica). Es el segundo país en diversidad de vertebrados endémicos por unidad de territorio, tercero en diversidad de anfibios y cuarto en diversidad de aves; aproximadamente el 18% del territorio ecuatoriano es considerado como área protegida. En esta categoría sobresale por sus particularidades de endemismos y la riqueza paisajística las Islas Galápagos.

Además, ocupa el séptimo lugar en el mundo por importancia en plantas vasculares, con alrededor de 17.058 especies endémicas y por ello el Ministerio de Turismo lo ha denominado como “el país de las orquídeas”, ya que el 30% de las mismas son endémicas del país.

La constitución de la república del Ecuador (2008) en su artículo 4 establece que el territorio del Ecuador constituye una unidad geográfica e histórica de dimensiones naturales, sociales y culturales, legado de nuestros antepasados y pueblos ancestrales. Este territorio comprende el espacio continental y marítimo, las islas adyacentes, el mar territorial, el Archipiélago de las Galápagos, el suelo, la plataforma submarina, el subsuelo, el espacio suprayacente continental, insular y marítimo.

Algunos datos característicos contemplados en la constitución de la república y demás documentos publicados en el registro oficial nacional que caracterizan la configuración nacional, se exponen a continuación:

- Nombre oficial: República del Ecuador

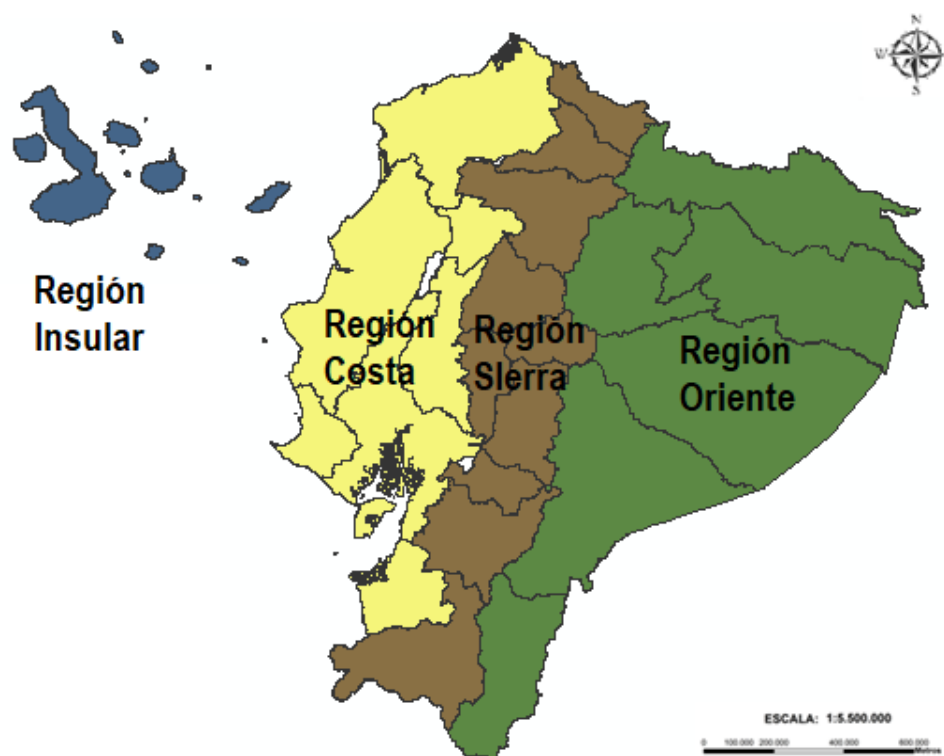
- Extensión: 256.370 kilómetros cuadrados
- Población: 17.808.027 millones de habitantes (junio/2022)
- Forma de gobierno: Democrático republicano.
- Jefe de Estado: presidente de la República.
- Idioma oficial: Castellano, el kichwa y el shuar son idiomas de relación intercultural
- Moneda oficial: dólar de los Estados Unidos de América
- Religión: Libertad de cultos. Mayoría de población católica.
- Miembro de: ONU, OEA, CAN, UNASUR, CELAC, ALBA, BID, BM, FMI, FLAR, CAF, OLADE, OPEP, OEI, Grupo de Río.
- Huso horario: UTC -5 y Galápagos UTC -6
- Pueblos y nacionalidades indígenas: 21 distribuidos así:
 - 14 nacionalidades,
 - 18 pueblos indígenas y
 - 1 pueblo afroecuatoriano.
- Áreas Naturales protegidas: Cuenta con 76 áreas naturales protegidas, distribuidas de la siguiente manera:
 - 7 áreas protegidas descentralizadas,
 - 6 áreas nacionales de recreación,
 - 3 áreas protegidas comunitarias,
 - 8 áreas protegidas privadas,
 - 14 parques nacionales,
 - 13 refugios de vida silvestre,
 - 5 reservas biológicas,
 - 4 reservas de producción de fauna,
 - 7 reservas ecológicas,
 - 1 reserva geobotánica y
 - 8 reservas marinas.
- Consta de 4 regiones geográficas: Costa, Sierra, Oriente e Insular.
- Cuenta con 4 regiones turísticas: Costa Pacífica, Andes, Amazonía y Galápagos.

Así también en el capítulo II denominado “organización territorial”, en su artículo 242 indica que el estado se organiza territorialmente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales, contando con 4 regiones geográficas naturales, todas y cada una de ellas diferentes, con sus

propias particularidades en términos de clima, suelo, población, cultura entre otras, lo que conforma la gran variabilidad y complejidad del territorio; siendo éstas: costa, sierra, oriente y galápagos (Ecuador, 2008).

Figura 16.

Regiones geográficas del Ecuador.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

La región Costa o Litoral se extiende desde el perfil costanero hasta unos 1.000 metros de elevación en las estribaciones occidentales de los Andes. Tiene una extensión de 670 km de largo y 150 km de ancho, va desde el río Mataje al norte hasta el río Zarumilla al sur. Se conforma de llanuras bajas, cuencas sedimentarias, zonas de piedemonte y varias cordilleras costaneras de baja altura, que alcanzan elevaciones entre los 400 y 700 metros de altura. Las cordilleras costeras son Macho Chindul, Jama, Chongón Colonche, Balzar, Convento y Cojimíes (IGM, 2013).

Esta región se caracteriza por un clima tropical árido al suroeste, seco a húmedo hacia el centro sur y muy húmedo al norte, en la zona del Chocó. La estación húmeda (altas temperaturas y lluvia abundante) se registra entre diciembre y abril-mayo por la presencia de la corriente cálida de El Niño y la Zona de Convergencia Intertropical. La estación seca, caracterizada por bajas

temperaturas y lluvia escasa, dura de junio a noviembre o diciembre. La temperatura promedio de toda la región oscila entre los 24-25°C, aunque puede llegar a ser menor a 22°C en zonas de cordillera.

Sus niveles de precipitación anual varían de menos de 60 litros por metro cuadrado (península de Santa Elena) a más de 2000 litros por metro cuadrado, dependiendo de la ubicación con respecto a la zona de influencia de la corriente de Humboldt, ese gradiente de lluvia crea hábitats muy diversos, desde zonas desérticas hasta bosques húmedos tropicales. También hay un gradiente de lluvia de occidente (seco) a oriente, dónde la presencia de los Andes hace que el aire húmedo, proveniente del océano, libere su humedad produciendo lluvias.

Por otra parte, la región Sierra está dominada por la Cordillera de los Andes, con una extensión de 800 km. de longitud y 100-200 km. de ancho aproximadamente, va desde el río Carchi al norte y hasta el río Macará al sur. Se conforma de hileras de montes, nevados, volcanes, páramos altoandinos, cumbres, valles y lagunas. La cordillera Occidental es de menor altura y sus principales elevaciones son el volcán Chimborazo (el más alto del país, con 6.310 metros), Guagua Pichincha, Atacazo, Corazón y los Illinizas.

Mientras que la cordillera Oriental es la más alta y sus principales elevaciones son el volcán Cotopaxi (segundo más alto, con 5.897 metros), Cayambe, Antisana, Tungurahua, Altar y Sangay. Los Andes sur del Ecuador no se diferencian claramente entre cordilleras y sus elevaciones no sobrepasan los 4.000 metros de altura. Los principales sistemas hidrográficos de oriente y occidente del país nacen de sus montañas y páramos debido a deshielos y precipitaciones en la zona (IGM, 2013).

El clima de esta región es tropical muy húmedo en zonas de transición hacia el litoral y Amazonía, templado semihúmedo a húmedo en la zona interandina, cálido y seco en los valles interandinos y frío de alta montaña en los páramos, sobre los 3.000 metros de altitud. Esta región recibe la influencia alternada de masas de aire oceánicas y amazónicas y de la oscilación de la Zona de Convergencia Intertropical, por lo que registra dos estaciones lluviosas (distribución bimodal de lluvias), entre marzo-abril y octubre-noviembre.

El promedio anual de las precipitaciones varía entre 800 y 1.500 litros por metro cuadrado, a excepción de la zona del valle del Chota (300 litros por metro cuadrado) y el valle Jubones (400 litros por metro cuadrado).

Las temperaturas más altas se registran entre diciembre y enero, con mínimos entre abril y junio. La temperatura está ligada a la altura; entre los 1.500 y 3.000 metros los valores promedio varían entre 8 y 20°C, con un gradiente de temperatura de -5°C por cada 1.000 m de altura.

En lo que respecta a la región Oriental o Amazónica, también conocida como Oriente, se extiende desde la cordillera de los Andes orientales al oeste hasta la frontera con Colombia y Perú al este. Se divide en alta Amazonía (superior a los 1.000 metros de altura) y llanura Amazónica (inferior 1.000 metros de altura).

Se caracteriza por un clima tropical muy húmedo en toda la región durante todo el año, debido a la retención de humedad por los grandes bosques amazónicos. Las precipitaciones en esta región son constantes, con un ligero incremento entre marzo y julio y una disminución en agosto y enero como resultado del movimiento de la Zona de Convergencia Intertropical.

Las tormentas son muy comunes en la región, se registra el máximo de precipitación (superiores a los 4.500 litros por metro cuadrado) de todo el país en la zona de Mera y Puyo, en la provincia de Pastaza. La temperatura promedio es de 24-25°C, la cual fluctúa muy poco, con máximos de hasta 40°C en el mes de mayo (IGM, 2013).

Finalmente, la región insular es un archipiélago de 12 islas de origen volcánico, 17 islotes y decenas de rocas expuestas, con un área de 8.010 km² en total. Su principal elevación es el volcán Sierra Negra en la isla Isabela. Se caracteriza por un clima árido a muy seco en los bordes litorales y semihúmedo a húmedo conforme aumenta la altura.

La presencia de la corriente de Humboldt disminuye las temperaturas entre los meses de julio a diciembre. Las características pluviométricas también varían con la altitud. Las zonas bajas tienen un clima seco con un ligero incremento en la precipitación en los meses de febrero y junio-septiembre y una temperatura promedio de 23°C, mientras que, las zonas bajas presentan un periodo más largo de lluvias, entre noviembre y febrero y su temperatura disminuye en algunos grados (IGM, 2013).

Finalmente, la región insular es un archipiélago de 12 islas de origen volcánico, 17 islotes y decenas de rocas expuestas, con un área de 8.010 km² en total. Su principal elevación es el volcán Sierra Negra en la isla Isabela. Se caracteriza por un clima árido a muy seco en los bordes litorales y semihúmedo a húmedo conforme aumenta la altura.

La presencia de la corriente de Humboldt disminuye las temperaturas entre los meses de julio a diciembre. Las características pluviométricas también varían con la altitud. Las zonas bajas tienen un clima seco con un ligero incremento en la precipitación en los meses de febrero y junio-septiembre y una temperatura promedio de 23°C, mientras que, las zonas bajas presentan un periodo más largo de lluvias, entre noviembre y febrero (IGM, 2013).

El Ecuador tiene dos cuencas hidrográficas principales, la Pacífica y la Amazónica. Los principales sistemas hidrográficos de la cuenca Pacífica incluyen las cuencas de los ríos Esmeraldas (subcuencas de los ríos Blanco y Guayllabamba), Mira, Cayapas, Guayas (subcuencas de los ríos Babahoyo, Daule y Vinces), Jubones, Puyango y Catamayo Chira. La cuenca Amazónica incluye las cuencas de los ríos Putumayo, Napo, Tigre, Pastaza, Santiago, Morona y Chinchipe al sur. Las cuencas hidrográficas más extensas son las del Río Guayas (en la cuenca Pacífica) y el río Napo (en la cuenca Amazónica).

La ubicación del Ecuador, sobre la línea ecuatorial, produce poca estacionalidad a lo largo del año. Solo hay dos estaciones definidas: húmeda o invierno y seca o verano, la duración de las estaciones varía regionalmente. El clima del Ecuador se ve muy influenciado por la topografía. Su rango altitudinal (de 0 a 6.300 metros) genera un amplio gradiente de temperaturas, de 0 a 26 grados centígrados de temperatura promedio anual. Hay una relación muy estrecha entre la elevación y la temperatura. Sin embargo, la Amazonía tiene una temperatura mayor a la esperada de su elevación mientras que sucede lo opuesto en el matorral seco de la Costa. Además, el clima se ve influenciado por elementos como: altitud, posición con respecto a las masas de aire y agua, el relieve, las corrientes marinas y la estacionalidad.

En la región Costa, la época lluviosa se inicia en diciembre y dura hasta mayo; la época seca tiene lugar entre junio y noviembre. En los Andes, la estación lluviosa dura de octubre a mayo y la seca de junio a septiembre. En la región amazónica hay diferencias entre norte y sur. En la Amazonía norte (provincia de Sucumbíos), la época lluviosa dura de marzo a noviembre

mientras que la seca de diciembre a febrero. En el resto de la Amazonía, el patrón estacional es similar al Andino.

La ubicación geográfica del Ecuador hace que la duración de los días sea similar durante todo el año, teniendo cada día 12 horas de luz. La cantidad de radiación solar recibida en el país también es constante, lo que reduce la variación de temperatura media anual en la zona, con una variación máxima de 3°C entre meses, principalmente en las zonas áridas del suroeste del país.

Las principales actividades económicas son las siguientes:

- Región Costa: Cultivo de banano, café, cacao, cereales, agricultura, ganadería, acuicultura, pesca, extracción de petróleo, selvicultura y extracción de madera, minería, industrialización, elaboración de productos lácteos, textiles, servicios y fabricación de productos.
- Región Sierra: Cultivo de cereales, flores, agricultura, ganadería, minería, industrialización, elaboración de productos lácteos, textiles, servicios y fabricación de productos.
- Región Oriente: Cultivo de café, flores, agricultura, extracción de petróleo, selvicultura y extracción de madera, minería, textiles, servicios y fabricación de productos.
- Región Insular: Cultivo de café, pesca, agricultura, servicios y fabricación de productos.

La distribución territorial del Ecuador comprende 24 provincias, 23 son continentales y 1 insular. Por regiones, se reparten de la siguiente manera: 7 provincias en la región costa, 10 provincias en la región sierra, 6 provincias en la región oriente y 1 provincia en la región insular. En lo que respecta a los cantones, el país posee 221, distribuidos de la siguiente manera: 86 en costa, 91 en sierra, 41 en el oriente y 3 en la región insular. De otra parte, hay 1.499 parroquias: 359 urbanas y 1.140 rurales.

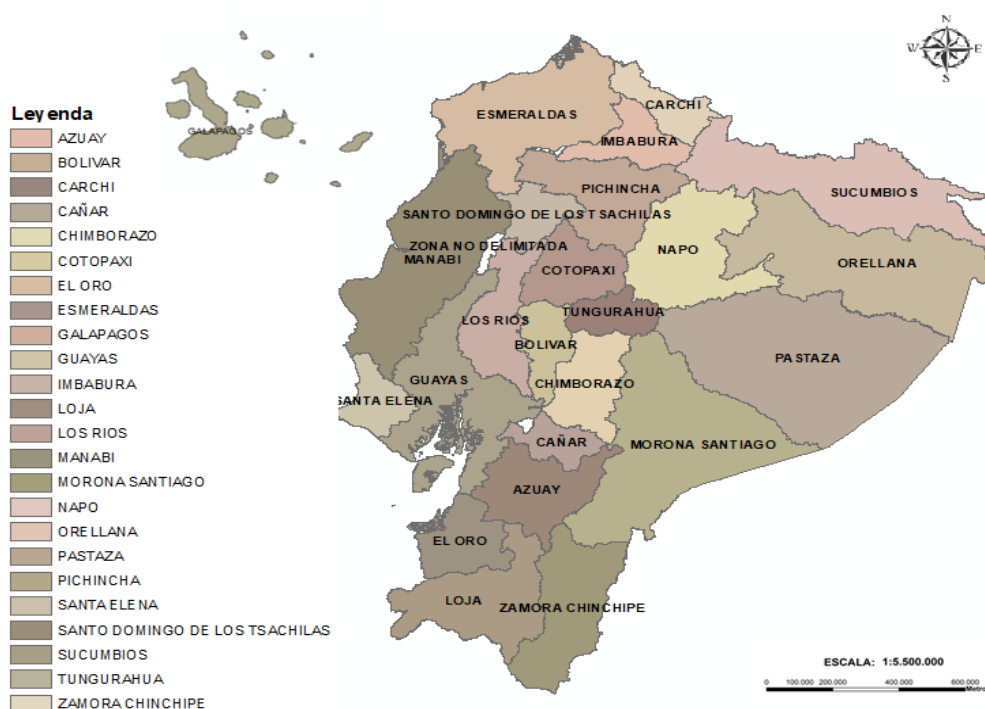
En concordancia con lo anteriormente establecido, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización -COOTAD- (2019), establece la organización político-administrativa y territorial del estado ecuatoriano; a través del establecimiento de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales a nivel

nacional, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera. La división político-administrativa de las provincias del Ecuador se puede visualizar en la ilustración 17. Los niveles de organización territorial se denominan central y subnacionales que son: las regiones, las provincias, los municipios y las parroquias rurales. Estos niveles territoriales cuentan con sus propios gobiernos autónomos descentralizados que cuentan con autonomía política, administrativa y financiera en el marco de sus competencias. Entre sus objetivos se encuentran:

- La profundización del proceso de autonomías y descentralización del Estado, con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y la participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población.
- El fortalecimiento del rol del Estado mediante la consolidación de cada uno de sus niveles de gobierno, con el fin de impulsar el desarrollo nacional y garantizar el pleno ejercicio de los derechos sin discriminación alguna, así como la prestación adecuada de los servicios públicos.
- La democratización de la gestión del gobierno central y de los gobiernos autónomos descentralizados, mediante el impulso de la participación ciudadana.

Figura 17.

División político-administrativa: Provincias del Ecuador.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

Por otra parte, en el marco de esta organización territorial, por razones de conservación ambiental, étnico culturales o de población, podrán constituirse regímenes especiales de gobierno: distritos metropolitanos, circunscripciones territoriales de pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias y el consejo de gobierno de la provincia de las Galápagos, los cuales contarán con autonomía administrativa enmarcada dentro de los procesos de organización nacional correspondientes a la descentralización y desconcentración promovida por el gobierno central para agilizar y mejorar los servicios públicos.

En la tabla 23 se realiza el desglose informativo de cada una de las provincias del Ecuador, con base en su extensión y división territorial, así como su población.

Tabla 23.

Distribución territorial y poblacional del Ecuador.

Región Geográfica	Provincia	Extensión Territorial	Población	División Territorial
Costa 70.607 km² (27.54%)	Esmeraldas	16.132 km ²	534.092	7 cantones,
	Manabí	18.936 km ²	1.792.179	22 cantones
	Santo Domingo de los Tsáchilas	3.447 km ²	368.013	1 cantón
	Los Ríos	7.205 km ²	798.115	12 cantones
	Guayas	15.430 km ²	4.845.483	27 cantones
	Sana Elena	3.690 km ²	308.693	3 cantones
	El Oro	5.767 km ²	707.204	14 cantones
Oriente 116.602 km² (45.48%)	Sucumbíos	18.084 km ²	176.472	7 cantones
	Napo	12.542 km ²	103.967	5 cantones
	Orellana	21.692 km ²	136.396	4 cantones
	Pastaza	29.641 km ²	83.933	4 cantones
	Morona Santiago	24.059 km ²	147.940	12 cantones
	Zamora Chinchipe	10.584 km ²	91.376	9 cantones
Sierra 60.362 km² (23.54%)	Carchi	3.780 km ²	184.524	6 cantones,
	Imbabura	4.588 km ²	458.244	6 cantones
	Pichincha	9.536 km ²	3.756.287	8 cantones
	Cotopaxi	6.108 km ²	429.205	7 cantones,

	Tungurahua	3.386 km ²	514.583	9 cantones
	Bolívar	3.945 km ²	185.641	7 cantones,
	Chimborazo	6.500 km ²	524.581	10 cantones,
	Cañar	3.146 km ²	281.396	7 cantones,
	Azuay	8.310 km ²	889.394	15 cantones,
	Loja	11.063 km ²	541.447	16 cantones
Insular 8.010 km² (3.12%)	Galápagos	8.010 km ²	31.624	3 cantones,
Zonas no Delimitadas 797 km² (0.32%)		797 km ²	32.384	3 cantones
Total		256.370 Km²	17.808.027	221 cantones

Nota: Elaboración propia a partir de (INEC, 2022)

Las zonas no delimitadas establecidas en la tabla 23 son áreas que se encuentran en disputa entre los gobiernos autónomos descentralizados de las regiones de la costa y la sierra.

Figura 18.

Distribución poblacional del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de (INEC, 2022) utilizando el programa QGIS versión 3.28.

Como se puede evidenciar en la tabla 23 y la figura 18, el 52.63% del total de la población ecuatoriana se encuentra ubicada en la región costa, seguido por el 43.61% en la región sierra, el 3.41% en el oriente y solamente el 0.18% en la región insular, resultando dicho comportamiento interesante, ya que las dos regiones más pobladas representan el 51.08% del territorio nacional, esto se debe principalmente a que las ciudades con mayor desarrollo urbano y crecimiento económico se encuentran ubicadas en estos lugares y normalmente coinciden con sus cabeceras provinciales, incrementando así la densidad poblacional de estos territorios.

La población aglomerada del país, es decir que vive en espacios urbanos, según el INEC para el primer trimestre del 2022, es de 11.183.441 habitantes, el 62,8 % de la población total del Ecuador. Se incluyen en este valor los habitantes de todas las ciudades y cabeceras parroquiales. En tanto, la población dispersa total del país alcanza los 6.624.586 habitantes, que habitan en pequeños poblados, comunidades, zonas rurales o en el campo.

La ubicación geográfica de las provincias condiciona las actividades económicas principales que conforman la matriz productiva del país, la matriz productiva es la forma en que la sociedad se organiza para producir bienes y servicios, desde los procesos técnicos y económicos hasta el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales, quienes utilizan los recursos a su disposición para llevar adelante diferentes actividades productivas. Esas combinaciones determinan la especialización de cada país en un patrón productivo (Correa-quezada & Romero, 2014).

En el año 2012 el gobierno nacional implementó una estrategia de equidad territorial, para mejorar los procesos de planificación nacional, local y autónoma, por parte de todos los Gobiernos Autónomos Descentralizados, para lo cual se generó un análisis económico, geográfico y de conectividad entre las diferentes provincias del país para establecer las denominadas zonas, en las cuales se determinaba el cumplimiento de los principios de descentralización y desconcentración planteados en el COOTAD (2019). Dicha propuesta se fundamentaba en dividir al país en zonas, distritos y circuitos, de forma administrativas, en las cuales se mejore la prestación de los servicios públicos a favor de la ciudadanía (SENPLADES, 2012).

La propuesta de zonificación constituye una alternativa para facilitar la gestión adecuada de organización del espacio desconcentrado del estado, la planificación integral y la ocupación

equilibrada del territorio. Está concebida en función de las potencialidades y limitaciones de los recursos y en el imperativo de atender de manera eficiente, los requerimientos y necesidades de la población. Para la elaboración de las propuestas de reorganización territorial, se establecieron criterios acordes con los objetivos de la nueva estructuración del estado, persiguiendo los siguientes lineamientos de actuación a nivel nacional:

- Conformar zonas con provincias contiguas (agrupación territorial entre provincias colindantes);
- Mantener la división política actual (no dividir parroquias, cantones, provincias);
- Vincular provincias con requerimientos similares;
- Considerar a los cantones de Quito y Guayaquil como Distritos Metropolitanos; y
- Considerar al archipiélago de las islas Galápagos como una zona de tratamiento especial.

Y los pasos para elaborar la propuesta de reorganización del territorio fueron:

- Analizar las propuestas seleccionadas y caracterizar el comportamiento de cada una de ellas mediante la aplicación de varios indicadores;
- Diseñar una metodología que permita caracterizar y modelar el comportamiento de las zonas de cualquier otra propuesta presente;
- Establecer los lineamientos y criterios de una regionalización que proporcione un desarrollo socialmente justo, económicamente rentable, y ambientalmente sostenible;
- Determinar la propuesta más viable y óptima con zonas lo más equitativas posibles y que se encuentren lo mejor distribuidas posibles.

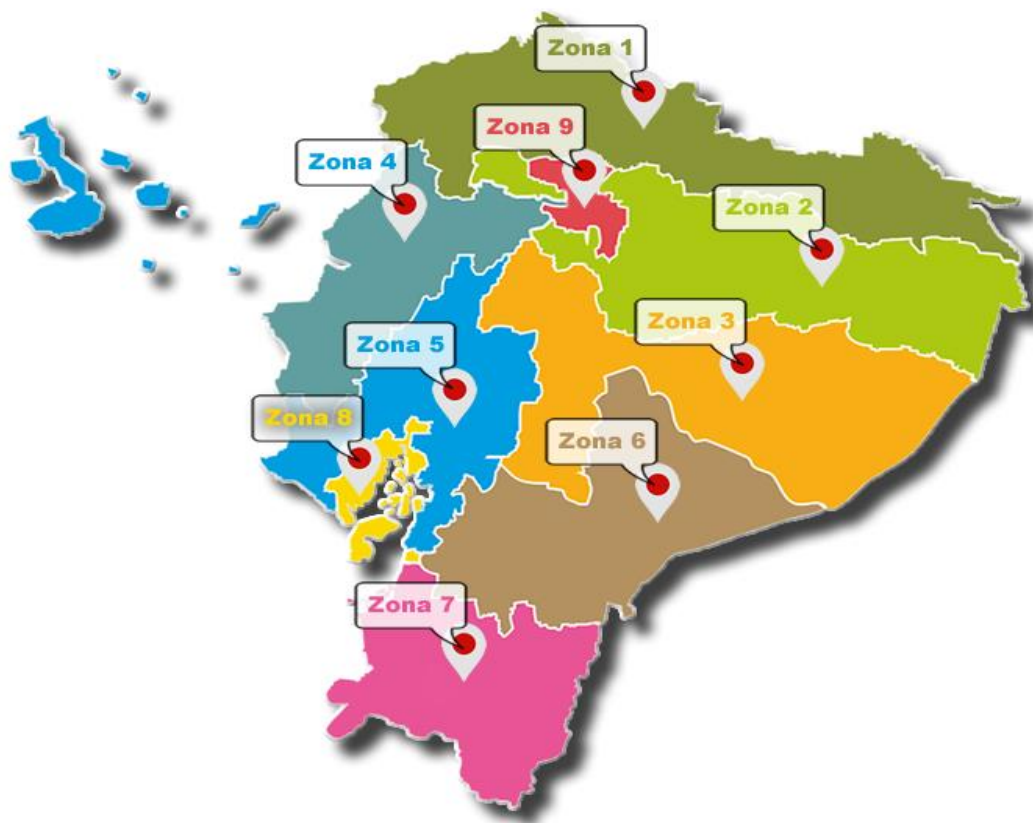
En la propuesta original, se contemplaba un total de 9 zonas administrativas a nivel nacional, las cuales contenían a su vez 140 distritos y 1.134 circuitos; dicha distribución funcionó como tal hasta el año 2020, pero a partir del cambio de gobierno, muchas de esas distribuciones no se encuentran activas actualmente, pasando una determinada zona a absorber una mayor cantidad de espacios territoriales y lo que ello conlleva.

El proceso consistió en un análisis de las zonas tomadas de cada una de las propuestas consideradas como referencia, a las que se les aplicó funciones estadísticas que permitieron medir el comportamiento de los territorios con respecto a las 52 variables que fueron

consideradas por las instituciones ministeriales del país, mediante un análisis multicriterio, constituyendo las zonas de la siguiente manera.

Figura 19.

Zonificación territorial del Ecuador.



Fuente: (SENPLADES, 2012)

Al ser una propuesta proveniente del ejecutivo, todos los ministerios tuvieron que sumarse lo establecido, por lo que las acciones de descentralización y desconcentración en los aspectos relacionados con: planificación turística, gestión del destino, gobernanza del turismo, levantamiento de información competitiva del sector, permisos de funcionamiento y capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos.

Para poder alcanzar lo establecido en el párrafo anterior, se generó, como lineamientos estratégicos, las denominadas agendas zonales, las cuales contemplan la información territorial básica para poder reconocer los elementos básicos del sistema territorial del sitio, entre las cuales se contempla la hidrografía, geomorfología, uso de suelo, actividades económicas, problemáticas sociales, elementos culturales relevantes y los índices de desarrollo humano aplicado a cada lugar.

En el año 2021, con el cambio de gobierno en el país, el manejo territorial de las zonas por ministerio se cambió, al generar una consolidación zonal, debido al reajuste presupuestal ministerial, quedando las nuevas zonas en turismo así:

1. Zonal 1: Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos, Orellana, Napo y Pichincha (excepto el cantón Quito); con su sede en la ciudad de Ibarra.
2. Zona 6: Azuay, Cañar, El Oro, Loja, Zamora, Cotopaxi, Chimborazo, Tungurahua, Pastaza y Morona Santiago; con su sede en la ciudad de Cuenca.
3. Zona 8: Guayas, Los Ríos, Santa Elena, Bolívar, Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas; con sede en Guayaquil.
4. Zona Insular: Galápagos.
5. Zona 9: Distrito Metropolitano de Quito (cantón Quito).

Cabe recalcar que dicho cambio solamente afecta a la cartera de estado relacionada con el turismo, para efectos prácticos relacionados con ordenamiento, planificación y gestión territorial, lo establecido en la figura 17 sigue vigente a nivel nacional.

4.2. Principales ciudades del Ecuador.

En el presente epígrafe se establecerá el proceso de análisis empírico territorial que se ha llevado a cabo en el Ecuador para la delimitación de sus principales ciudades, en cada una de las regiones, tomando en consideración los lineamientos de planificación y ordenamiento territorial abordado en los párrafos anteriores. Así también se establecerá una descripción de las ciudades, además de determinar sus problemáticas territoriales actuales y la determinación de cuáles son los retos en materia de turismo a los que cada una se enfrenta.

En este contexto Rodríguez & Portais (1987) establecieron los primeros lineamientos para la definición de la jerarquización y la clasificación categórica de las ciudades ecuatorianas, dichos autores establecieron tres niveles que dificultan el abordaje adecuado de este tipo de estudios en el contexto nacional, los cuales son:

- a) A nivel de entidades públicas, algunas de ellas se han dedicado especialmente a estudios coyunturales y de corto plazo, ajenos a contextos espaciales, abandonando toda una experiencia acumulada del territorio.
- b) A nivel de equipos multidisciplinarios de investigación, los cuales se encontraban adscritos a instituciones o vinculados a empresas privadas, mostrando una tendencia a abordar estudios de caso con ideologías divergentes, plagadas de pugnas sectoriales y con una visión limitada de la problemática urbana.
- c) A nivel metodológico, se evidenciaba una carencia de enfoque de carácter espacial que articule y relacione entre sí a las distintas ciudades, siendo evidente la obsoleta dicotomía urbana rural.

Pese a dichas limitaciones, en el Ecuador han existido diversos intentos por caracterizar y jerarquizar los espacios urbanos, provenientes de diversos orígenes y que responden a situaciones muy particulares, entre ellas se encuentran:

- **Primero Intento:** Un primer intento se encuentra en un estudio ejecutado a fines de la década de los 60, en el cual se indica que al observar el perfil de la configuración ecuatoriana se podía visualizar una elevada concentración de población urbana en la región costa, así como una marcada concentración poblacional en las ciudades de Guayaquil y Quito y una mayor concentración de centros urbanos costeros alrededor de

la ciudad de Guayaquil, lo cual contrastaba con la dispersión de los centros urbanos en la serranía ecuatoriana.

La hipótesis que se derivó de dicho aporte indicaba que los cambios en la estructura de la economía y más específicamente, la expansión y modificación de los sectores económicos de asiento urbano, juegan un rol determinante con respecto a los cambios a nivel ecológico-demográfico. Con ello, para 1962, de las 22 ciudades ecuatorianas con una población superior a los 10.000 habitantes, 14 correspondían a ciudades costeras y 8 a ciudades de la serranía, situación que reforzaba la tendencia vislumbrada en 1950.

- **Segundo Intento:** Cuando se publicaron algunos de los resultados del III censo poblacional de 1974, hubo otros intentos interpretativos provenientes, tanto de la perspectiva social, como geoespacial; así en 1978 la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) adelanta algunos de los resultados de un estudio en el cual se incorporan perspectivas sociodemográficas a los análisis urbanos identificando la incidencia de las migraciones internas en los procesos de urbanización nacional, por primera vez se planteó la hipótesis de las migraciones escalonadas y la posibilidad de que las fuertes inmigraciones a las ciudades no provengan necesariamente de las áreas rurales; por lo cual se aseguró que se estaba dando un proceso de urbanización acelerado y un acrecentamiento de flujos de población interurbanos sin que se dé un proceso de desconcentración de las actividades económicas.
- **Tercer Intento:** Los estudios llevados a cabo por la Junta Nacional de Planificación del Ecuador (JUNAPLA), realizó dos estudios en el territorio nacional, referidos a la jerarquización urbana, en la cual se indicaban los distintos niveles o funciones jerárquicas resultantes. Para ello se realizó un estudio piloto en el Ecuador dentro de 22 centros poblados (que sobrepasan los 10.000 habitantes para la época, 1978) y su fundamentación para la medición se centró en la población económicamente activa y el esquema modelo de la base económica del lugar, los equipamientos en servicios del sitio y la demografía del lugar.

Dando como resultado a las ciudades de: Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Ambato, Manta, Machala, Latacunga, Ibarra, Esmeraldas, Riobamba, Tulcán, Quevedo, Babahoyo, Milagro, Pasaje y Chone como las principales ciudades del país para la

época, reafirmando lo establecido en los intentos anteriores acerca de la supremacía de las ciudades costeras.

- **Cuarto Intento:** En un trabajo realizado por el Banco Central del Ecuador en 1982 llamada “Atlas del Ecuador” se incluyó un apartado con la jerarquización urbana de las ciudades, clasificándolas como: metrópolis (más de 800.000 habitantes); ciudades (más de 100.000 habitantes), centros regionales (menos de 100.000 habitantes), en las cuales a su vez se identificaba que contengan las funciones territoriales fundamentales que fueron: la función administrativa, judicial, educativa, de salud, financiera, de mercado, de apoyo a la productividad y recreativa-cultural. Para la fecha se contemplaban como metrópolis a: Guayaquil y Quito, como ciudad a Cuenca y como centros regionales a los otros centros poblados nacionales descritos en el intento tres.
- **Quinto Intento:** En 1987 se estableció el penúltimo intento para jerarquizar y clasificar a las ciudades ecuatorianas, para lo cual se contemplaron a todos los centros poblados de las diversas cabeceras cantonales y parroquiales a nivel nacional, tomando en cuenta aspectos relativos a: demografía, mando y función administrativa, equipamiento de servicios (sociales, educativos, de salud y de transporte) y la dinamización económica del lugar. Dicha clasificación generada sirvió como elemento de tratamiento y de decisiones estratégicas del gobierno nacional hasta finales del año 2004.
- **Sexto Intento:** finalmente, el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), estableció la clasificación territorial del país, entre espacios urbanos y rurales, indicando su dependencia en tres elementos clave que son: densidad demográfica, ocupación territorial y configuración espacial; por lo que dicho organismo a categorizado al territorio nacional, en el año 2015, como se establece en la tabla 24, que se presenta a continuación.

Tabla 24.

Clasificación de las ciudades del Ecuador.

Región	Nombre de la Ciudad	Tipo de Ciudad
Costa	Guayaquil	Ciudad Metrópoli
	Machala	Ciudad Grande

Sierra	Portoviejo	Ciudad Mediana
	Manta	
	Santa Elena	
	Milagro	
	Daule	Ciudad Pequeña
	Salinas	
	Quito	Ciudad Metrópoli
	Cuenca	Ciudad Grande
	Loja	Ciudad Mediana
	Ambato	
Amazonía	Riobamba	
	Ibarra	
	Latacunga	
	Tulcán	
	Tena	Ciudad Pequeña

Nota: Elaboración propia a partir de (MIDUVI, 2015)

Dicha división fue parte de la propuesta de la agenda de desarrollo urbano del Ecuador, dejando fuera del contexto a los centros poblados ubicados en la región insular (Galápagos) y una gran parte de la región oriental (Amazonía) debido a que dichos lugares, principalmente por el contexto geográfico y de conservación, no puede contar con ciudades dentro de los parámetros establecidos de territorialidad y de densidad poblacional, detallada en la tabla 25.

Tabla 25.

Composición territorial y poblacional de las ciudades del Ecuador.

Ciudad	Superficie	Población	Parroquias	
			Urbanas	Rurales
Guayaquil	344.5 km ²	2.698.487	16	5
Machala	66.5 km ²	461.422	7	1
Portoviejo	41.5 km ²	406.682	9	7
Manta	60.49 km ²	651.053	5	2
Santa Elena	34.8 km ²	39.681	1	2
Milagro	31 km ²	99.835	4	4

Daule	24.14 km ²	76.684	2	4
Salinas	27 km ²	94.590	1	2
Quito	372.4 km ²	2.011.471	32	33
Cuenca	70.59 km ²	639.996	15	21
Loja	48.5 km ²	170.280	4	13
Ambato	46.5 km ²	165.185	9	18
Riobamba	28.13 km ²	225.741	5	11
Ibarra	32.41 km ²	182.457	5	7
Latacunga	26.49 km ²	170.480	5	10
Tulcán	18.88 km ²	69.403	2	9
Tena	16.18 km ²	60.880	1	7

Nota: Elaboración propia a partir de (MIDUVI, 2015 & INEC, 2022)

Y los rangos para clasificación de los territorios establecidos, tanto en la tabla 20 y 21, son los siguientes:

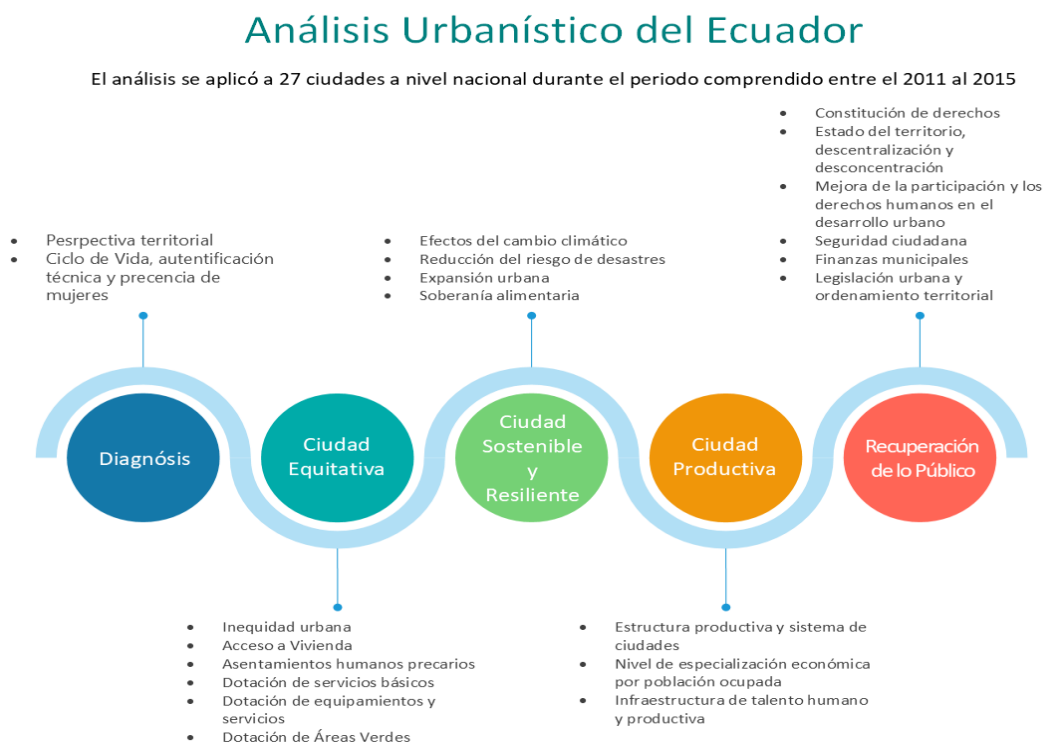
- Superficie territorial: Metrópoli (superior a los 150 km²); Ciudad Grande (entre los 50 km² y 100 km²); Ciudad Mediana (entre los 20 km² a los 50 km²); y Ciudad Pequeña (inferior a 20 km²).
- Densidad Poblacional: Metrópoli (superior al millón de habitantes); Ciudad Grande (entre los 300.000 a los 900.000 habitantes); Ciudad Mediana (entre los 100.000 a los 300.000 habitantes) y Ciudad Pequeña (inferior a los 100.000 habitantes).
- Configuración Espacial: Metrópoli (superior a 15 parroquias urbanas y rurales); Ciudad Grande (superior a 10 parroquias urbanas y rurales); Ciudad Mediana (superior a 5 parroquias urbanas y rurales) y Ciudad Pequeña (inferior a 5 parroquias urbanas y rurales).

De acuerdo con el MIDUVI (2015), el modelo de desarrollo urbano no ha sido sustentable en términos económicos, sociales y ambientales y ha generado ciudades inequitativas y excluyentes, con un mercado de suelo con fuertes tendencias especulativas, resultado de la poca capacidad de los municipios de regular, gestionar y planificar el suelo de los cantones, y de la poca articulación entre los distintos actores que intervienen en el territorio.

Rescatando como principales hallazgos, etapas, procesos y componentes de análisis establecidos por el organismo público encargado a nivel nacional, como lo expresa de la figura 20 que se expresa a continuación.

Figura 20.

Resumen estructural del análisis urbanístico ecuatoriano.



Nota: Elaboración propia a partir de (MIDUVI, 2015)

Como resultado de este se puede inferir que un proceso de urbanización de estas características, por lo general, genera trastornos socioespaciales con serios efectos en la población y en el territorio, que se pueden resumir como:

- El limitado acceso a suelo para equipamientos, espacio público y vivienda para los sectores de menores ingresos, relacionado con la concentración de la propiedad y los procesos especulativos;
- La segregación espacial urbana, agravada con el fenómeno de los barrios cerrados exclusivos y el crecimiento pensado desde el transporte individual motorizado, dejando de lado a los peatones y las dinámicas sociales y culturales que generan calidad de vida urbana;

- La afectación de los cinturones de reserva ecológica, de los suelos de vocación agrícola, u otras áreas cuyas características no necesariamente sincronizan con la implantación de infraestructura;
- La proliferación de asentamientos en zonas de riesgos y persistencia del mercado informal, causados tanto por la ya mencionada escasez de suelo asequible, la falta de control, y la falta de reglamentación y normativa urbana clara y apropiada;
- La promoción de estructuras urbanas ineficientes y disfuncionales con bajos niveles de densidad y, por lo tanto, dificultades de asegurar dotaciones adecuadas de servicios urbanos.

Existen algunas dificultades territoriales recurrentes que se repiten o comparten las ciudades o áreas urbanizadas del Ecuador en todas sus provincias, por lo que establecerá una descripción general de las problemáticas que se evidencian en los territorios, para luego enlistar las que se presenten en los territorios analizados. Siendo los siguientes:

- Ineficientes procesos de planificación urbana: La ciudad ha experimentado un rápido crecimiento urbano en las últimas décadas, pero la planificación urbana no siempre ha podido mantenerse al día con este ritmo de expansión. Esto puede llevar a problemas como la ocupación irregular del suelo y la falta de servicios básicos en algunas áreas.
- Crecimiento urbano exponencial: La ciudad ha experimentado un rápido crecimiento poblacional y urbanización en las últimas décadas, lo que ha llevado a un desarrollo desordenado y a la dificultad de controlar los usos del suelo de manera eficiente.
- Crecimiento urbano desordenado: El crecimiento rápido y desordenado de la ciudad ha llevado a la ocupación irregular del suelo, lo que a su vez dificulta la planificación y gestión urbanística adecuada.
- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas: La ciudad enfrenta desigualdades económicas y sociales. Existen áreas de la ciudad con altos niveles de pobreza y acceso limitado a servicios básicos, mientras que otras áreas son más prósperas.
- Vulnerabilidad a desastres naturales: La ciudad al estar ubicada en una zona propensa a inundaciones y eventos climáticos extremos ha experimentado inundaciones en el pasado, lo que requiere una gestión adecuada del agua y la infraestructura de drenaje.

- Acceso a vivienda digna: Muchos habitantes de la ciudad se enfrentan a diversas dificultades para acceder a viviendas seguras y adecuadas, especialmente en áreas de bajos ingresos.
- Contaminación ambiental: La contaminación del aire y del agua es un problema en algunas partes de la ciudad, especialmente en áreas industriales y de alta densidad de tráfico.
- Gestión de residuos: La gestión de residuos sólidos y la disposición adecuada de basura son desafíos importantes para la ciudad.
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación: Algunos áreas de la ciudad carecen de suficientes espacios verdes y áreas de recreación para sus residentes.
- Participación ciudadana: Involucrar a la comunidad en la toma de decisiones sobre el desarrollo urbano y territorial es esencial para asegurar que las necesidades y preocupaciones de los habitantes sean tomadas en cuenta.
- Seguridad ciudadana: Aunque la situación ha mejorado en los últimos años, la seguridad sigue siendo un tema de preocupación para algunos habitantes de la ciudad.
- Desarrollo urbano no sostenible: El crecimiento desordenado y la falta de planificación sostenible pueden llevar a una utilización ineficiente del suelo y al agotamiento de recursos naturales.
- Inundaciones y gestión del agua: Al estar ubicada la ciudad cerca de áreas susceptibles a inundaciones. La gestión del agua, especialmente durante la temporada de lluvias, es un desafío constante que requiere infraestructura adecuada y medidas de prevención.
- Movilidad y tráfico: Como en muchas ciudades, el tráfico y la congestión vehicular son problemas comunes. La infraestructura vial y de transporte público pueden no ser suficientes para satisfacer las necesidades de una población en crecimiento.
- Desarrollo de infraestructura urbana: Garantizar que haya suficientes instalaciones educativas, de salud, servicios básicos, resulta esencial para el bienestar y el desarrollo de la población.
- Gestión del espacio costero: La gestión adecuada de la zona costera es crucial para preservar y proteger los ecosistemas marinos y las playas, así como para evitar la erosión y la degradación del entorno natural.
- Narcotráfico y delincuencia: la ciudad ha sido blanco de organizaciones delictivas y de narcotráfico que hay incrementado los impactos negativos generalizados.

En lo que respecta a los desafíos turísticos identificados que las ciudades deben enfrentar son:

- ❖ Diversificación de la oferta turística: Aunque la ciudad cuente con atractivos turísticos posicionados, es importante diversificar la oferta turística para atraer a una gama más amplia de visitantes, incluyendo opciones culturales, gastronómicas, naturales y de entretenimiento.
- ❖ Promoción y marketing: Es necesario un esfuerzo continuo de promoción y marketing para dar a conocer los atractivos del lugar a nivel nacional e internacional para atraer a más visitantes y mejorar el posicionamiento del sitio dentro del panorama turístico a nivel macro.
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado: A pesar de que en la ciudad se pueden encontrar una amplia gama de prestadores de servicios turísticos, los mismos no se encuentran respondiendo de manera eficiente a los requerimientos actuales de los visitantes.
- ❖ Gestión sostenible y conservación: La gestión sostenible de los recursos naturales y la conservación del entorno son esenciales para mantener el atractivo de la ciudad y proteger su patrimonio natural y cultural.
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos: Mejorar y expandir la oferta de prestadores de servicios turísticos, incluyendo hoteles, restaurantes y servicios de transporte, es crucial para atender la demanda de visitantes y proporcionar una experiencia de calidad.
- ❖ Conservación del entorno natural: Es esencial implementar prácticas de turismo sostenible para preservar los recursos naturales y la biodiversidad de la zona, evitando la sobreexplotación y el deterioro del entorno.
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico: La ciudad cuenta con un valioso patrimonio arquitectónico y cultural. Es importante implementar medidas para conservar y proteger estos elementos ante el crecimiento urbano.
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad: Mejorar la seguridad y la percepción de seguridad es crucial para atraer y retener turistas. Esto incluye tanto la seguridad personal como la seguridad de los bienes y la información.
- ❖ Adaptación a las nuevas tendencias de mercado: Estar al tanto de las tendencias turísticas actuales y futuras (como el turismo sostenible, el turismo de aventura, el turismo gastronómico, etc.) y adaptar la oferta turística en consecuencia.
- ❖ Desarrollo de productos turísticos específicos y experiencias de viaje: Identificar y promover productos turísticos únicos o especializados, como rutas gastronómicas, tours históricos o actividades al aire libre, puede atraer a diferentes segmentos de turistas.

- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local: Involucrar a la comunidad en la planificación y desarrollo del turismo fortalece el sentido de pertenencia y contribuye a la sostenibilidad del sector.
- ❖ Desconcentración de flujos turísticos: se debe generar o articular mecanismos que permitan a los visitantes acceder a otros espacios de visitación que evite la saturación de flujos turísticos en las zonas más reconocidas de la ciudad, redistribuyendo así los beneficios de la actividad.
- ❖ Formación y capacitación profesional: el contar con personal capacitado de manera técnica en las áreas de servicio y demás relacionadas con el turismo en la ciudad propenderán a que la calidad, hospitalidad y cultura del servicio en el lugar se potencialice.
- ❖ Gestión pública del turismo: A pesar de que la ciudad cuenta con una organización de gestión de destino encargada del desarrollo adecuado del lugar, las acciones ejecutadas por el sector público no demuestran tener un impacto positivo, percibido y real.
- ❖ Gestión del turismo en el centro histórico: Las ciudades que cuentan con un centro histórico, relevante e importante, es un atractivo clave, pero enfrenta desafíos como la preservación, la congestión y la gestión del flujo de turistas.
- ❖ Temporalidad: La ciudad experimenta una marcada fluctuación en la afluencia turística entre temporadas alta y baja. Uno de los desafíos es fomentar el turismo durante todo el año para evitar una dependencia excesiva de la temporada alta.

4.2.1. Ciudades principales de la costa ecuatoriana.

A continuación, se describirán y contextualizarán a las principales ciudades y/o áreas urbanas que se ubican dentro de las 7 provincias que la conforman: Esmeraldas, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos, Santa Elena, Guayas y El Oro, las cuáles fueron tomadas en consideración para la presente investigación. Para trabajar de manera objetiva, se analizarán los mismos lineamientos o parámetros, tanto para los problemas territoriales y desafíos turísticos.

- a) **Guayaquil**: Santiago de Guayaquil es la ciudad capital de la provincia del Guayas, además de ser la ciudad más poblada del país. El área urbana de Guayaquil la ubica entre las ciudades más grandes de América del Sur, es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, cultural, y de entretenimiento. Además, por su posición de centro comercial, se ha denominado

a la ciudad como "la capital económica de Ecuador" por varios años debido a la cantidad de empresas, fábricas, y locales comerciales que existen en toda la ciudad. Otro apodo muy común entre la población es el de "Perla del Pacífico" por sus características geomorfológicas., sociales e históricas.

Entre algunos de los problemas más importantes que presenta la ciudad se encuentran los siguientes:

- Ineficientes procesos de planificación urbana,
- Crecimiento urbano exponencial,
- Crecimiento urbano desordenado,
- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Movilidad y tráfico,
- Desarrollo de infraestructura urbana, y
- Gestión del espacio costero.

Es importante destacar que la ciudad de Guayaquil también ha implementado diversas iniciativas y proyectos para abordar estos problemas y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Sin embargo, como en muchas ciudades, enfrentar estos desafíos requiere de una planificación cuidadosa, inversión en infraestructura y una participación de la comunidad.

En lo que respecta al turismo se pueden observar los siguientes retos y/o desafíos que enfrenta la ciudad frente al desarrollo adecuado de dicha actividad

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Adaptación a las nuevas tendencias de mercado
- ❖ Desarrollo de productos turísticos específicos y experiencias de viaje,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local,
- ❖ Desconcentración de flujos turísticos,
- ❖ Formación y capacitación profesional, y
- ❖ Gestión pública del turismo.

Figura 21.

Fotografía panorámica de la ciudad de Guayaquil.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

- b) Machala:** San Antonio de Machala, es la capital de la provincia de El Oro, es un cantón agrícola productivo y con un gran movimiento comercial, constituyéndose en el polo económico del sur ecuatoriano. Sus pobladores se dedican a la actividad bananera, por ello es reconocida internacionalmente como “la capital bananera del mundo”, además es predominante la siembra y cosecha de camarón dentro de sus actividades productivas.

Entre algunas de las problemáticas principales identificados en el territorio se encuentran:

- Ineficientes procesos de planificación urbana,
- Crecimiento urbano desordenado,
- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Movilidad y tráfico, y
- Gestión del espacio costero.

En los últimos años se ha podido identificar que la ciudad a tratado de dar respuesta a dichos requerimientos, pero lamentablemente no se ha logrado generar un avance significativo en los mismos.

En lo que respecta a los desafíos en el sector turístico, a los que se debe enfrentar la ciudad, se destacan los siguientes:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local, y
- ❖ Formación y capacitación profesional.

Figura 22.

Fotografía panorámica de la ciudad de Machala.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

c) Manta: San Pablo de Manta es la ciudad más grande y poblada de la provincia de Manabí, una de las ciudades más importantes en cuanto a negocios y turismo de la Costa de Ecuador. La historia de Manta como centro comercial comienza mucho antes de la conquista inca, cuando fungía como sitio de intercambio para los grupos indígenas manteños e incas. Actualmente es el segundo puerto de Ecuador, sólo antecedido por Guayaquil.

Entre los principales problemas territoriales que se pueden evidenciar en la urbe se encuentran:

- Crecimiento urbano desordenado,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Contaminación ambiental,
- Seguridad ciudadana,
- Participación ciudadana,
- Movilidad y tráfico,
- Desigualdades sociales y económicas
- Gestión del espacio costero, y
- Narcotráfico y delincuencia.

Al abordar estos desafíos, Manta puede trabajar en la creación de una ciudad más sostenible, inclusiva y próspera para sus habitantes y visitantes. La colaboración entre el gobierno local, la comunidad y otras partes interesadas es clave para encontrar soluciones efectivas.

Los desafíos a los que se enfrenta la ciudad en el ámbito turístico son los siguientes:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Temporalidad,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local, y
- ❖ Formación y capacitación profesional.

Figura 23.

Fotografía panorámica de la ciudad de Manta.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

- d) Salinas:** Está ubicado en la provincia y península de Santa Elena, es el balneario turístico más importante del Ecuador, esta hermosa ciudad moderna y progresista se levanta sobre una puntilla, accidente geográfico que se adentra en el océano, convirtiéndose en el lugar más sobresaliente al Pacífico. Las playas de Salinas son el mayor atractivo que tiene esta ciudad, son visitadas por familias, parejas, amigos, entre

otros, resaltando su diversidad de paisajes, servicios turísticos, las diferentes actividades de aventura que se pueden realizar y su intensa vida nocturna.

Los principales problemas territoriales que se evidencian en el territorio son:

- Crecimiento urbano desordenado,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Gestión del espacio costero,
- Seguridad ciudadana, e
- Ineficiente planificación urbana.

Salinas ha tratado de orientar su ordenamiento urbano en función de la actividad turística, presentando indicios de gentrificación de sus espacios que si no se controlan pueden desencadenar en problemas territoriales más fuertes en el futuro.

En lo que respecta a los desafíos en el turismo que la urbe presenta se encuentran a:

- ❖ Temporalidad,
- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Sostenibilidad ambiental,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Promoción y marketing, y
- ❖ Accesibilidad y conectividad.

Figura 24.

Fotografía panorámica de la ciudad de Salinas.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

4.2.2. Ciudades principales de la sierra ecuatoriana.

En los siguientes párrafos se describirán y contextualizarán a las principales ciudades y/o áreas urbanas que se ubican dentro de las 10 provincias que la conforman: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Cañar, Azuay y Loja, las cuáles fueron tomadas en consideración para la presente investigación. Para trabajar de manera objetiva, se analizarán los mismos lineamientos o parámetros, tanto para los problemas territoriales y desafíos turísticos

- a) Quito:** Quito es la segunda ciudad capital más alta del mundo a 2.830 metros sobre el nivel del mar, la ciudad se ha desarrollado en el eje norte-sur (tiene más de 80 km. de largo y 5 km. de ancho) y está del lado occidental de la Cordillera de los Andes, en plena mitad del mundo. Se divide en cinco sectores: zona norte, centro norte, centro histórico, sur y valles aledaños. Es la primera ciudad declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad, la ciudad está rodeada de doce volcanes. El centro histórico de Quito es probablemente el mayor de América Latina, no sólo por su extensión sino por los monumentos arquitectónicos que contiene.

En cuanto a los principales problemas que se presentan en los aspectos territoriales dentro de la ciudad son:

- Crecimiento urbano exponencial,
- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Movilidad y tráfico, y
- Desarrollo de infraestructura urbana.

La ciudad consta como uno de los centros urbanizados priorizados para desarrollarlo, mejorar las situaciones positivas actuales, mitigar el impacto negativos evidenciados en el territorio, entre otras, por parte de los diferentes organismos públicos encargados.

En lo que respecta a los desafíos en el sector turístico se pueden citar a los siguientes:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Adaptación a las nuevas tendencias de mercado,
- ❖ Desarrollo de productos turísticos específicos y experiencias de viaje,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local,
- ❖ Desconcentración de flujos turísticos,
- ❖ Formación y capacitación profesional,
- ❖ Gestión pública del turismo,
- ❖ Gestión del turismo en el centro histórico, y
- ❖ Temporalidad.

Figura 25.

Fotografía panorámica de la ciudad de Quito.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

- b) Cuenca:** La ciudad de Cuenca se encuentra a 2.538 metros sobre el nivel del mar, presenta un clima con temperaturas que oscilan entre los 14°C y los 18°C, durante todo el año. El valle en el que se sitúa está determinado por sistemas montañosos de excepcionales características y presenta un sistema hidrográfico conformado por cuatro ríos principales: Tomebamba, Yanuncay, Machángara y Tarqui que atraviesan la ciudad de oeste a este. La riqueza de su arquitectura y cultura en general merecieron a Cuenca el nombramiento de Patrimonio Cultural de la Humanidad, el 1 de diciembre de 1999.

La ciudad presenta algunas problemáticas territoriales, entre las cuáles se encuentran:

- Crecimiento urbano exponencial,
- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Movilidad y tráfico, y
- Desarrollo de infraestructura urbana.

La ciudad de Cuenca se encuentra trabajando en procesos de fortalecimiento territorial urbano centrados en las áreas públicas, conservación de áreas patrimoniales, mejoramiento de los residuos y contaminación generada en la ciudad, entre otras acciones que buscan responder a las exigencias actuales del lugar, la sociedad y los sectores productivos.

En cuanto a los desafíos relacionados con el turismo se encuentran los siguientes:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,

- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Adaptación a las nuevas tendencias de mercado,
- ❖ Desarrollo de productos turísticos específicos y experiencias de viaje,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local,
- ❖ Desconcentración de flujos turísticos,
- ❖ Formación y capacitación profesional,
- ❖ Gestión pública del turismo,
- ❖ Gestión del turismo en el centro histórico, y
- ❖ Temporalidad.

Figura 26.

Fotografía panorámica de la ciudad de Cuenca.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

c) **Loja:** Es la capital de la provincia y cantón homónimo, tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la capital musical y cultural del Ecuador. Llamada desde siempre “Cuna del arte, las letras y la música” por el valioso aporte que ha dado al país y al mundo en esos ámbitos, pero, además, “Jardín Botánico del Ecuador” por la rica diversidad de flora y fauna que posee. Ubicada al suroriente de la provincia, es considerada un buen ejemplo para el Ecuador, pues en sus parques y calles

el denominador común es el orden y el aseo, siendo considerada en el 2018 la ciudad más limpia de América.

La ciudad presenta problemáticas territoriales evidentes, entre las cuáles se encuentran:

- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible, y
- Desarrollo de infraestructura urbana.

La ciudad de Loja se ha preocupado por generar procesos de mejora urbana constante, siendo referente a nivel nacional en gestión de residuos, pero no se ve aislada de las problemática referentes a los centros urbanizados relacionados con el crecimiento del lugar.

La ciudad ha despuntado en el sector turístico en los últimos años, pero se han podido evidenciar algunas peculiaridades relacionadas con los desafíos turísticos que son apremiantes en el lugar, entre ellos:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local,
- ❖ Formación y capacitación profesional, y
- ❖ Temporalidad.

Figura 27.

Fotografía panorámica de la ciudad de Loja.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

d) Ambato: Es la capital de la provincia de Tungurahua, situada a 2.600 metros sobre el nivel del mar, está enclavada en una hondonada formada por seis mesetas: Píllaro, Quisapincha, Tisaleo, Quero, Huambalo y Cotaló. La ciudad es conocida como la “tierra de las flores y las frutas” o también como “la ciudad de los tres Juanes”, por ser cuna de Juan León Mera, Juan Montalvo y Juan Benigno Vela. Ambato ha sido castigado por varios terremotos y reconstruida casi en su totalidad en el año 1.949, donde da inicio la Fiesta de las Flores y las Frutas en honor a la lucha de sus habitantes y hoy por hoy es una de las fiestas más importantes del Ecuador.

Los principales problemas que se presentan en los aspectos territoriales dentro de la ciudad son:

- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible, y

- Desarrollo de infraestructura urbana.

En la ciudad se han identificado procesos de regeneración urbana adecuados y que responden a los lineamientos o requerimientos de planificación que se disponen por diversas instancias públicas a nivel nacional.

Los desafíos en el sector turístico que se pueden identificar en la ciudad son:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Desarrollo de productos turísticos específicos y experiencias de viaje,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local,
- ❖ Formación y capacitación profesional, y
- ❖ Temporalidad.

Figura 28.

Fotografía panorámica de la ciudad de Ambato.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

e) Riobamba: Es la capital de la provincia de Chimborazo, también conocida como “la sultana de los Andes”, llamada así porque está rodeada de majestuosos nevados que parecen formar una hermosa corona, fue en 1.830, la ciudad en donde se realizó la primera Asamblea Constituyente del Ecuador por lo que también se la conoce como la “cuna de la democracia ecuatoriana”. En la ciudad se pueden realizar varias actividades, como por ejemplo la Ruta de las iglesias de Riobamba o si lo que se busca es aventura también se puede visitar El Altar, el tren del hielo o incluso el Chimborazo para los aventuristas más arriesgados.

Los principales problemas que se presentan en los aspectos territoriales dentro de la ciudad son:

- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible,
- Movilidad y tráfico, y
- Desarrollo de infraestructura urbana.

En los últimos años el sector público se ha propuesto realizar actividades que disminuyan los impactos negativos de la expansión urbana que se pueden verificar en el territorio, se encuentran ejecutando acciones claras sobre lo que beneficie y se ajuste mejor al contexto del lugar.

El crecimiento turístico se está dando de manera más constante en el lugar, por lo que los desafíos a los que se enfrenta son:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,

- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Adaptación a las nuevas tendencias de mercado,
- ❖ Desarrollo de productos turísticos específicos y experiencias de viaje,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local,
- ❖ Desconcentración de flujos turísticos,
- ❖ Formación y capacitación profesional,
- ❖ Gestión pública del turismo, y
- ❖ Temporalidad.

Figura 29.

Fotografía panorámica de la ciudad de Riobamba.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

- f) **Ibarra:** San Miguel de Ibarra, es la capital de la provincia de Imbabura, siendo la urbe más poblada de la misma, conocida históricamente como "la ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Es una ciudad muy cultural en donde prevalece el arte, la pintura, la historia, el teatro y la escritura.

A continuación, se enlistan los principales problemas que se presentan en los aspectos territoriales dentro de la ciudad son:

- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Movilidad y tráfico, y
- Desarrollo de infraestructura urbana.

La ciudad se encuentra dando pasos sólidos sobre el mejoramiento de los problemas territoriales que se pueden encontrar en el lugar, demostrando una integración real entre el sector público, privado y comunitario.

Los desafíos en el sector turístico principales que la ciudad presenta son los siguientes:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local, y
- ❖ Formación y capacitación profesional.

Figura 30.

Fotografía panorámica de la ciudad de Ibarra.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

- g) Latacunga:** Capital de la provincia de Cotopaxi, se la conoce por su fiesta mestiza de la Mama Negra. Sin embargo, al caminar por sus calles estrechas y empedradas, se entiende que fue fundada sobre un tambo inca y uno de los posibles significados de su nombre es "Llacta cunani", que significa "les doy hogar". Fue parte de la historia libertaria, pues apoyó la gesta guayaquileña del 9 de octubre de 1820 y mantiene uno de los mejores centros históricos conservados del país.

En la ciudad los principales problemas territoriales que se presentan son:

- Crecimiento de las desigualdades sociales y económicas,
- Vulnerabilidad a desastres naturales,
- Acceso a vivienda digna,
- Contaminación ambiental,
- Gestión de residuos,
- Acceso a espacios verdes y zonas de recreación,
- Participación ciudadana,
- Seguridad ciudadana,
- Desarrollo urbano no sostenible,
- Inundaciones y gestión del agua,
- Movilidad y tráfico, y
- Desarrollo de infraestructura urbana.

La ciudad forma parte de los procesos de fortalecimiento de desarrollo y crecimiento económico que se están instaurando en el país, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la localidad, fortalecer las competencias territoriales del sitio, incentivar la participación social o comunitaria para la toma de decisiones, así como para generar responsabilidades propias de la localidad.

La ciudad tiene varios desafíos relacionados con el turismo entre los que se pueden citar a los siguientes:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,
- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Inversión y fomento para el sector privado,
- ❖ Gestión sostenible y conservación,
- ❖ Diversificación y/o especialización de los prestadores de servicios turísticos,
- ❖ Conservación del entorno natural,
- ❖ Conservación del patrimonio cultural y arquitectónico,
- ❖ Seguridad y percepción de seguridad,
- ❖ Participación comunitaria y emprendimiento local, y
- ❖ Formación y capacitación profesional.

Figura 31.

Fotografía panorámica de la ciudad de Latacunga.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

4.2.3. Ciudades principales del oriente ecuatoriano.

Finalmente, se describirá y contextualizará a la principales única ciudad que cumplió con los lineamientos de estructuración urbana tomada como referencia para la presente investigación, ubicada dentro de las 6 provincias que la conforman: Sucumbíos, Orellana, Napo, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Para trabajar de manera objetiva, se analizarán los mismos lineamientos o parámetros, tanto para los problemas territoriales y desafíos tratados en los acápite anteriores.

- a) **Tena:** Es la capital de la provincia de Napo, denominada por muchos historiadores como San Juan de los Dos Ríos de Tena, recibe su nombre porque la ciudad se encuentra bañada por los ríos Tena y Panao. Cuenta con una diversidad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que se ubican en cada una de las parroquias, las mismas poseen características especiales que permiten a los visitantes conocer su historia y tradiciones de las etnias Kichwa y Huaorani.

Los principales problemas territoriales que se presentan en este contexto urbano son:

- Crecimiento urbano desordenado,
- Acceso a vivienda digna,
- Infraestructura y servicios básicos,
- Accesibilidad y conectividad,
- Participación ciudadana,
- Gestión de espacios públicos y regeneración, y
- Preservación del entorno natural.

Tena se encuentra en la actualidad trabajando en procesos de planificación territorial que respondan a los nuevos desafíos de desarrollo urbano con un enfoque sostenible, teniendo como pilares la conservación de lo natural y puesta en valor de lo cultural.

En lo que respecta a los desafíos en turismo a los que se debe enfrentar, se establece lo siguiente:

- ❖ Diversificación de la oferta turística,

- ❖ Promoción y marketing,
- ❖ Seguridad y salud del visitante,
- ❖ Desarrollo comunitario y participación local,
- ❖ Gestión de residuos,
- ❖ Desarrollo de experiencias turísticas,
- ❖ Desarrollo sostenible y conservación del entorno natural.

Figura 32.

Fotografía panorámica de la ciudad de Tena.



Nota: Fotografía tomada de la colección de imágenes de las, ciudades, destinos y atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, www.turismo.gob.ec (2022)

CAPÍTULO V.- ECUADOR: CONTEXTO TURÍSTICO.

En el presente capítulo se aborda el fenómeno turístico en el Ecuador desde la perspectiva territorial, resaltando de los componentes de la oferta, conectividad y demanda a nivel nacional, tomando para ello los datos generados por el Ministerio de Turismo (MINTUR), partiendo desde la perspectiva de abordaje del turismo a nivel nacional y analizando la política turística relacionada con el turismo urbano mediante la utilización de herramientas cartográficas y estadísticas que permitan clarificar el funcionamiento de la actividad turística hasta la fecha.

En una primera instancia, se aborda el esquema territorial de las regiones y destinos turísticos establecidos por parte del ente público encargado, para lo cual se analiza la propuesta de planificación generada y se la complementa con elementos cartográficos que permitan visualizar con mayor claridad el objetivo de esta.

Seguidamente se elabora un análisis histórico de la política turística nacional relacionada con el desarrollo y fomento del turismo urbano en el país, para lo cual se analizaron los principales hitos históricos relacionados con la temática, y se identificaron las principales aportaciones, abordajes y variables que conforman cada propuesta con la finalidad de identificar si su delimitación responde a la realidad nacional o forman parte del discurso político.

Luego se establece un proceso analítico estadístico de la oferta turística nacional, en la cual se aborda principalmente los elementos correspondientes a los atractivos y el catastro turístico nacional, identificando: la cantidad, la categorización y las metodologías utilizadas para el levantamiento de dicha información. Cabe recalcar que lastimosamente dicho trabajo no lo tiene realizado el Ministerio de Turismo, lo que limita mucho la relevancia en su toma de decisiones estratégicas aplicadas al sector.

En lo que respecta a la conectividad, se generó un análisis de la infraestructura, frecuencias y destinos, nacionales e internacionales, que conectan al país dentro de la clasificación general de los medios de transporte: aéreo, terrestre y marítimo-fluvial, en la cual se puede identificar las principales falencias que actúan en contra del desarrollo turístico nacional.

Por último, se elabora un estudio de la demanda turística nacional, rescatando la metodología de levantamiento de información y realizando un análisis estadístico que permita identificar procedencias y flujos turísticos, de los mercados emisores, por una parte y de los movimientos

internos, por otra. Cabe recalcar que dicho abordaje es exclusivo de la investigación, ya que el Ministerio de Turismo cuenta con la información correspondiente, pero no genera dichos reportes informativos, ya que los denominados “anuarios o boletines estadísticos de turismo” en realidad presentan solamente el levantamiento del número de personas que llegaron al país y tratan con dicha información de caracterizar a los segmentos de mercado a ser priorizados, cayendo en un error técnico para el perfilamiento de los segmentos de mercado a nivel nacional e internacional.

5.1. Entorno turístico nacional.

En lo que respecta al turismo, en Ecuador se ha ganado, a pulso, un espacio relevante en los sectores productivos y exportadores del país. En los últimos 15 años ha sido considerado como una actividad estratégica en el escenario post petrolero, considerándole como un servicio que puede sustentar, no solamente el desarrollo local, sino aportar a la evolución sostenible del país en sus ámbitos económicos, naturales, sociales y culturales.

Sin embargo, tiene algunas deudas pendientes como su posicionamiento político, en el cual debe migrar de un discurso de apoyo hacia acciones pragmáticas que desarrollen propuestas sólidas y de largo plazo y el mejoramiento estructural de los procesos técnicos tanto de planificación como de gestión turística a nivel nacional.

El sistema turístico es el eje fundamental para proyectar al turismo en el país, como un sector complejo, dinámico e innovador. La complejidad de las interacciones sobre los elementos y procesos que intervienen en el sistema debe ser estudiada a través de la recopilación, sistematización y difusión del conocimiento que se ha generado en el país, no solo sobre el producto turístico, sino sobre los procesos inherentes a su planificación, organización, ejecución y monitoreo.

En lo que respecta al potencial turístico del país, el mismo se cimienta en términos de su alta biodiversidad natural y cultural. La fortaleza del sector radica en los cortos desplazamientos que permite al turista recorrer en cortos periodos de tiempo varios de los recursos naturales y culturales que posee el país. Adicionalmente el país cuenta con 8 patrimonios de la humanidad que son:

- Patrimonio Natural: Islas Galápagos (1976) y parque nacional Sangay (1983).
- Patrimonio Cultural: Quito (1978), centro histórico de Cuenca (1999), pueblo Zápara (2008), Sombrero de Paja Toquilla (2012), Qhapaq ñan (2014) y la Marimba (2015).

Tratando de establecer una identidad, competitividad y diferenciación turístico-territorial de las regiones geográficas del país el ministerio ha propuesto utilizar nombres que resalten las características geomorfológicas y naturales de cada una de ellas, las mismas que permitirán mejorar la posición competitiva a nivel nacional e internacional. Así, la región costa pasa a llamarse Costa Pacífica, ya que solamente competiría con las regiones del litoral del oeste

americano, el este asiático y el éste de Oceanía. En lo que respecta a la región sierra pasa a llamarse Andes, ya que dicha formación geológica se encuentra presente solamente en 7 países de América del Sur. La región del oriente pasa a denominarse Amazonía ya que la misma solamente se encuentra presente en 8 países de la región de Sudamérica. Finalmente, la región insular pasa a ser conocida como Galápagos ya que es un ecosistema único en el mundo. Esta división queda plasmada en la ilustración 33.

Figura 33.

División por regiones turísticas del Ecuador.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

Adicionalmente, una de las propuestas para poder trabajar con el turismo en entornos urbanos por parte del Ministerio recae en la clasificación y jerarquización territorial de la oferta turística nacional, para lo cual se aborda al sistema turístico como el conjunto de elementos interrelacionados que evoluciona dinámicamente, constituido por:

→ Elementos geográficos/nodos (espacios emisor, tránsito y receptor);

→ Mercado turístico compuesta por los compradores – visitantes (demanda) y vendedores (oferta) mismos que regulan sus actividades mediante normas, leyes y reglamentos para su correcto funcionamiento.

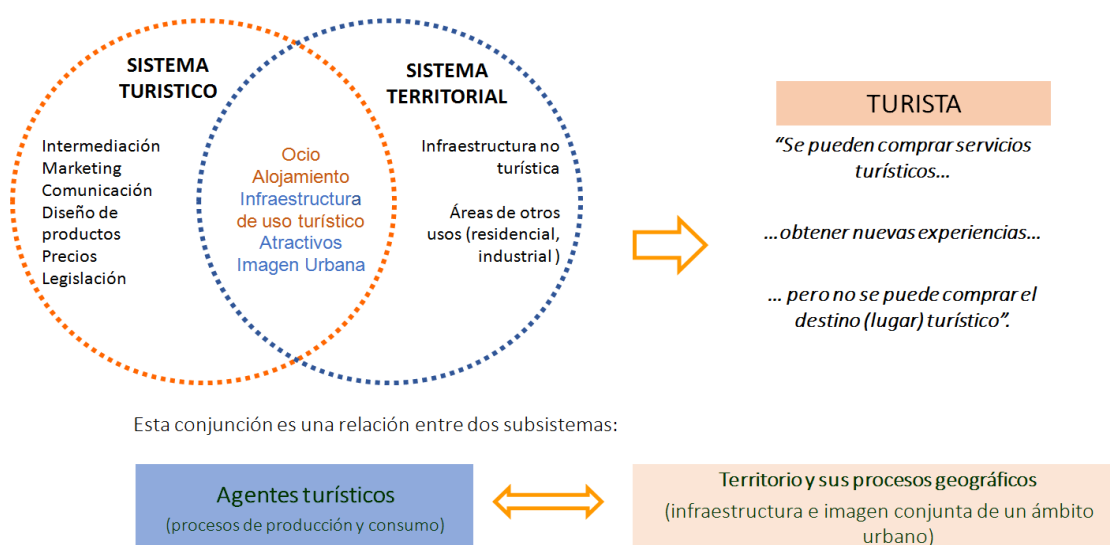
Esto le da el carácter territorial a la actividad turística donde la jerarquía y distribución de estos espacios (nodos) está definida por la ubicación, variedad y concentración de los servicios ofertados y su área de influencia. La rentabilidad de estos productos está definida por la proximidad de su competencia (“teoría de lugares centrales”).

De esta manera se clasifican las ciudades según su desarrollo turístico, para lo cual se analizan los niveles de inversión, producción y tamaño del sector en cada territorio, donde para su priorización se consideran aquellas que poseen mayor nivel de actividad turística a fin de definir los productos turísticos que serán comercializados por su línea de producto. En suma, se les atribuye su vocación turística.

Así, un destino turístico está constituido por la conjunción de dos componentes: el sistema territorial y el sistema turístico. Cada uno de ellos con sus respectivos subcomponentes, subsistemas e interacciones, como lo podemos observar en la ilustración 34.

Figura 34.

Elementos constitutivos del destino turístico.



Nota: Recuperado del Ministerio de Turismo (2020), Adaptado de Barrado Diego (2004)

Se considera principalmente dos motivaciones de viaje o visita: negocios y ocio/recreación. La primera se concentra en lugares que poseen como actividad económica predominante el comercio, la industria, las finanzas. Cuentan además con buenas condiciones de la conectividad y movilidad que define la motivación principal de viaje relacionada a actividades laborales o profesionales. Estos viajeros por el gasto que realizan y sus recurrentes visitas a estas ciudades tienen un rol protagónico en la dinamización las actividades económicas.

Para el segundo caso (ocio/recreación) se define por la motivación de viajar a aquellos sitios que poseen oferta de actividades y servicios de ocio y recreación, generalmente vinculados a productos turísticos. Además, existe una alta presencia y fuerte competencia de prestadores turísticos; todo esto estructura un sector turístico “recreativo” que aporta significativamente a la economía del sitio.

Las ciudades receptoras, el desempeño de sus componentes territoriales, ambientales, económicos y sociales contienen fuertes elementos de atraktividad, permitiendo configurar una oferta turística a los prestadores turísticos. El rasgo diferenciador del sitio está en los servicios y actividades turísticas ofertadas que permiten la producción y consumo de experiencias; por consiguiente, se convierten en receptoras de turistas.

A continuación, con las ciudades priorizadas se propone un sistema compuesto por nodos turísticos (ciudades de origen, tránsito y destino) de diferentes jerarquías (nacionales, regionales y de tránsito) donde los flujos turísticos definen las relaciones entre estos espacios geográficos. Se identifican nodos nacionales como aquellas ciudades que concentran el mayor volumen de actividades económicas del país, el mayor número de prestadores de servicios turísticos del país y la población que posee mayor capacidad de gasto.

Los nodos regionales son zonas de convergencia intermedia en un territorio regional, poseen similares características que las primeras, pero en menor número (tienen potencial para convertirse en nodos nacionales).

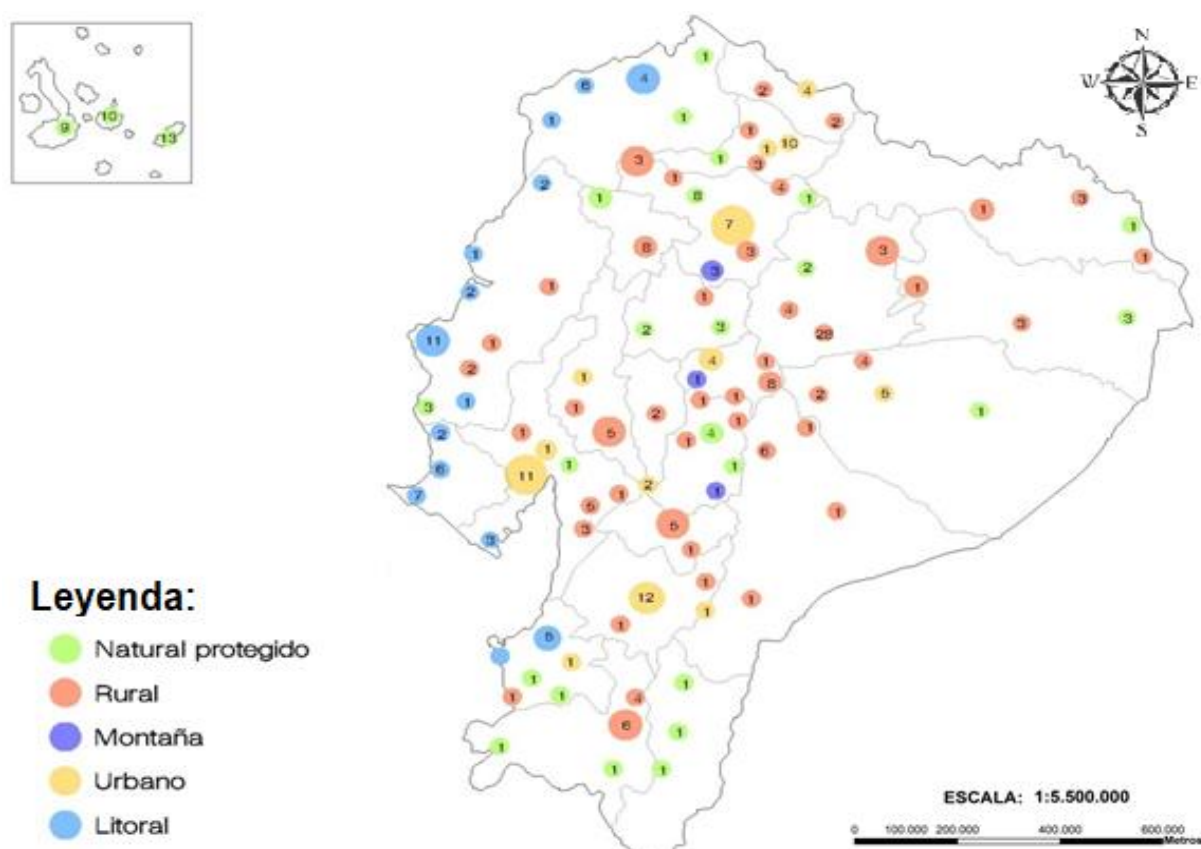
Los nodos de tránsito facilitan la conexión entre las ciudades emisoras o de origen (nodos nacionales y regionales) y las ciudades receptoras o destinos (nodos locales).

Por último, los nodos locales son aquellas que orbitan a los tres nodos anteriores, ya que sus actividades económicas, número de prestadores de servicios turísticos del país y la población con capacidad de gasto es muy bajo, pero poseen recursos para desarrollar actividades turísticas.

En la ilustración 35, se identifica la división generada por el organismo público, en lo referente a la tipología de turismo que se puede realizar.

Figura 35.

Oportunidades de desarrollo de los sitios según el tipo de turismo.



Nota: Recuperado del Ministerio de Turismo (2020).

El sistema turístico nacional, está conformado por nodos (nacionales, regionales, tránsito y locales) y los vínculos que estos poseen según sus relaciones de proximidad entre ciudades emisoras y receptoras, vinculadas a la prestación de servicios según los periodos de visitas ya sean estas cortas o largas; la dinámica del área de influencia (de 2 a 3 horas), determinada por los nodos turísticos, determinan las regiones turísticas.

De acuerdo con ello, el Ministerio ha propuesto 3 ciudades priorizadas para el desarrollo del turismo urbano (Quito, Guayaquil y Cuenca). Dichas ciudades concentran atractivos turísticos llamativos, flujos turísticos nacionales e internacionales, una variedad de prestadores de servicios turísticos, una oferta estructurada de productos turísticos, así como la identificación de la actividad turística como un mecanismo de dinamización económica reconocida por la localidad.

Adicionalmente establecen a los productos turísticos desde la perspectiva territorial, es decir, qué se puede desarrollar en el sitio con base en los elementos del sistema turístico que posee, siendo estos: turismo en espacios urbanos, turismo en zonas naturales protegidas, turismo en espacios rurales, turismo en zonas litorales y turismo en espacios naturales protegidos.

En la misma línea, las consideración del ministerio acerca de las ciudades que cuentan con vocación para desarrollar turismo urbano son: Ambato, Manta, Riobamba, Machala e Ibarra; se puede evidenciar que el abordaje para dicha definición de sitios, por parte del ente público responde a un requerimiento de integración y soporte de la actividad turística a nivel nacional, ya que lamentablemente las ciudades de Manta, Tulcán, Machala e Ibarra no poseen desarrollo turístico palpable.

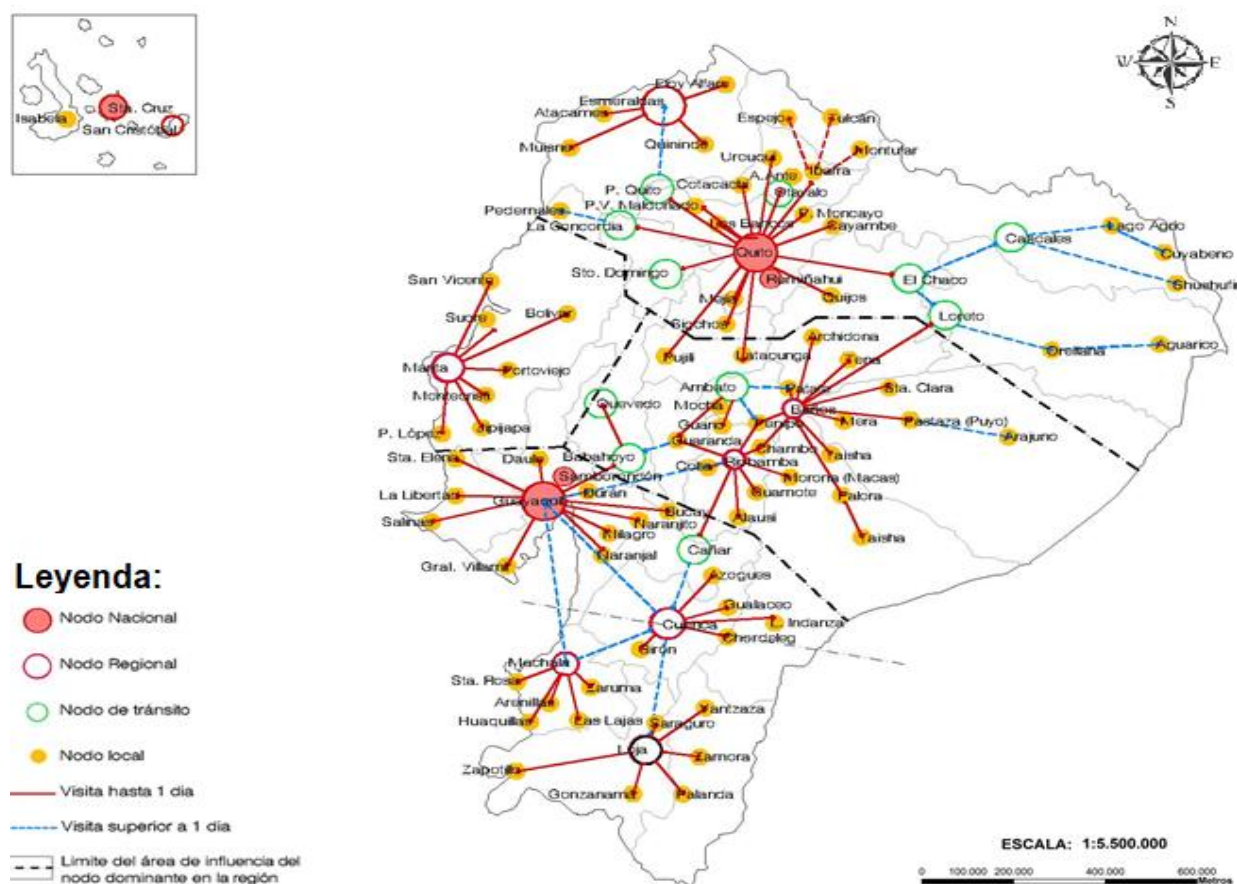
Siguiendo el abordaje propuesto en la ilustración 38, a continuación, se identifican las ciudades y su jerarquización:

- Nodos Nacionales: ciudades que concentran el mayor volumen de actividades económicas, el mayor número de prestadores de servicios turísticos del país presenta mayores facilidades de movilidad; siendo: Quito y Guayaquil.
- Nodos Regionales: ciudades que concentran un volumen mediano de actividades económicas, concentración alta de prestadores de servicios turísticos del país, poseen también facilidades de movilidad; entre ellas se encuentran: Cuenca, Loja, Machala, Baños de Agua Santa, Ambato y Esmeraldas.
- Nodos de Tránsito: ciudades que concentran un volumen mediano de actividades económicas, prestadores de servicios turísticos, poseen facilidades de movilidad básica y permiten articular los nodos nacionales y regionales.

- **Nodos Locales:** centros poblados con atractivos turísticos relevantes, pero que su actividad económica no corresponde netamente a la actividad turística, no cuenta con servicios turísticos diferenciados y normalmente sirven como lugares de visita del día.

Figura 36.

Jerarquización territorial (nodos) del Ecuador.



Nota: Recuperado del Ministerio de Turismo (2020).

Si bien es cierto la propuesta realizada de jerarquización territorial turística del territorio es un proyecto ambicioso, el mismo cuenta con fallas estructurales fuertes, ya que no se cuenta con una actualización real de los prestadores de servicios turísticos de cada lugar, además la actualización del inventario de atractivos turísticos del país aún no se termina a pesar de que se lo viene trabajando desde el año 2017.

En conclusión no existe un análisis estructural de los productos turísticos que en el país se desarrollan o se pueden encontrar, ya que la única base para la toma de los datos se fundamenta en los programas turísticos que son comercializados por los operadores de mercado nacionales

para el mercado internacional, dicho sesgo genera una visión poco técnica que lamentablemente se queda en una planificación generalizada sin tomar en cuenta las estructuraciones específicas de cada contexto territorial.

De acuerdo con la información otorgada por el Ministerio de Turismo, tanto de oferta como de demanda, así como lo establecido en el proceso de gestión y orientación de las acciones públicas para impulsar el desarrollo de los sitios priorizados como destinos turísticos, el ente público identifica a: Quito, Cuenca, Guayaquil, Loja, Manta, Baños de Agua Santa, Otavalo y Salinas, de las cuales solamente Quito y Cuenca cuentan con observatorios turísticos activos, pero los mismos no comparten metodologías similares para el levantamiento y tratamiento de información turística, a finales del año 2022 la ciudad de Guayaquil se encuentra trabajando en la instauración del observatorio de la ciudad.

5.2. Política turística nacional y su relación con el turismo urbano.

Desde el año 1928, cuando estaba al mando el Dr. Isidro Ayora, se distinguen los primeros pasos dados para promover el desarrollo del sector turístico. Se inició con la construcción de vías y en 1930 se logró la inclusión del turismo dentro del plan estatal con la creación de la Ley de Fomento Turístico del Ecuador, facilitando el ingreso de viajeros al país, y se comenzó con una promoción del turismo a nivel nacional. Se facilitaron exoneraciones tributarias, creación de sitios de hospedaje y creación de la Dirección del Turismo.

En el año de 1953 se inicia con la promoción de las Galápagos como destino, y en los años 70's se lo da a conocer al mundo. A medida que se incrementa la actividad turística, también se dedican mayores esfuerzos para fortalecerla, es así como entre 1971 y 1973 se presenta el plan inmediato de turismo y entre 1973 y 1977 se crea el plan de fomento turístico.

Para el año 1974, se crea la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETURIS) y se expide la Ley de Fomento Turístico y la Dirección Nacional de Turismo (DITURIS). Estas instituciones, en trabajo coordinado con la Organización de Estados Americanos (OEA), aportaron con la identificación de 8 zonas, 10 núcleos y 9 corredores turísticos, los mismos que fueron escogidos para desarrollar el plan nacional de desarrollo (1980-1984) (Montesdeoca, 2003).

La institucionalidad pública del turismo en Ecuador nace a raíz de la creación del ente oficial de manejo turístico. El primero de ellos fue una oficina de turismo adscrita a la presidencia de la República durante el gobierno de Alberto Enríquez Gallo, oficina que luego derivaría en la creación sucesiva de Ceturis, Dituris, Cetur hasta el establecimiento del Ministerio de Turismo en 1992.

El Ministerio de Información y Turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén, mediante Decreto Ejecutivo N.04 el 10 de agosto de 1992, tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación -SENAC-, entidad dependiente de la Presidencia de la República, con la visión de posicionar al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social.

Frente al crecimiento del sector turístico, en junio de 1994, se tomó la decisión de separar al turismo de la información, para que se dedicara exclusivamente a impulsar y fortalecer esta

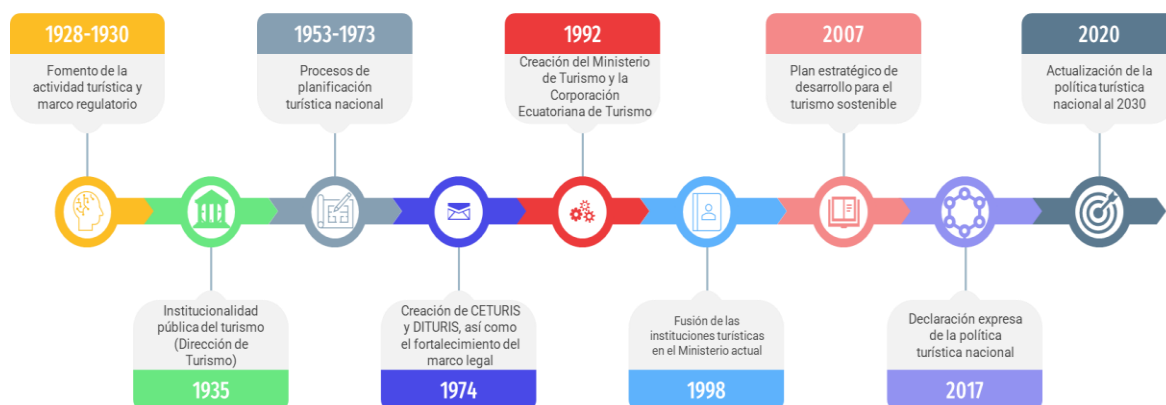
actividad. El Decreto Ejecutivo No.2841 modifica el Decreto N.04 de 10 de agosto de 1992 y cambia la denominación al Ministerio de Información y Turismo, por Ministerio de Turismo.

El 23 diciembre de 1998, el presidente Jamil Mahuad mediante Decreto Ejecutivo N. 412, al considerar que el funcionamiento del sector turístico está encargado del Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo y que es necesario optimizar su gestión, fusiona en una sola entidad ambos organismos bajo la denominación de Ministerio de Turismo. Los funcionarios, empleados y trabajadores de la Corporación Ecuatoriana de Turismo pasan desde esa fecha a prestar sus servicios en el Ministerio de Turismo. En 1999 el presidente Mahuad, mediante Decreto Ejecutivo, 1323 fusiona los ministerios de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca y de Turismo, en una sola entidad, que se denomina Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo.

En enero del 2000, mediante Decreto Ejecutivo N.26 el Dr. Gustavo Noboa Bejarano, en su calidad de presidente de la República, le devuelve la categoría de Ministerio a la entonces Subsecretaría de Turismo del MICIP y la fusiona al Ministerio de Ambiente en una sola entidad denominada Ministerio de Turismo y Ambiente. En abril del 2000 el mismo presidente de la República, mediante Decreto Ejecutivo N.259, deroga el Decreto N.26 e individualiza el funcionamiento de las dos áreas turismo y ambiente con total independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente, lo cual se mantiene en efecto hasta la fecha con actividades de coordinación entre estas dos carteras de estado.

Figura 37.

Evolución de la Política Turística del Ecuador.



Nota: Elaboración propia

La ilustración 37 sintetiza la evolución de la política turística pública en el Ecuador, y las fases por los cuales ha tenido que pasar la misma para llegar a ser considerada una acción del estado.

Si bien es cierto que los primeros pasos relacionados con la política del turismo en el país se orientaron principalmente a normalizar, legitimar, gestionar y controlar la actividad turística, se puede evidenciar una falta de direccionamiento en la gestión pública para definir una política turística clara que permita a todos los involucrados en la actividad conocer cuáles son los lineamientos estratégicos con los que el país viene trabajando. Debido a dicha falencia, en el año 2007 el Ministerio de Turismo elaboró el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR), el cual tenía un periodo de previsión con meta al 2020; en este documento se generó un trabajo conjunto entre el sector público, privado, comunitario, academia e internacional para poder establecer el direccionamiento estratégico a ser aplicado en el país.

Aunque el Plan cuenta con varias falencias técnicas, es rescatable su esfuerzo en juntar a los actores del sector turístico para poder delimitar los campos de actuación sectorial. En dicho documento se puede identificar la primera propuesta en firme de política turística nacional, la cual se compone de 7 ejes estratégicos:

1. El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía nacional y contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
2. La gestión del turismo busca un funcionamiento coordinado entre los actores público, privado y comunitario sustentados en un Ministerio de Turismo fortalecido y en una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente.
3. Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio.
4. Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
5. Se optimizan las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental; por lo que se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos.

6. Se impulsa el turismo social para la democratización del ocio como derecho humano y la integración nacional.
7. Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

Si bien los lineamientos propuestos resultaron interesantes, lamentablemente el plan no fue socializado de la manera adecuado y generó incluso que muchas de sus propuestas sean idealizaciones poco realizables, ya que se demostró ser una política construida desde la centralización de los gestores y poco asentada en la realidad contextual del país y la peculiaridad de cada uno de los territorios, lo que llevó a que sea un plan archivado y poco ejecutado. De acuerdo con la rendición de cuentas de la ministra Rosa Prado (2018), el PLANDETUR presentó un cumplimiento del 4.5% del total de objetivos, estrategias, programas y proyectos planteados.

En lo que respecta al turismo urbano, fue considerado dentro del proyecto denominado “Innovación de Productos Turísticos” en el cual se pretendía generar un análisis de los atractivos turísticos, facilidades y servicios que se ofrecían en cada una de las ciudades del país para poder estructurar nuevas líneas de producto. En este sentido, el Ecuador había definido 11 líneas de producto y 30 sublíneas de producto. En el caso de turismo urbano lo categorizaron como una sublínea perteneciente a la línea de turismo cultural, colocando al distrito metropolitano de Quito, al distrito metropolitano de Guayaquil y Cuenca como los lugares en los cuales se debió de priorizar su desarrollo (PLANDETUR2020).

En el año 2017, el Ministerio de Turismo elaboró un documento que trataba de actualizar el abordaje de la política turística y relacionarlo con el contexto actual, así como también planteó la necesidad de cubrir los errores anteriores de socialización con los actores del sector. En este nuevo documento la propuesta de política buscaba consolidar al turismo como un eje dinamizador del desarrollo económico y social del país, con la participación del sector público, el involucramiento activo de otras entidades gubernamentales, el sector privado, comunitario, agremiaciones y comunidades locales. En este caso los enfoques de la política planteados fueron: equidad de género; igualdad intergeneracional; igualdad en discapacidades; e igualdad de nacionalidades y pueblos.

Los pilares de la política turística fueron:

1. Seguridad: referente a la seguridad integral que toma en cuenta los elementos de prevención y atención de accidentes, salud, homologación de buenas prácticas entre otras.
2. Destinos y productos: este pilar buscaba la generación de condiciones para mejorar la competitividad del Ecuador como destino turístico, mediante el desarrollo turístico integral de los destinos.
3. Calidad: dicho pilar buscaba desarrollar y fortalecer el sistema nacional de calidad turística.
4. Conectividad: el cual buscaba promover la conectividad con fines turísticos a nivel nacional e internacional.
5. Inversión: el cual se centraba en impulsar la inversión nacional y extranjera en el sector turístico para la diversificación de la oferta nacional.

En la tabla 26 se interrelacionan las políticas específicas planteadas y los pilares establecidos.

Tabla 26.

Política turística del Ecuador 2017.

Política	Eje	Lineamiento
Marco Regulatorio	Seguridad	• Fortalecer el marco regulatorio del sector turístico y garantizar su cumplimiento.
	Calidad	• Generar el sistema nacional de calidad turística.
Incentivos y clima de negocios	Seguridad	• Disminuir la informalidad en el sector turístico.
	Destinos y	• Desarrollar la infraestructura y servicios turísticos.
	Productos	• Fomentar y fortalecer el desarrollo de productos turísticos.
	Calidad	• Promover la certificación de calidad.
	Conectividad	• Promover la competitividad de los aeropuertos nacionales e internacionales del país.
	Inversión	• Fortalecer estratégicamente la oferta turística nacional mediante la atracción de inversiones nacionales y extranjeras.
		• Generar incentivos para la inversión turística.

Articulación entre actores		• Generar un sistema de inteligencia de mercados.
	Seguridad	• Diseñar e implementar la estrategia intersectorial de seguridad turística.
	Destinos y Productos	• Fortalecer la planificación turística participativa del Ecuador.
	Conectividad	• Fortalecer la infraestructura: terrestre, marítima y fluvial. • Desarrollar la generación de fuentes de financiamiento para el sector turístico.
	Inversión	• Promover la generación de fuentes de financiamiento para el sector turístico.
Talento Humano	Calidad	• Fortalecer la capacitación y formación de las personas relacionadas con el ámbito turístico.
Promoción	Seguridad	• Generar estrategias de difusión de información turística y seguridad integral.
	Destinos y Productos	• Realizar un mercadeo especializado del Ecuador como destino turístico.
	Calidad	• Promocionar la calidad de los servicios turísticos del Ecuador.
	Inversión	• Promocionar al Ecuador como un destino atractivo para la inversión turística.

Nota: Elaboración propia, a partir de MINTUR (2017).

Dentro de dichos lineamientos, el turismo urbano se enmarca en la política de incentivos y clima de negocios, dentro del eje de destinos y productos y en el lineamiento específico que busca fomentar y fortalecer el desarrollo de productos turísticos en el país. A diferencia del caso de la política planteada en el año 2007, ésta nueva propuesta se quedó justamente en eso, fue una propuesta generada por la ministra a cargo, pero no se dio forma a la misma, siendo un trabajo infructuoso debido a que no se cumplió ni el 2% de lo establecido de acuerdo con la rendición de cuentas del ministro Ponce de León en el año 2020.

Por tal motivo el Ministerio de Turismo trató de actualizar el documento de la política generado en el 2017 y llevarlo al contexto de la pandemia. Para ello, y por mandato del ministro Ponce

de León en el 2020, se realizó la actualización de la política turística nacional, estableciendo como políticas nacionales a las siguientes:

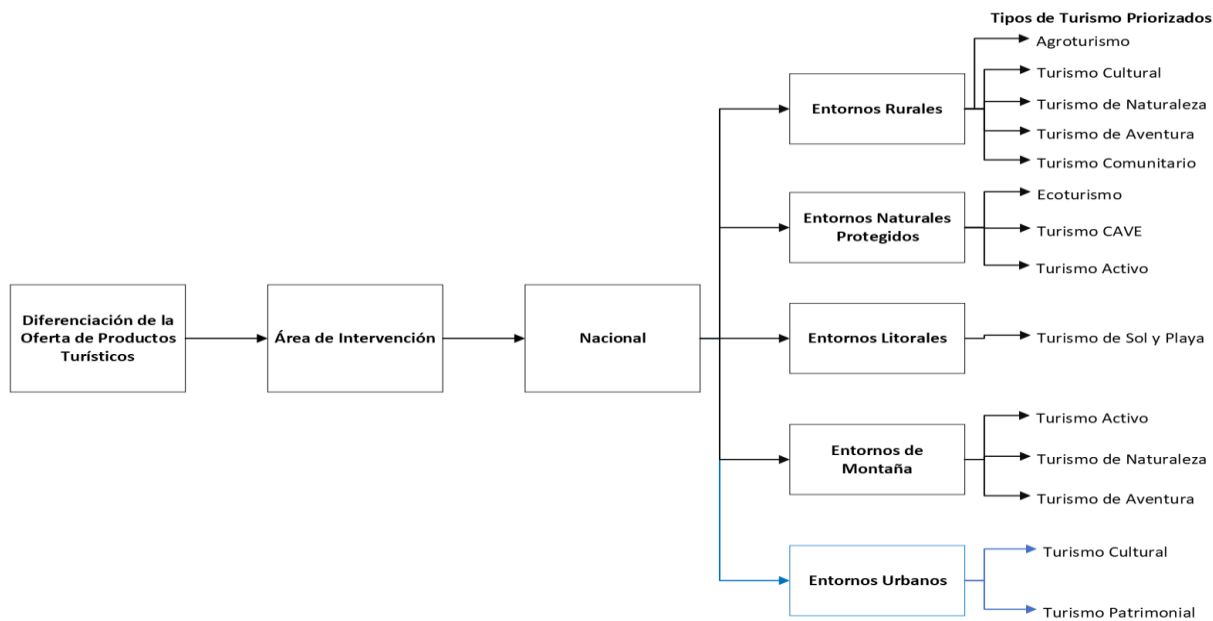
- a) Fomentar el turismo sostenible, accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de la gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural, la generación de desarrollo productivo y social, así como el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de manera segura, cómoda y autónoma.
- b) Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentando en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada.
- c) Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con base local como factor diferenciador de la oferta turística.
- d) Dinamizar la conectividad nacional e internacional, mediante la atracción y el fomento de nuevas operaciones aéreas, terrestres, marítimas y fluviales; así como el fomento de la inversión pública y privada en infraestructura aeroportuaria, portuaria y terrestre, complementada con el fortalecimiento de la cobertura de servicios de comunicación inteligente.
- e) Fomentar la inversión turística nacional y extranjera directa, a través de la creación y mejora de incentivos, la diversificación de fuentes y líneas de financiamiento (público y privado), la dinamización de los encadenamientos productivos y la empleabilidad.
- f) Impulsar la inteligencia de mercados turísticos a través del levantamiento de datos y estadística, así como del monitoreo de la percepción y el impacto de las estrategias de promoción para direccionar la toma de decisiones de mercado acorde con las necesidades del turismo y sus tendencias a nivel mundial.

Los ejes estratégicos propuestos son: destinos y calidad, conectividad, mercadeo y promoción, y fomento a la inversión. En lo que respecta al turismo urbano, dentro de éste nuevo abordaje,

se lo puede identificar en el abordaje correspondiente al eje estratégico denominado “destinos y calidad”, el cual a su vez tiene una relación directa con los literales a, b y c, de la política nacional turística para el 2030. En este sentido, la estrategia acerca de la diversificación de la oferta de productos turísticos aborda el tratamiento de las diversas formas de turismo que se pueden generar en el país, con base en los atractivos turísticos que poseen, así como las facilidades, infraestructura y servicios que se encuentran a disposición de los visitantes; en específico se toma en consideración las actividades formales del turismo, es decir aquellas reguladas y controladas por el ente público.

Para ello, se identificaron qué productos turísticos del país han sido comercializados por los prestadores de servicios, ya sea este nacional o internacional. Es en estas categorías donde se oferta la variedad de productos turísticos que el país posee, obteniendo la clasificación que se puede observar en la ilustración 38.

Figura 38.
Diversificación de la oferta turística nacional.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2020)

De acuerdo con lo establecido por el organismo público, en lo que respecta a turismo urbano, solamente se priorizan las tipologías de turismo correspondientes a turismo cultural y el turismo patrimonial, limitando inherentemente a las ciudades o enclaves urbanos que no poseen dichos elementos dentro de sus sistema turístico vigente.

Además, como se puede evidenciar, el trasfondo de la política turística planteada, desde el 2007 hasta su propuesta actual en el año 2020, no existe una variación considerable en los abordajes de esta. Lamentablemente, salta a la vista que las propuestas de la política van de la mano con el enfoque e ideología del gobernante de turno, lo que limita su aplicabilidad y sostenibilidad en el tiempo. Esto conlleva a que los involucrados dentro de la actividad turística del país no comprendan cuál es la finalidad de cada una, ni tampoco se justifique su variación tan marcada a lo largo de los años.

5.3. Oferta turística del Ecuador.

En lo que respecta a la oferta turística nacional, el Ministerio de Turismo ha establecido como elementos que componen la misma a dos secciones claras, por una parte, el inventario de atractivos turísticos y por otra el catastro nacional de proveedores de servicios turísticos en el país, los cuales se encuentran en constante proceso de actualización, depuración, jerarquización y categorización de estos.

5.3.1. Inventario de Atractivos Turísticos.

El Ministerio de Turismo del Ecuador, órgano rector de la actividad turística en el país tiene entre sus atribuciones la elaboración del inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejerce por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada.

Así también, la Resolución No. 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias en la sección I, artículo 8, numeral 5 establece como atribución de la Autoridad Nacional de Turismo el administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental.

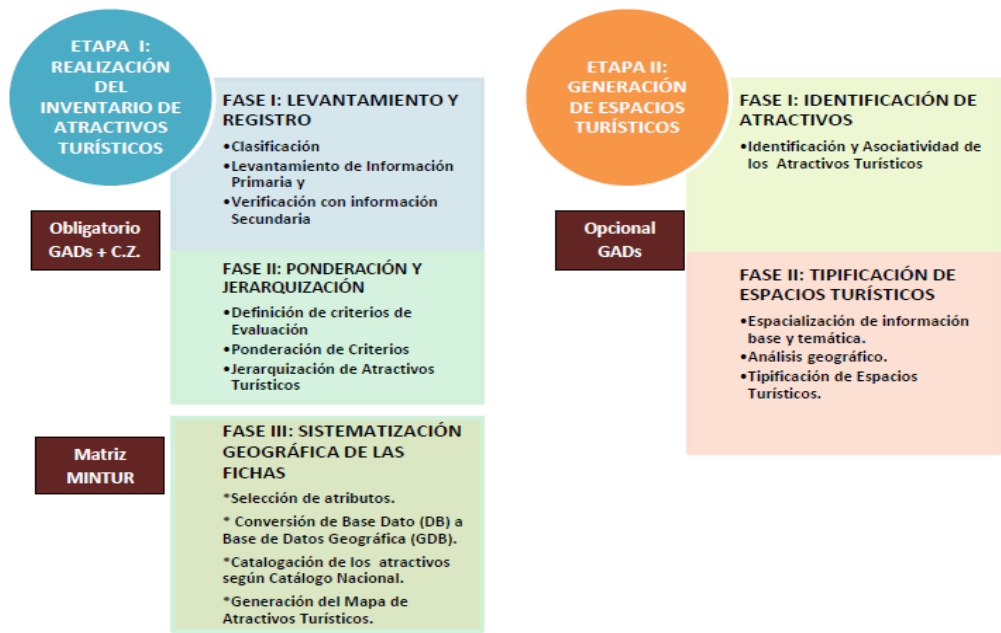
La sección II, artículo 13, numeral 3 establece en el marco del desarrollo de actividades turísticas corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos el elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.

Por ello, el órgano público determinó la metodología para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos en Ecuador, la cual establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos posteriores.

El inventario de atractivos turísticos se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional.

Figura 39.

Proceso metodológico para el levantamiento de información de atractivos turísticos.



Nota: Recuperado del MINTUR (2017)

En la ilustración 39 se puede identificar el proceso a seguir establecido en la metodología, en el cual se establecen las etapas, actividades y responsables de cada una en concordancia con los lineamientos establecidos en los párrafos anteriores. El procedimiento se realiza en dos etapas: la primera permitirá el levantamiento, registro, jerarquización y espacialización de atractivos turísticos; y la segunda será la identificación de atractivos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos.

Cabe recalcar que en la actualidad el Ministerio sigue dentro de la etapa I, fase III, ya que el cambio de metodología generó una nueva utilización de herramientas técnicas que se enfocaban en depurar las bases de información iniciales con las que se contaban, ya que, muchos de ellos no cumplían con los lineamientos básicos para obtener dicha denominación, por lo que en la actualidad el país cuenta con un total de 449 atractivos.

Tabla 27.

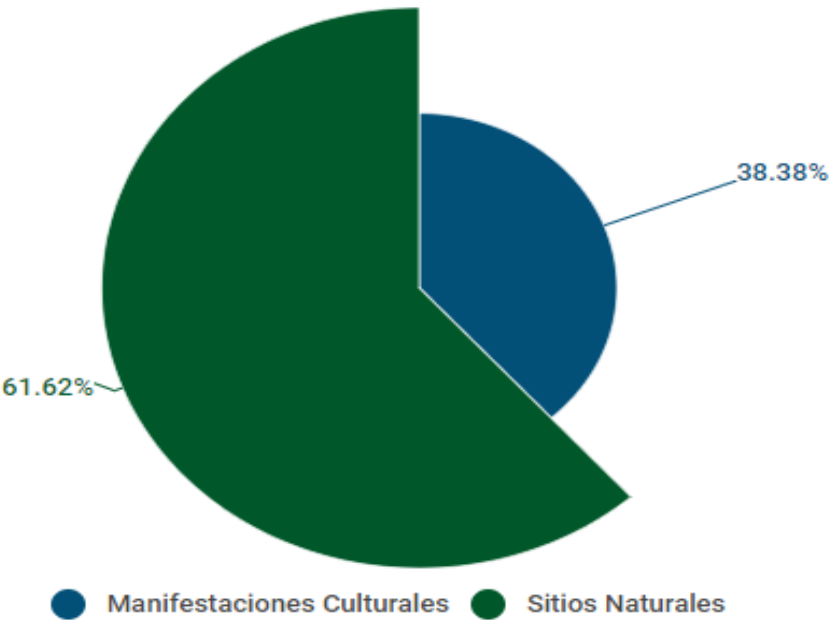
Categorización de los atractivos turísticos del Ecuador al 2022.

Categorización	Número de Atractivos
Manifestaciones Culturales	180
Sitios Naturales	269
TOTAL	449

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 40.

Distribución por categoría de los atractivos turísticos del Ecuador al 2022.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Como se puede observar, tanto en la tabla 27, como en la ilustración 40, de acuerdo con los datos al mes de marzo del 2022, el 38.38% (180 atractivos inventariados) del total corresponden a manifestaciones culturales mientras que el 61.62% (269 atractivos inventariados) corresponden a sitios naturales. Cabe destacar que, para la categorización general, la división de tipo y subtipo, el Ministerio utiliza la metodología planteada por el Centro de Investigación y Capacitación Turística (CICATUR) de la Organización de Estados Americanos (OEA). Esta entidad, entre los años de 1976 a 1980, concretó las metodologías que darán soporte al levantamiento de información turística en Latinoamérica. Para el caso específico de la clasificación de los atractivos turísticos en tipos y subtipos, el Ministerio realizó una actualización y redefinición de la taxonomía propuesta por la CICATUR, ajustando la misma a la realidad contextual nacional y a los lineamientos establecidos por la Organización Mundial

del Turismo (OMT) con respecto al levantamiento de información estadística en el ámbito del turismo para las naciones.

Tabla 28.

Taxonomía de los atractivos turísticos culturales del Ecuador al 2022.

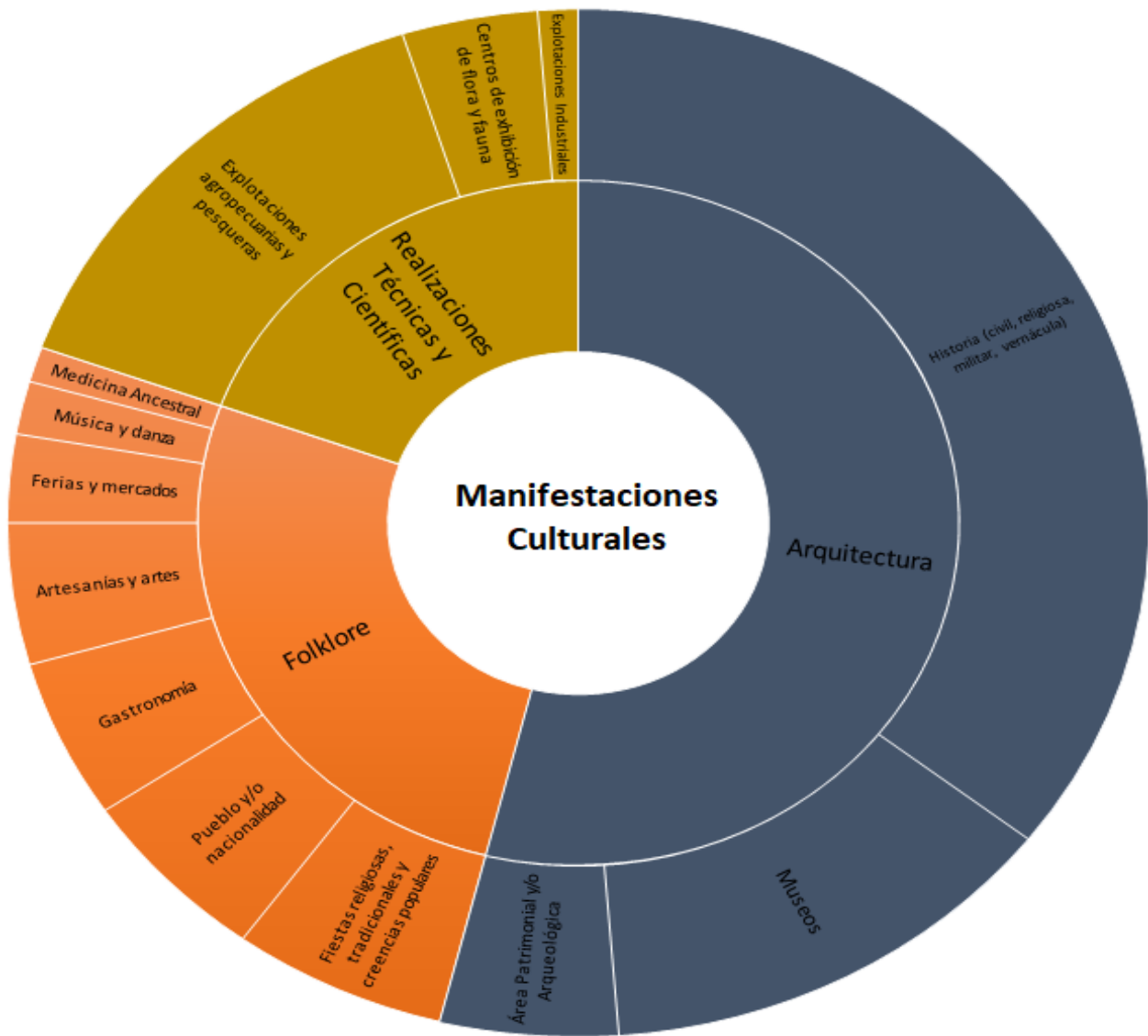
Categorización	Tipo	Subtipo	Número Atractivos	Porcentaje
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Historia (civil, religiosa, militar, vernácula)	64	35.56%
		Museos	24	13.33%
		Áreas patrimoniales y/o arqueológicas	9	5.00%
	Folklore	Pueblos y nacionalidades	10	5.56%
		Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares	11	6.11%
		Artesanías y artes	8	4.44%
		Medicina ancestral	2	1.11%
		Ferias y mercados	5	2.78%
		Música y danza	3	1.67%
		Gastronomía	9	5.00%
	Realizaciones	Centros de exhibición de flora y fauna	7	3.89%
	Técnicas y Científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	26	14.44%
Explotaciones industriales		2	1.11%	
Total de atractivos turísticos culturales			180	100%

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Como se puede observar, dentro de la tabla 28 y la ilustración 41, se evidencia que, en la categoría denominada “manifestaciones culturales”, el 53.89% de los atractivos turísticos corresponden a la tipología de arquitectura y dentro de ésta el 35.56% corresponde al subtipo historia, el 13.33% a museos y el 5% a áreas patrimoniales y arqueológicas, convirtiéndose de esta manera en la función predominante. Por otro lado, el 26.67% corresponde a la tipología

folklore, dentro del cual las subtipologías más importantes son: festividades religiosas, tradicionales y creencias populares con el 6.11%, pueblo y/o nacionalidad con el 5.56% y la gastronomía con el 5%. Finalmente, el 19.44% corresponde a la tipología denominada realizaciones técnicas y científicas. Dichos atractivos promueven las actividades en espacios abiertos, principalmente naturales.

Figura 41.
Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos culturales.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Adicionalmente a la clasificación generada por el ministerio de turismo, se le puede agregar una categorización extra que permite identificar la ubicación de los atractivos turísticos y

relacionarla con las tipologías de turismo que el país pretende desarrollar, acorde con lo establecido en el Plan de Desarrollo Turístico 2030.

Tabla 29.

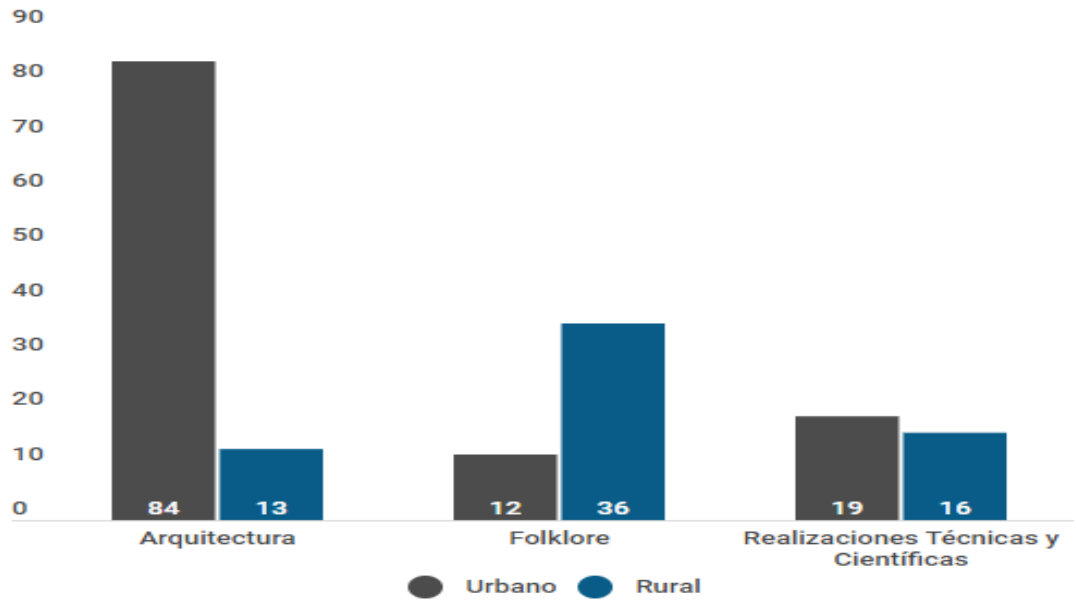
Categorización de los atractivos turísticos culturales por su ubicación y tipología de turismo.

Categorización	Tipo	Subtipo	Ubicación		Tipología de Turismo
			Urbano	Rural	
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Historia (civil, religiosa, militar, vernácula)	58	6	Turismo Cultural
		Museos	22	2	Turismo Patrimonial
		Áreas patrimoniales y/o arqueológicas	4	5	
	Folklore	Pueblos y nacionalidades	1	9	Turismo Cultural
		Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares	2	9	
		Artesanías y artes	3	5	
		Medicina ancestral	-	2	Turismo Comunitario
		Ferias y mercados	2	3	
		Música y danza	1	2	
		Gastronomía	3	6	Turismo Comunitario
		Centros de exhibición de flora y fauna	3	4	
	Realizaciones Técnicas y Científicas	Explotaciones agropecuarias y pesqueras	14	12	Turismo de Aventura
		Explotaciones industriales	2	-	
					Agroturismo

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 42.

Distribución por ubicación y tipo de turismo, de los atractivos turísticos culturales del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Del 100% de los atractivos turísticos culturales del país, el 63.88% de los mismos se encuentran ubicados en entornos urbanos y el 36.12% se encuentran ubicados en entornos rurales, generando propuestas orientadas a desarrollar las tipologías de turismo: cultural, patrimonial, comunitario, de aventura y agroturismo; tratando de potencializar el desarrollo de la actividad turística y la dinamización económica de las localidades a través de dicha actividad.

En lo que respecta a los atractivos turísticos naturales del país, el levantamiento de información correspondiente ha resultado mucho más complejo, ya que los procesos de desplazamiento, ubicación e identificación de estos, por parte de los organismos públicos encargados, han sido esfuerzos continuos y en muchas ocasiones repetitivos, generando un desperdicio de los fondos públicos destinados para dicha actividad.

La principal problemática en este aspecto viene relacionada con los esfuerzos realizados por las coordinaciones zonales del Ministerio, las organizaciones de gestión de destino, en el caso de las ciudades de Quito y Cuenca, y los departamentos de turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) del país, ya que no existe una metodología clara para el levantamiento, análisis e interpretación de la información que coadyuven a la toma de decisiones acertadas a favor del lugar.

Para efectos de la presente investigación se tomará como base la información establecida por el Ministerio de Turismo. Dicha información se encuentra aún en proceso de validación por parte del departamento de desarrollo de productos turísticos del ente público. Cabe recalcar que dicho proceso de actualización va desde el 2004, pero lamentablemente la metodología utilizada no presenta una aplicabilidad clara y sostenida.

La clasificación utilizada se fundamenta en lo establecido por la metodología OEA-CICATUR y se resume en la tabla 30.

Tabla 30.

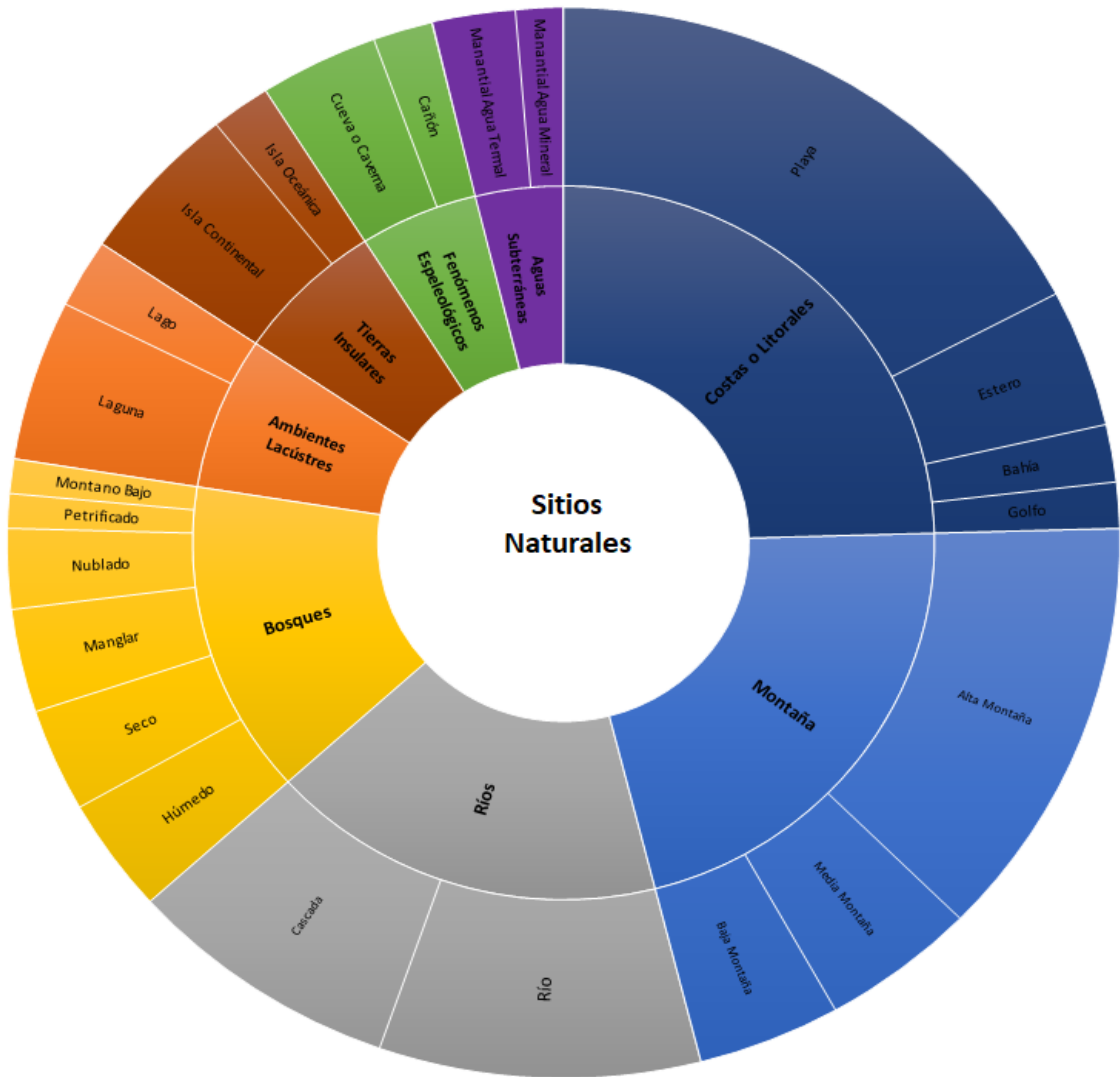
Taxonomía de los atractivos turísticos naturales del Ecuador al 2022.

Categorización	Tipo	Subtipo	Número Atractivos	Porcentaje
Sitios Naturales	Montañas	Alta montaña	37	12.80%
		Media montaña	13	4.50%
		Baja montaña	12	4.15%
	Ambientes	Lagos	6	2.08%
	Lacustres	Lagunas	14	4.84%
	Ríos	Río	27	9.34%
		Cascada	23	7.96%
	Bosques	Nublado	7	2.42%
		Montano bajo	3	1.04%
		Húmedo	10	3.46%
		Manglar	9	3.11%
		Seco	9	3.11%
		Petrificado	3	1.04%
	Aguas	Manantial de agua mineral	4	1.38%
	Subterráneas	Manantial de agua termal	7	2.42%
	Fenómenos	Cueva o Caverna	10	3.46%
	Espeleológicos	Cañón	5	1.73%
	Costas o Litorales	Playa	50	17.30%
		Golfo	4	1.38%
		Bahía	5	1.73%

	Estero	12	4.15%
Tierras	Islas continentales	14	4.84%
Insulares	Islas oceánicas	5	1.73%
Total de atractivos turísticos naturales		289	100%

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 43.
Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos naturales del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

La tabla 30 e ilustración 43 ilustran la clasificación de los atractivos turísticos naturales, la cual contiene un número mayor de tipologías y subtipologías. En el caso del Ecuador, de los 289 atractivos categorizados como sitios naturales, el 24.57% (71 atractivos) se encuentran concentradas en las costas o litorales, seguido de los espacios de montaña con un 21.45% (62

atractivos), en un tercer lugar se encuentra la tipología denominada ríos con un 17.30% (50 atractivos) y finalmente los bosques con un 14.19% (41 atractivos) del total inventariado hasta la fecha, mientras que el 22.49% (65 atractivos) corresponden al cúmulo de las siguientes categorías: ambientes lacustres, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos y tierras insulares.

Al igual que se realizó con los atractivos culturales, a continuación, se generará una categorización de la distribución de los atractivos turísticos naturales, identificando el entorno en el que se encuentran y las tipologías de turismo que se priorizan.

Tabla 31.

Categorización de los atractivos turísticos naturales por ubicación y tipología de turismo.

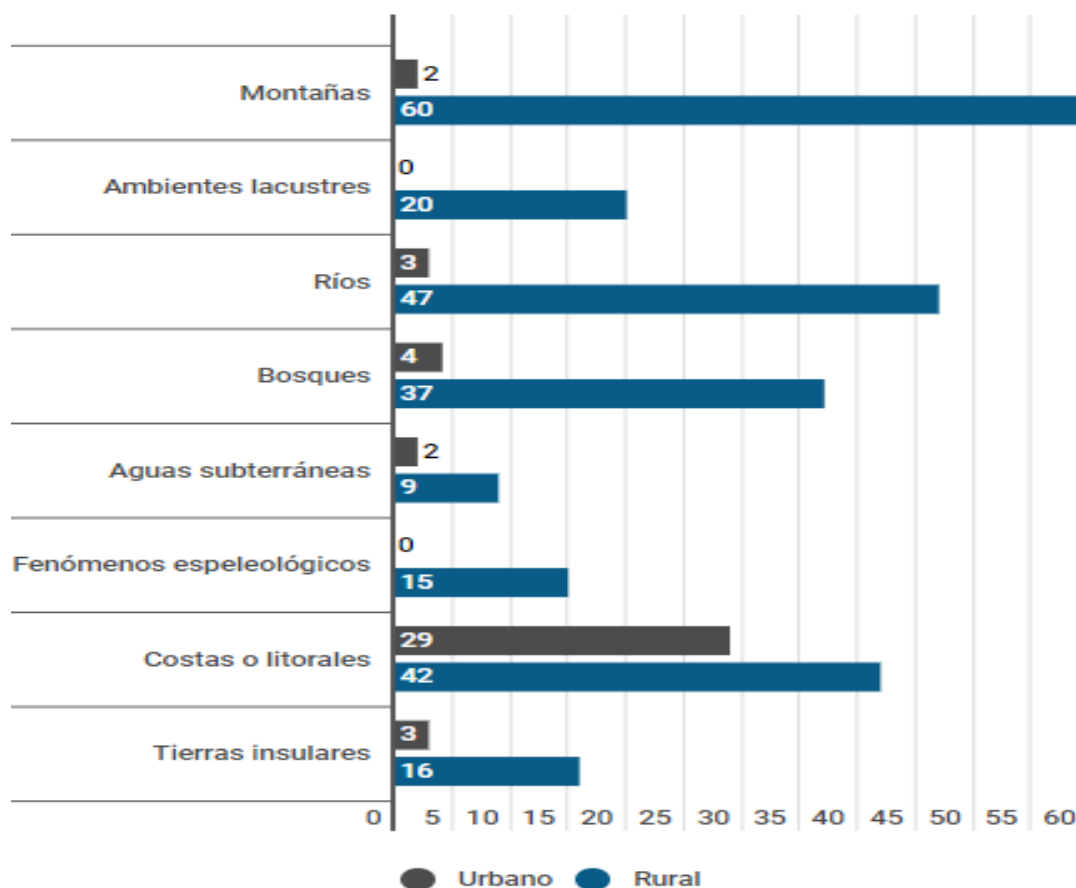
Categorización	Tipo	Subtipo	Ubicación		Tipología de Turismo
			Urbano	Rural	
Sitios Naturales	Montañas	Alta montaña	0	37	Turismo Activo
		Media montaña	0	13	
		Baja montaña	2	10	
	Ambientes Lacustres	Lagos	0	6	Ecoturismo
		Lagunas	0	14	
	Ríos	Río	3	24	Ecoturismo
		Cascada	0	23	
	Bosques	Nublado	1	6	Turismo
		Montano bajo	0	3	CAVE
		Húmedo	1	9	Turismo
		Manglar	0	9	Activo
		Seco	2	7	Turismo de Aventura
		Petrificado	0	3	
	Aguas Subterráneas	Manantial de agua mineral	0	4	Turismo de Naturaleza
		Manantial de agua termal	2	5	
	Fenómenos Espeleológicos	Cueva o Caverna	0	10	Turismo de Naturaleza
		Cañón	0	5	

Costas o Litorales	Playa	21	29	Sol y Playa
	Golfo	2	2	Turismo
	Bahía	1	4	Activo y de
	Estero	5	7	Naturaleza
Tierras Insulares	Islas continentales	3	11	Ecoturismo
	Islas oceánicas	0	5	

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 44.

Distribución por ubicación y tipo de turismo, de los atractivos turísticos naturales del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Se puede observar que del 100% de los atractivos turísticos naturales del país, el 14.88% de los mismos se encuentran ubicados en entornos urbanos y el 85.13% se encuentran ubicados en entornos rurales, por lo que se propone priorizar el desarrollo de las tipologías de turismo: activo, sol y playa, naturaleza, turismo científico, académico, voluntariado, educativo, y

ecoturismo; aprovechando la diversidad biológica, morfológica y climatológica con las que cuenta el país.

5.3.2. Catastro de Servicios Turísticos.

En cuanto al registro de los prestadores de servicios turísticos, se debe alinear dicha recopilación de información, con lo establecido en la normativa legal nacional acerca de las denominadas actividades turísticas, para lo cual de acuerdo con la Ley de Turismo del país, aprobada en el año 2002 y modificada en el año 2020, se establece en su capítulo II denominado “de las actividades turísticas y quién las ejerce”, en el artículo 5 establece que se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para ello;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Parques de atracciones estables, centros de convención, salas de baile, centros de recreación turística, sala de recepciones y banquetes, organización de eventos, peñas, entre otros;
- g. Guianza turística; y
- h. Centros de Turismo Comunitario.

Cada una de las actividades cuenta con un reglamento expedido que busca regular, controlar y supervisar el desarrollo adecuado de las actividades turísticas dentro del territorio ecuatoriano. En los mismos se pueden identificar especificidades de cada actividad, así como también la clasificación, categorías y subcategorías con las que se registran las actividades turísticas a nivel nacional. En la tabla 32 se desarrolla el compendio del cuerpo legal regulatorio actualizado.

Tabla 32.

Marco normativo ecuatoriano acerca de las actividades turísticas nacionales.

Nombre de la normativa	Año	Objeto
Ley de Turismo	2002	Determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo	2004	Establecer los instrumentos y procedimientos de aplicación de la ley; el establecimiento de los procedimientos generales de coordinación institucional; y, la actualización general de las normas jurídicas secundarias del sector turístico expedida con anterioridad a la expedición de la Ley de Turismo.
Reglamento para los centros turísticos comunitarios (CTC)	2010	Normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios a nivel nacional.
Reglamento para el funcionamiento de compañías de renta o alquiler de vehículos	2013	Regular el otorgamiento de la autorización de funcionamiento de las compañías de renta, arrendamiento o alquiler de vehículos a nivel nacional, de conformidad a las disposiciones contenidas en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y conforme los facultados de los organismos del sector.
Reglamento de alojamiento turístico continental	2015	Regular la actividad turística de alojamiento dentro del Ecuador continental.
Reglamento de alojamiento turístico Provincia de Galápagos	2015	Regular la actividad turística de alojamiento dentro del área nacional de régimen especial de Galápagos.
Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas	2016	Regular el ejercicio de las actividades turísticas dentro del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE, y sus modalidades de operación derivadas de dichas actividades.
Reglamento de guianza turística para el	2016	Determinar los principios y criterios a los que habrán de someterse las personas reconocidas como guías de turismo

régimen especial de Galápagos		del régimen especial de la Provincia de Galápagos, así como, toda regulación para el servicio de guianza turística desarrollado dentro de esta provincia.
Reglamento turístico de alimentos y bebidas	2018	Regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos para el ejercicio de la actividad turística de alimentos y bebidas a nivel nacional.
Reglamento de transporte por cuenta propia	2018	Establecer los procedimientos para la obtención de la Autorización del servicio de transporte terrestre por Cuenta Propia para vehículos que corresponden al título habilitante, sujetándose a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, su Reglamento General de Aplicación y demás normativa emitida por la ANT.
Reglamento de guianza turística continental	2020	Regular a las personas reconocidas como guías de turismo para el servicio de guianza turística desarrollado dentro del territorio ecuatoriano continental.
Reglamento de transporte terrestre comercial de turismo	2020	Establecer las normas, procedimientos y requisitos para la organización, regulación, evaluación y control de las actividades relacionadas con el transporte terrestre comercial de turismo, con el fin de proteger a las personas que se trasladan de un lugar a otro por la red vial.
Reglamento de operación turística de aventura	2020	Regular y determinar los principios y criterios a los que habrán de someterse los prestadores de servicios turísticos que realizan modalidades turísticas de aventura.
Reglamento de transporte turístico marítimo en Galápagos	2020	Determinar los requisitos y los parámetros de calidad y servicio, que deberán cumplir los prestadores de servicios turísticos que realizan la actividad de transporte turístico marítimo en la Provincia de Galápagos.
Reglamento de intermediación y operación turística	2021	Regular las actividades de operación e intermediación turística, las cuales se encuentran contenidas en la Ley de Turismo y su reglamento.
Reglamento turístico de alimentos y bebidas	2021	Regular, clasificar, categorizar, controlar y establecer los requisitos que deben cumplir los establecimientos que

para la provincia de Galápagos	ejerzan la actividad turística de servicio de alimentos y bebidas.

Nota: Elaboración propia

En total existen 16 cuerpos legales que regulan las 7 actividades turísticas a nivel nacional; se hace la unión entre intermediación y operación, ya que las dos trabajan dentro de la misma área específica de servicio. Si bien es cierto que se cuenta con dicho marco normativo, lamentablemente su aplicación, regulación y cumplimiento es bastante deficiente, debido a que la actualización, categorización y verificación de requerimientos por parte de los estamentos públicos encargados (ministerio, coordinaciones zonales, organización de gestión de destinos, gobiernos autónomos descentralizados) no logran generar un acuerdo mutuo para el tratamiento de la información y el desglose de las competencias pertinentes de acuerdo con el modelo de gobernabilidad del país.

Por ello, para efectos de la presente investigación se utilizarán los datos obtenidos del ministerio de turismo a través de las plataformas denominadas: Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador (SIETE) y Sistema de Turismo Inteligente (SITURIN), en las cuales los prestadores de servicios turísticos nacionales deben generar su perfilamiento comercial. Este consiste en establecer la actividad a la que se va a dedicar, su razón social o nombre debidamente inscrito en las instancias públicas y los detalles generales de los servicios ofertados. Luego el Ministerio procede a generar la clasificación y categorización de los prestadores conforme a lo establecido en los diversos reglamentos.

Para el mes de marzo del año 2022, de acuerdo con el Ministerio de Turismo el Ecuador cuenta con un total de 24.552 servidores turísticos.

Tabla 33.

Prestadores de servicios turísticos del Ecuador al 2022.

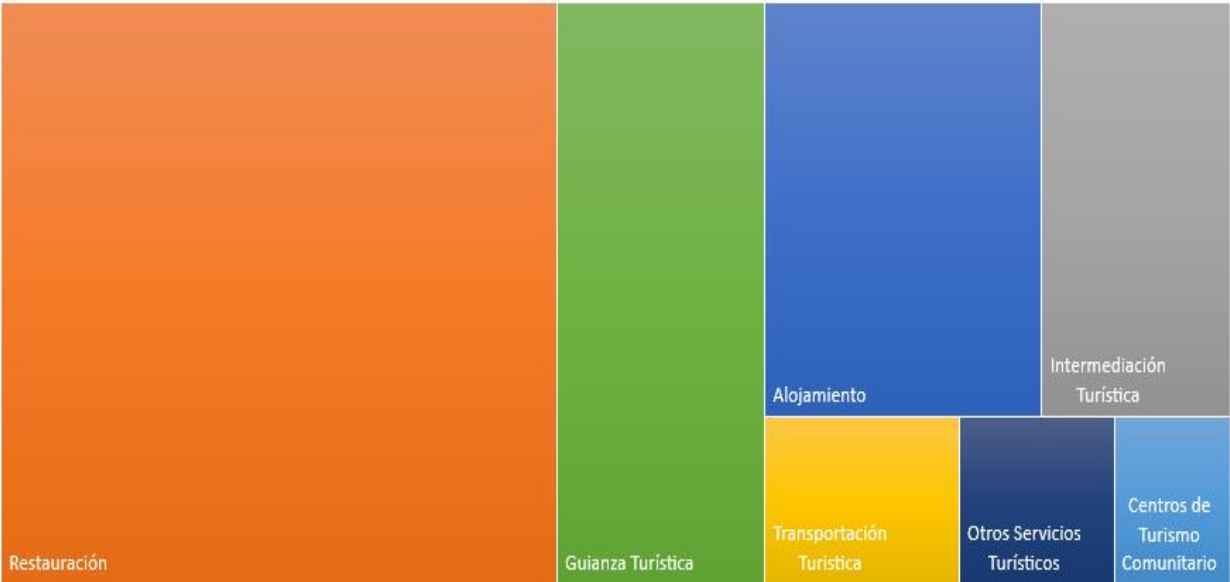
Sector	Categoría	Valor	Subtotales	Porcentaje
Alojamiento (AL)	Hotel	1.159	4.316	17.58%
	Hostal	2.311		
	Hostería	494		
	Hacienda Turística	27		

	Lodge	67		
	Resort	7		
	Refugio	22		
	Campamento Turístico	28		
	Casa de Huéspedes	201		
Restauración (RS)	Restaurante	8.934	12.184	49.63%
	Cafetería	1.532		
	Bar	1.080		
	Discoteca	562		
	Establecimientos Móviles	64		
	Plazas de Comida	7		
	Servicios de Catering	5		
Intermediación Turística (IT)	Agencias de Viajes Mayoristas	134	2.475	10.08%
	Agencias de Viajes Internacionales	371		
	Operadores Turísticos	1.072		
	Agencias de Viajes Duales	898		
Centros Turismo Comunitario (CTC)	Centro de Turismo Comunitario	39	39	0.16%
Transportación Turística (TT)	Transportación Aérea	7	510	2.08%
	Transportación Turística Marítima y Fluvial	192		
	Transportación Turística Terrestre	311		
Otros Servicios Turísticos (OT)	Sala de Recepciones y Banquetes	134	459	1.87%
	Peñas	15		
	Centro de Recreación Turística	43		
	Salas de Baile	16		
	Centro de Convenciones	9		

Guianza Turística (GT)	Organizadores de Eventos, Congresos y Convenciones	12	4.569	18.61%
	Parques de Atracción Estable	230		
	Guías Locales	710		
	Guías Nacionales	2.057		
	Guías Nacionales Especializados en Patrimonio Turístico	849		
	Guías Nacionales Especializados en Aventura	953		
	Total de Prestadores Turísticos del país		24.552	100%

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 45.
Distribución porcentual de los prestadores de servicios turísticos por actividad a marzo del 2022.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

En lo que respecta a la distribución de los prestadores de servicios turísticos, se puede evidenciar que el 49.63% (12.184 prestadores) corresponde al sector de alimentos y bebidas, principalmente por la facilidad en los procesos de constitución empresarial que implica dicho sector y que el monto de inversión es mucho más asequible para los emprendedores turísticos

a nivel nacional. En segundo lugar, se encuentra la actividad de guianza con un 18.61%: 4.569 personas cuentan con la licencia actualizada y los permisos para poder brindar el servicio dentro del territorio nacional.

Luego encontramos al servicio de alojamiento con un 17.58% (4.316 prestadores) que se encuentran distribuidos y concentrados en los principales sitios de visitación turística a nivel nacional, tanto para visitantes nacionales como extranjeros.

Por último, encontramos a las empresas de intermediación turística o los intermediadores de mercado que cuentan con el 10.08% (2.475 prestadores), los cuales se encuentran concentrados en los principales destinos urbanos con mayor densidad poblacional del país.

A continuación, se realiza el análisis de la concentración de los servicios turísticos por provincia en el país, ya que ello permitirá inferir los principales lugares en los cuales la actividad turística es una realidad y está tomada como elemento dinamizador para el desarrollo del lugar.

Tabla 34.

Distribución por provincia de los prestadores de servicios turísticos del Ecuador al 2022.

Provincia	Prestadores de Servicios Turísticos							Total
	AL	RS	IT	CTC	TT	OT	GT	
Azuay	469	1.594	309	1	26	52	515	2.966
Bolívar	34	98	4	0	0	17	54	207
Cañar	39	108	28	1	19	21	22	238
Carchi	33	32	7	0	1	1	7	81
Chimborazo	85	310	42	4	6	23	437	907
Cotopaxi	94	123	25	1	4	25	295	567
El Oro	120	325	53	0	8	27	6	539
Esmeraldas	199	129	29	2	1	13	19	392

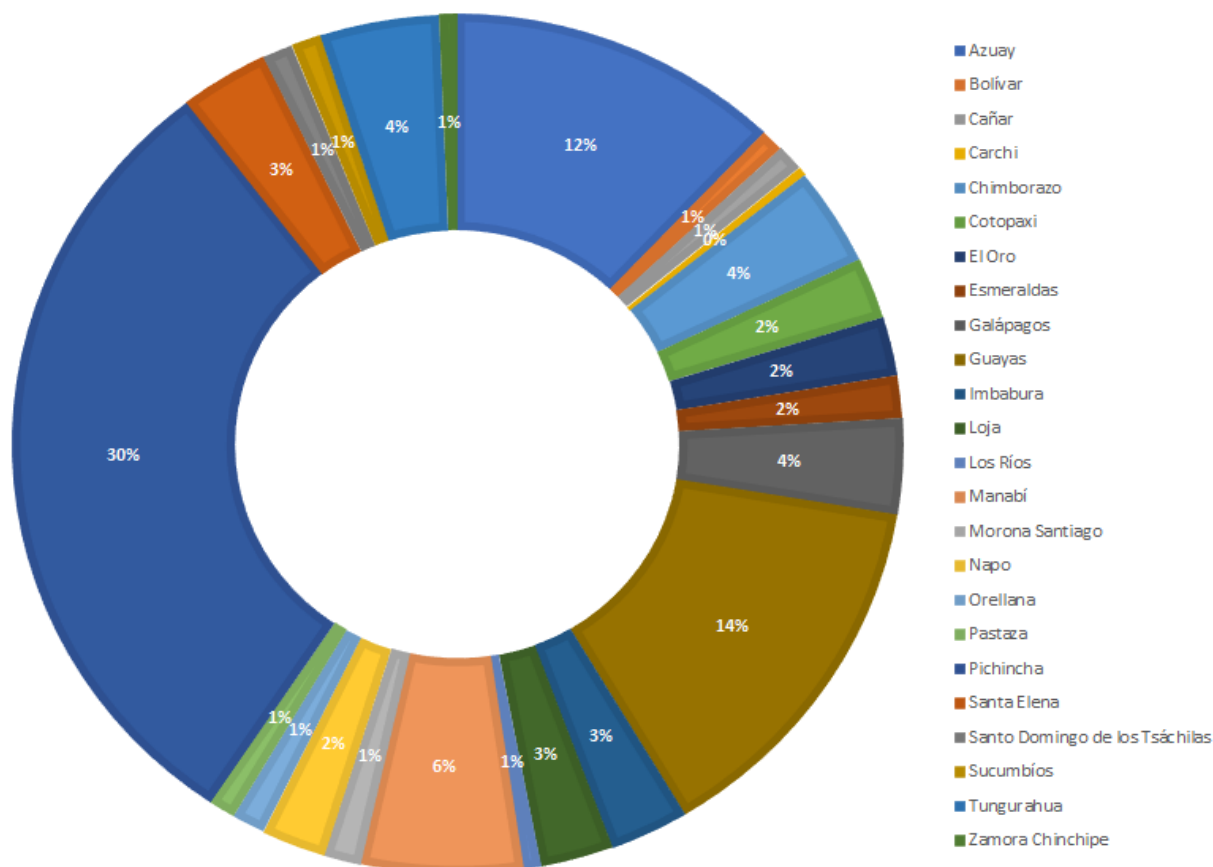
Vocación turística del territorio: Diseño de una metodología valorativa de la vocación turística en los destinos urbanos. Caso de estudio Ecuador.

Galápagos	310	127	254	0	110	1	86	888
Guayas	208	2.608	314	2	99	42	119	3.392
Imbabura	155	315	61	0	27	14	134	706
Loja	131	330	75	1	8	7	101	653
Los Ríos	37	94	8	0	1	15	7	162
Manabí	297	747	117	1	15	50	207	1.434
Morona Santiago	85	128	12	0	1	15	89	330
Napo	161	136	42	9	2	5	218	573
Orellana	94	82	19	7	4	9	81	296
Pastaza	59	116	13	1	5	8	42	244
Pichincha	920	4.014	840	1	102	79	1.474	7.430
Santa Elena	323	365	40	4	1	15	49	797
Santo Domingo de los Tsáchilas	100	93	28	1	0	27	15	264
Sucumbíos	112	62	6	2	5	18	63	268
Tungurahua	213	205	143	1	12	24	461	1.059
Zamora Chinchi	38	43	6	0	2	2	68	159
TOTAL	4.316	12.184	2.475	39	510	459	4.569	24.552

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 46.

Concentración porcentual de los prestadores de servicios turísticos por provincia a marzo del 2022.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Con base a los datos manejados por el organismo público, se puede identificar que las provincias con mayor concentración de prestadores de servicios turísticos son: Pichincha con el 30.26%, seguida por Guayas con el 13.82%, luego encontramos a Azuay con el 12.08% y finalmente a Manabí con el 5.84%. Cabe destacar las provincias de Pichincha y Azuay son las que cuentan con los centros poblados de mayor importancia en cuanto a niveles de atraktividad de los flujos turísticos internacionales y nacionales, específicamente para las ciudades de Quito y Cuenca, ambas Patrimonio Cultural de la Humanidad. También las dos ciudades cuentan con organizaciones de gestión de destino, encargadas de desarrollar y potencializar la actividad.

En el caso de las provincias de Guayas y Manabí, cuentan con sus principales centros poblados que son: Manta y Guayaquil, teniendo una mayor prevalencia de visitación turística nacional, por las playas, el urbanismo y los eventos programados. Guayaquil cuenta con una organización

Vocación turística del territorio: Diseño de una metodología valorativa de la vocación turística en los destinos urbanos. Caso de estudio Ecuador.

de gestión de destino que se encarga del desarrollo de la actividad turística, mientras que en el caso de Manta la misma se encuentra bajo la competencia del gobierno autónomo descentralizado de la ciudad.

5.4. Conectividad nacional.

En lo que respecta a la conectividad relacionada con la actividad turística en el Ecuador, el país cuenta con infraestructura básica y de apoyo que fomentan el desarrollo del turismo nacional e internacional, cabe recalcar que, en su contexto, la mayoría de los medios de transporte e instalaciones utilizadas para el desplazamiento de los viajeros no se encuentra enfocada al cien por ciento al sector turístico, pero colabora con el desenvolvimiento eficiente de la actividad.

Para poder identificar claramente los componentes de conectividad se analizarán los principales medios de transporte utilizados por los viajeros, dividiéndolos de la siguiente manera:

5.4.1. Transportación Aérea.

En lo que respecta a la transportación aérea, el Ecuador ha tratado de ir generando acciones para mejorar la competitividad, infraestructura y atractividad de este factor para las empresas internacionales y los viajeros, por lo que durante el periodo comprendido entre el 2007 al 2018 se ha realizado una inversión pública considerable, la cual pretendía mejorar la infraestructura aeroportuaria a nivel nacional.

Lamentablemente el problema surgió por dejarlo solo en esa etapa y no incentivar a que las aerolíneas nacionales y extranjeras pudieran utilizar dichas edificaciones, lo que generó una subutilización, e incluso una improductividad de los activos que se ve reflejado en el déficit estatal por el incremento en el gasto público que generó dicha estrategia. El Ecuador cuenta con 21 aeropuertos activos, los cuales se encuentran desglosados en la tabla 35.

Tabla 35.

Aeropuertos activos del Ecuador al 2022.

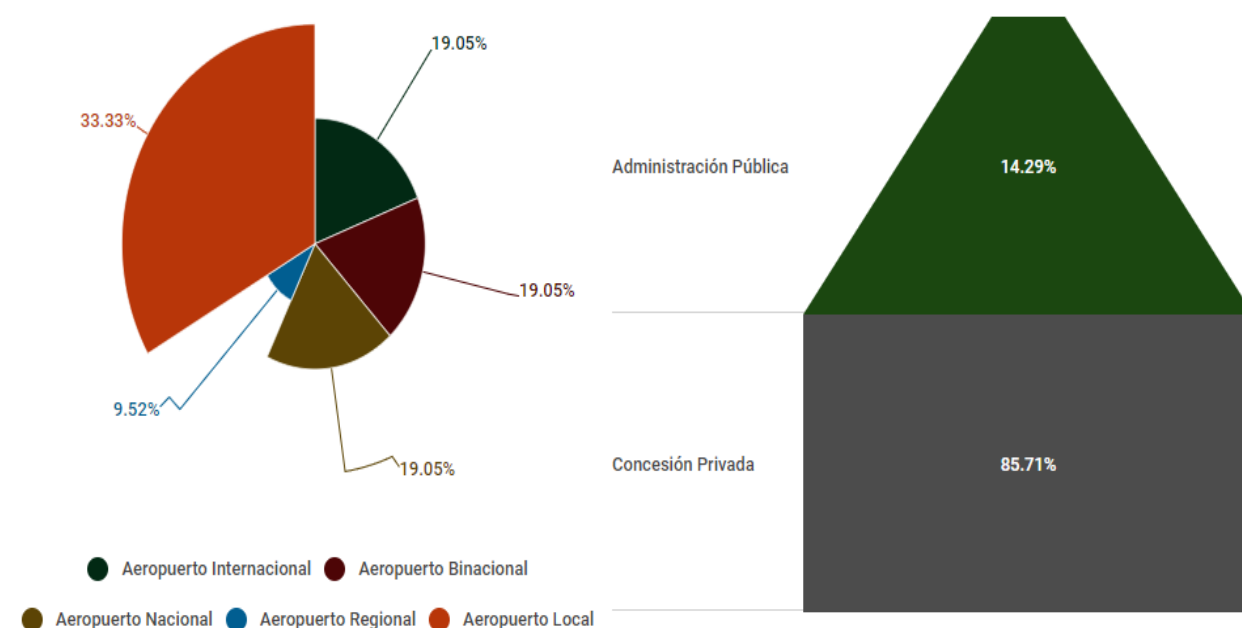
Provincia	Ciudad	Nombre	Tipo	Administración
Orellana	Coca	Francisco de Orellana	Nacional	Pública
Azuay	Cuenca	Mariscal Lamar	Binacional	Pública
Esmeraldas	Esmeraldas	Coronel Carlos Concha Torres	Binacional	Pública
	Baltra	Saymor	Nacional	Privada
Galápagos	Puerto Baquerizo Moreno	San Cristóbal	Nacional	Pública
Guayas	Guayaquil	José Joaquín de Olmedo	Internacional	Privada

Cotopaxi	Latacunga	Cotopaxi	Internacional	Pública
Loja	Loja	Ciudad de Catamayo	Nacional	Pública
Manabí	Manta	Eloy Alfaro	Internacional	Pública
Sucumbíos	Nueva Loja	Nueva Loja	Regional	Pública
Pastaza	Lorocachi	Lorocachi	Local	Pública
	Andoas	Montalvo	Local	Pública
	Shell	Río Amazonas	Local	Pública
	Curaray	Jaime Roldós	Local	Pública
Pichincha	Quito	Mariscal Sucre	Internacional	Privada
Santa Elena	Salinas	General Upiano Páez	Local	Pública
El Oro	Santa Rosa	Regional de Santa Rosa	Binacional	Pública
Morona Santiago	Macas	Edmundo Carvajal	Regional	Pública
	Taisha	Taisha	Local	Pública
Carchi	Tulcán	Luis A. Mantilla	Binacional	Pública
Zamora Chinchipe	Zamora	Cumbaratza	Local	Pública

Nota: Elaboración propia a partir de Dirección General de Aviación Civil (2022)

Figura 47.

Tipologías de aeropuertos del país y su modalidad de gestión.



Nota: Elaboración propia a partir de Dirección General de Aviación Civil (2022)

Como se puede evidenciar en la figura 47, el 33.33% de los aeropuertos nacionales tienen la categoría de locales. Esto quiere decir que las características de infraestructura y equipamiento con los que cuentan las terminales aéreas pueden ser utilizadas principalmente por aeronaves pequeñas de un máximo de 30 pasajeros de capacidad; la mayoría de ellos se encuentran en la región amazónica. El 9.52% corresponden a aeropuertos regionales, los cuales cuentan con pocas frecuencias comerciales de vuelos domésticos, pero que su infraestructura permite que sean utilizados como escuelas de aviación y centros de entrenamiento para pilotos, técnicos operadores de vuelos y personal de rampa.

El 19.05% de los aeropuertos tiene categoría de binacional, y están ubicados en las provincias cercanas con los límites de Perú y Colombia, pero ninguno de esos aeropuertos en realidad tiene frecuencias que conecten a dichas ciudades con diversos destinos de los países nombrados, por lo que en la práctica real funcionan como aeropuertos nacionales. Dicho aeropuertos cuentan con las condiciones necesarias de infraestructura y equipamiento que permite el flujo de aeronaves de hasta 160 pasajeros (aproximadamente) viniendo a ser los más numerosos en el Ecuador.

Finalmente, el 19.05% de los aeropuertos consta categorizado como internacional, pero en la realidad solamente los de Quito y Guayaquil, fungen con dicha operatividad, ya que no existen frecuencias de conectividad internacional activas para el caso del aeropuerto de Latacunga y Manta.

Los aeropuertos locales son utilizados principalmente en las localidades amazónicas y presenta una actividad regular de aerotaxis para fomentar el comercio entre los centros poblados y las comunidades indígenas de las provincias de Pastaza, Sucumbíos, Morona Santiago y Zamora Chinchipe.

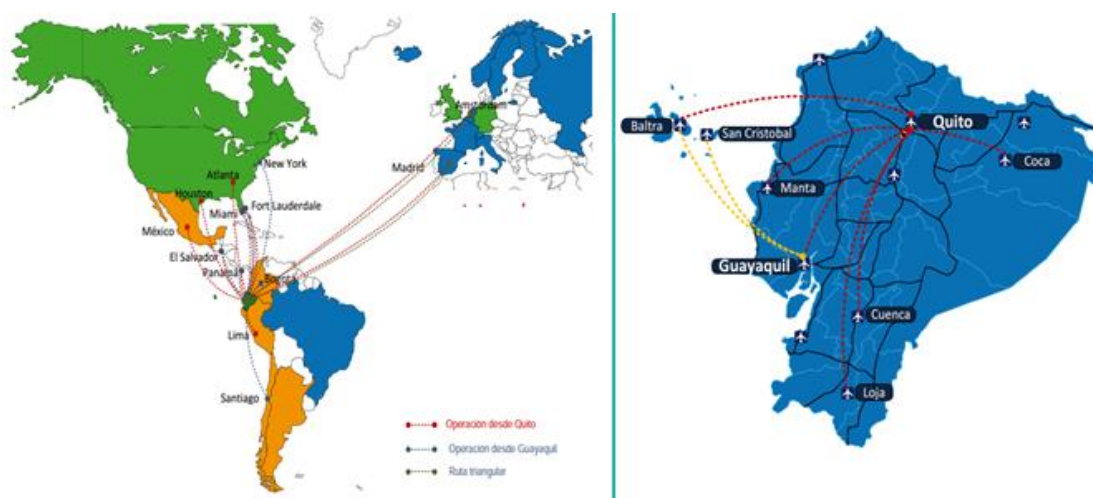
En lo que respecta a la conectividad aérea, en el año 2018 la ministra Prado implementó la denominada “política de cielos abiertos” en el país, teniendo como objetivo que el Ecuador pudiera ser considerado un *hub* de distribución para Suramérica. Si bien es cierto fue una idea interesante, lamentablemente carecía de un análisis técnico, ya que no se cuenta con aeropuertos de calado internacional para el decolaje, aproximación y parqueo de aeronaves de gran fuselaje, por lo que lamentablemente no se obtuvo los beneficios esperados. Cabe recalcar que dicha idea

partía de la lógica de comenzar a generar operatividad en los aeropuertos que el gobierno central había invertido.

En la actualidad solamente se encuentran operativos los aeropuertos de Guayaquil y Quito como los principales puertos de entrada internacional y operación nacional. Los aeropuertos de operatividad nacional son se sitúan en Cuenca, Loja, Coca, Manta, Baltra y San Cristóbal.

Figura 48.

Tipologías de aeropuertos del país y su modalidad de gestión.



Nota: Recuperado del Ministerio de Turismo (2022)

El Ecuador cuenta con 6.237 frecuencias comerciales al año, las cuales son operadas por 14 aerolíneas internacionales que conectan 13 destinos, ubicados principalmente en América del Norte, Centroamérica, América del Sur y parte de Europa, a través de 26 rutas aprobadas por los organismos nacionales e internacionales. En lo que respecta a la operatividad nacional, se cuenta con un total de 1.982 frecuencias comerciales al año, operadas por 4 aerolíneas, 2 de cabotaje interno y 2 aerolíneas nacionales, que conectan los 8 destinos nacionales.

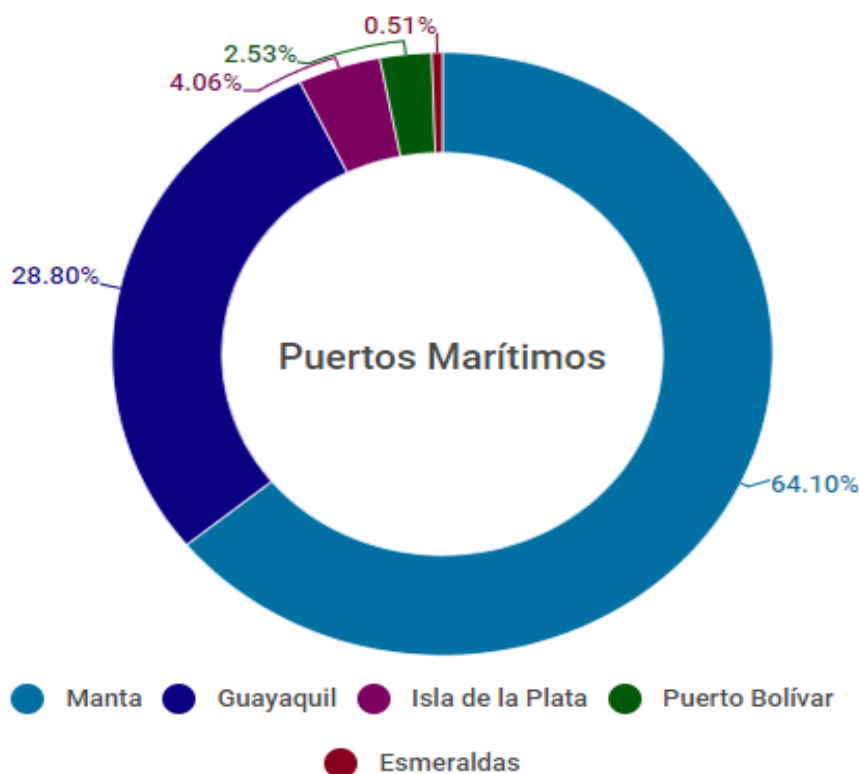
5.4.2. Transportación Marítima.

En lo que respecta a la transportación marítima, Ecuador es un país que por su geomorfología marina dentro de su litoral no puede recibir barcos de gran calado, por lo que se han priorizado cuatro puertos que son los que tienen las capacidades para poder recibir buques de calado regular y que anclan en las costas con fines turísticos principalmente. Se trata de los puertos de Guayaquil, Manta, Esmeraldas, Machala (Puerto Bolívar) y Manabí (Isla de la Plata). No se toman en cuenta a las embarcaciones de Galápagos, ya que estas son embarcaciones que sirven

principalmente para operatividad y logística turística y que en gran medida son operadas por empresas de intermediación turística nacional, por lo que el ingreso de pasajeros se los registra a través del medio aéreo.

Figura 49.

Ingresos nacionales de viajeros por puertos marítimos nacionales.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2020)

Como se observa en la figura 49, el puerto de mayor importancia del país es el de Manta, ya que el mismo representa el 64.1% del total de las frecuencias de actividad turística, principalmente relacionada con los cruceros, ya que la geomorfología del sitio permite que buques de gran calado puedan anclar cerca de sus costas y realizar actividades en tierra que están normalmente incluidas en los programas turísticos comercializados por las empresas internacionales. En una segunda posición se encuentra el Puerto de Guayaquil.

Las actividades principales que se realizan en este lugar son las regatas, visita de embarcaciones emblemáticas internacionales y recorridos por el golfo, teniendo un peso correspondiente al 28.8% del total. Muy por debajo se encuentran los otros puertos que son utilizados

principalmente para los avistamientos de ballenas y recorridos a las islas continentales que representan un atractivo turístico natural por la flora y fauna que poseen.

5.4.3. Transportación Terrestre.

Finalmente, en el caso de la transportación terrestre, para poder generar el análisis de esta se debe identificar que, al igual que los anteriores casos, la infraestructura básica y de apoyo que se sostiene para la conectividad interna del país, sirve como anclaje para el desarrollo de las actividades de desplazamiento turístico por carretera.

El país tiene la ventaja competitiva que presupone su tamaño, ya que permite el recorrer distintas regiones, microclimas, culturas y poblados en pocas horas. Esto ha sido visto como un elemento de aprovechamiento por parte de los intermediadores de mercado turístico en el país. Cabe recalcar que en este aspecto tampoco interviene directamente el Ministerio de Turismo, ya que es una competencia específica del Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

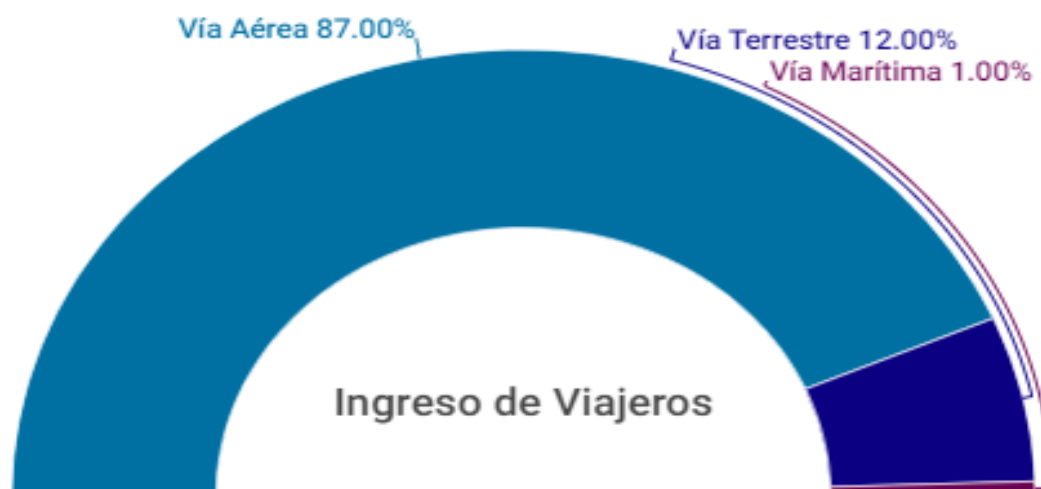
En el país existen 56 terminales terrestres activos y operativos al año 2022, los cuales cuentan con aproximadamente 82.489 frecuencias al año, que brindan servicios de transportación intra e interprovincial.

Adicionalmente, para el mantenimiento vial, el Ecuador posee 90 peajes en todo el territorio nacional, de los cuales 25 han sido adjudicados en concesión para su manejo por parte de empresas privadas, principalmente internacionales; esto ha permitido que la calidad y seguridad vial en el país sea un referente para sus países vecinos (Comercio; 2022).

Con base en lo establecido por el registro migratorio nacional, en el Ecuador la principal forma de ingresar al país corresponde a la vía aérea con un 87%, por lo que la mejora en la infraestructura de los aeropuertos de Quito y Guayaquil se justifican; en cuanto a los ingresos por vía terrestre corresponden al 12% y se los realiza principalmente por los pasos fronterizos nacionales ubicados en Rumichaca, frontera Ecuador-Colombia y de Huaquillas, frontera Ecuador-Perú; y solamente el 1% de los ingresos de los viajeros corresponden a la vía marítima, registrados en el puerto de Manta, como se puede corroborar en la figura 50.

Figura 50.

Ingresos nacionales de viajeros por medios de transportación terrestre.



Nota: Elaboración propia a partir de Ministerio de Gobierno (2022)

5.5. Demanda turística del Ecuador.

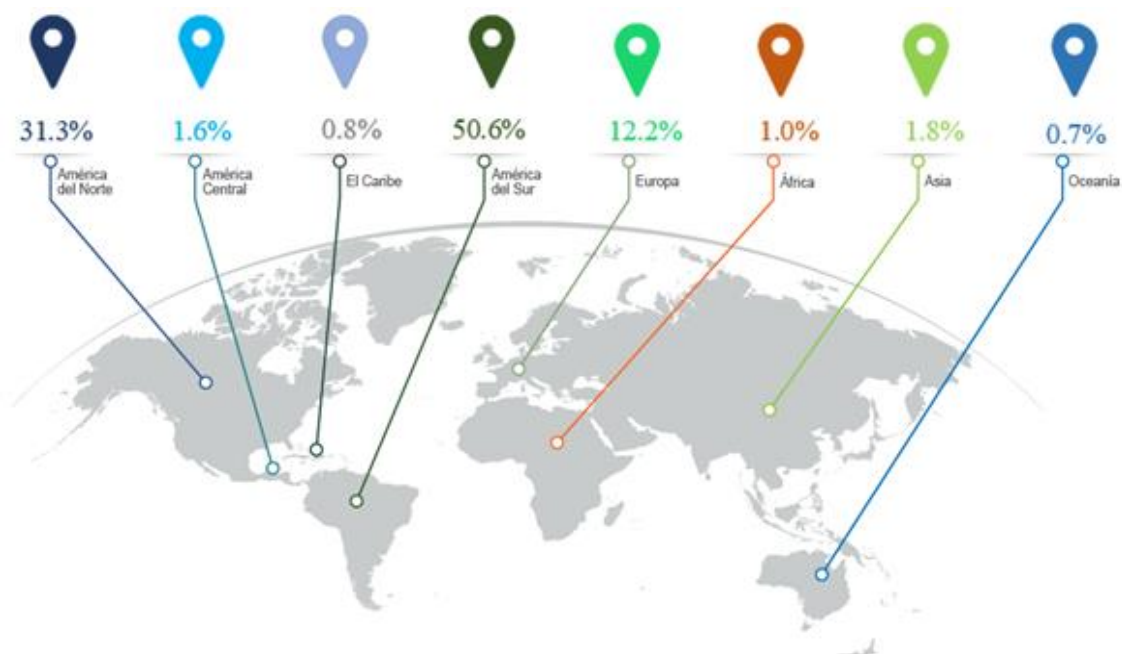
La demanda turística nacional cuenta con una sincronización de la información entre tres instituciones públicas que son: el Ministerio de Gobierno, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Ministerio de Turismo.

De acuerdo con el INEC, para el año 2021 el Ecuador ha recibido un total de 590.006 ingresos por pasos fronterizos aéreos, terrestres y marítimos. Cabe destacar que la forma de levantar u obtener dichos datos se lo realiza desde una perspectiva migratoria, por lo cual no se identifica en realidad si dichos ingresos han sido netamente turísticos. En la ilustración 31 se puede identificar la procedencia de estos por zona continental.

En la figura 51, se puede identificar regiones continentales de procedencia de los viajeros que han llegado al Ecuador, durante el primer semestre del año 2022, tomando en cuenta que dichos datos representan a viajeros más no visitantes, debido a que el proceso de levantamiento de información nacional no realiza dicha distinción.

Figura 51.

Ingresos nacionales de viajeros por vía aérea.



Nota: Elaboración propia a partir de INEC (2022)

Como se puede observar, el 50.6% de los ingresos corresponden a América del Sur, cuyos principales mercados emisores fueron: Colombia (33.5%), Perú (8.4%), Venezuela (3.7%),

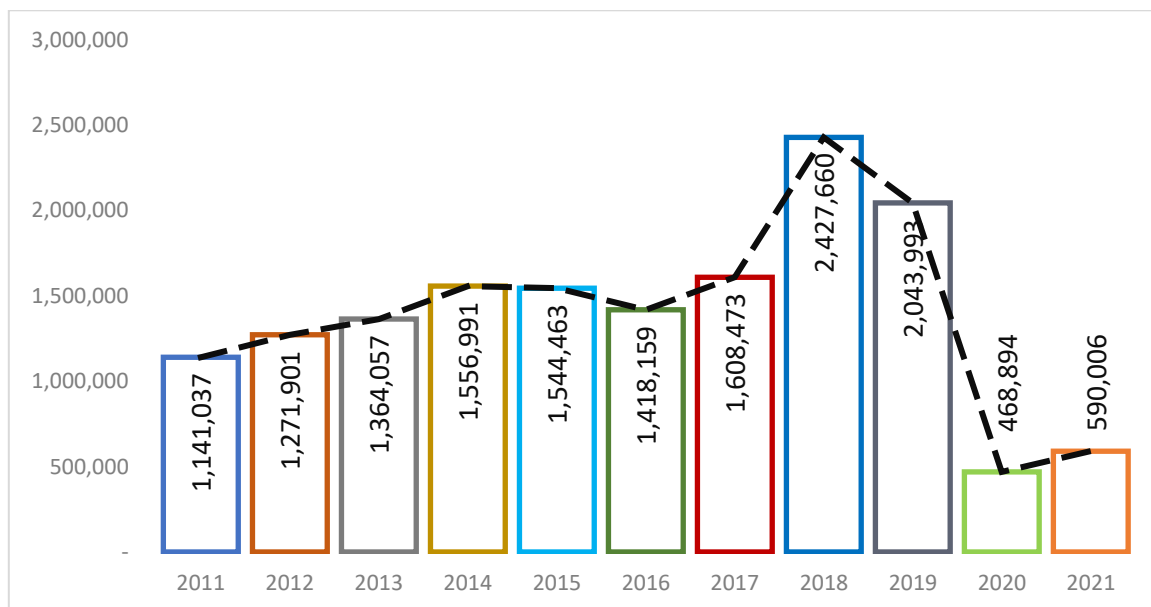
Chile (2.7%), Argentina (1.3%) y Brasil (1%). En este caso hay que ser bastante cuidadosos en tomarlos como datos referentes para el turismo, ya que por cuestiones económicas y políticas los tres primeros lugares de la lista representan a movimientos migratorios más que turísticos.

El 31.3% corresponde a América del Norte, en el cuál podemos encontrar a: Estados Unidos (31.1%), México (0.1%) y Canadá (0.1%). En este caso también hay que tener mucho cuidado con el dato correspondiente al primer país, ya que existe un importante flujo migratorio de ecuatorianos hacia Estados Unidos, lo que genera que se tengan visitas que en realidad no realizan consumo turístico importante.

En lo que respecta a Europa le corresponde el 12.2% distribuido de la siguiente manera: España (5.2%), Holanda (4.5%), Francia (1.3%), Alemania (0.7%), Reino Unido (0.2%), Italia (0.2%) y Suiza (0.1%). En este caso existe el mismo efecto generado por la emigración hacia España e Italia principalmente.

Figura 52.

Evolución de los ingresos de viajeros internacionales por vía aérea.



Nota: Elaboración propia a partir de INEC (2022)

De acuerdo con la información presentada, se puede identificar que el Ecuador ha tenido desde el año 2011 al 2015 un crecimiento sostenido promedio de visitación correspondiente al 6.47%, debido principalmente a las acciones de promoción turística generadas por el Ministerio dentro de dicha fase temporal. Para el año 2016 se puede evidenciar una disminución del 8.18% en las

llegadas de viajeros, debido principalmente a los problemas de inseguridad política nacional y algunos casos de incidentes y accidentes ocurridos con turistas internacionales dentro de dicho periodo de tiempo. Para el año 2017 se llevó a cabo una nueva campaña de marketing turístico nacional, la cual fue denominada “*All you need is Ecuador*”, misma que constaba con acciones estratégicas de mercadeo internacional y operativización del turismo interno, generando un crecimiento del 71.18%, con relación al año 2016. Ello supuso grandes expectativas para el sector y sus involucrados. Lamentablemente por la situación de la pandemia y la baja en la conectividad internacional del país, en la actualidad se evidencia una disminución del 75.70% de la actividad respecto a 2018, lo que ha generado una disminución considerable de prestadores de servicios turísticos, minimización en el impacto económico de la actividad en el país y una limitación evidente en el proceso de reactivación turística a nivel nacional.

Tabla 36.

Flujos turísticos mensuales receptados por el Ecuador.

Meses	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Promedio Mensual	Porcentaje
Enero	169,503	145,176	149,884	197,219	190,366	150,426	29,137	 147,387	10.21%
Febrero	119,739	117,990	117,236	179,141	153,234	134,816	27,159	 121,331	8.41%
Marzo	127,110	121,531	116,308	191,532	148,798	51,832	30,911	 112,575	7.80%
Abril	111,446	92,968	112,749	183,921	192,587	1,227	28,638	 103,362	7.16%
Mayo	112,380	96,708	110,503	200,091	205,997	1,708	33,997	 108,769	7.54%
Junio	132,049	118,201	136,149	218,470	233,703	3,773	48,880	 127,318	8.82%
Julio	154,592	143,762	163,018	243,149	214,515	8,456	64,720	 141,745	9.82%
Agosto	129,985	119,059	135,915	216,865	223,762	11,489	58,384	 127,923	8.87%
Septiembre	109,454	98,733	119,966	176,511	108,993	14,265	52,233	 97,165	6.73%
Octubre	117,527	121,028	134,638	215,530	98,817	22,091	60,561	 110,027	7.63%
Noviembre	121,636	111,086	140,493	181,130	116,071	26,775	66,737	 109,133	7.56%
Diciembre	139,042	131,917	171,614	224,101	156,150	42,036	88,649	 136,216	9.44%
Total	1,544,463	1,418,159	1,608,473	2,427,660	2,042,993	468,894	590,006	1,442,950	100%

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

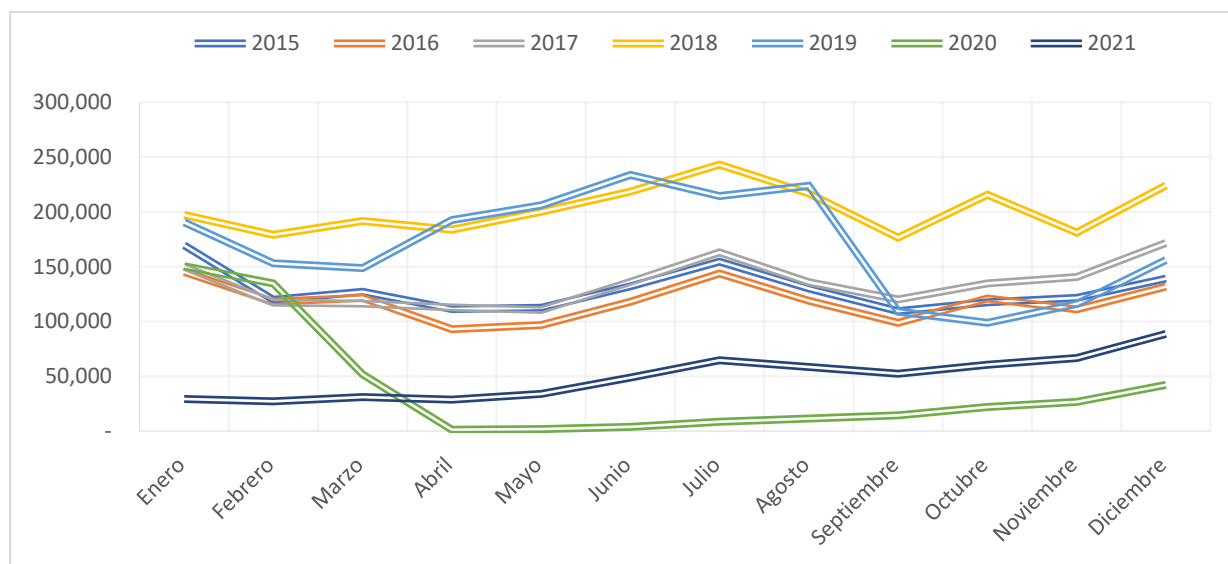
El comportamiento de la demanda, desde el periodo comprendido entre 2015 al 2021, permite identificar patrones de temporalidad, pudiendo identificar lo siguiente:

- **Temporada Alta:** Compreendida por los meses de: enero, julio y diciembre, con un promedio porcentual correspondiente a 29.48% del total de visitación anual.
- **Temporada Media:** La componen los meses de: febrero, marzo, junio y agosto, con un promedio porcentual del 33.90% del total de visitación anual.

- **Temporada Baja:** Compuesta por los meses de: abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre, con un promedio porcentual equivalente al 36.62% del total de visitación anual, se convierte en la temporada de mayor predominación a nivel nacional.

Figura 53.

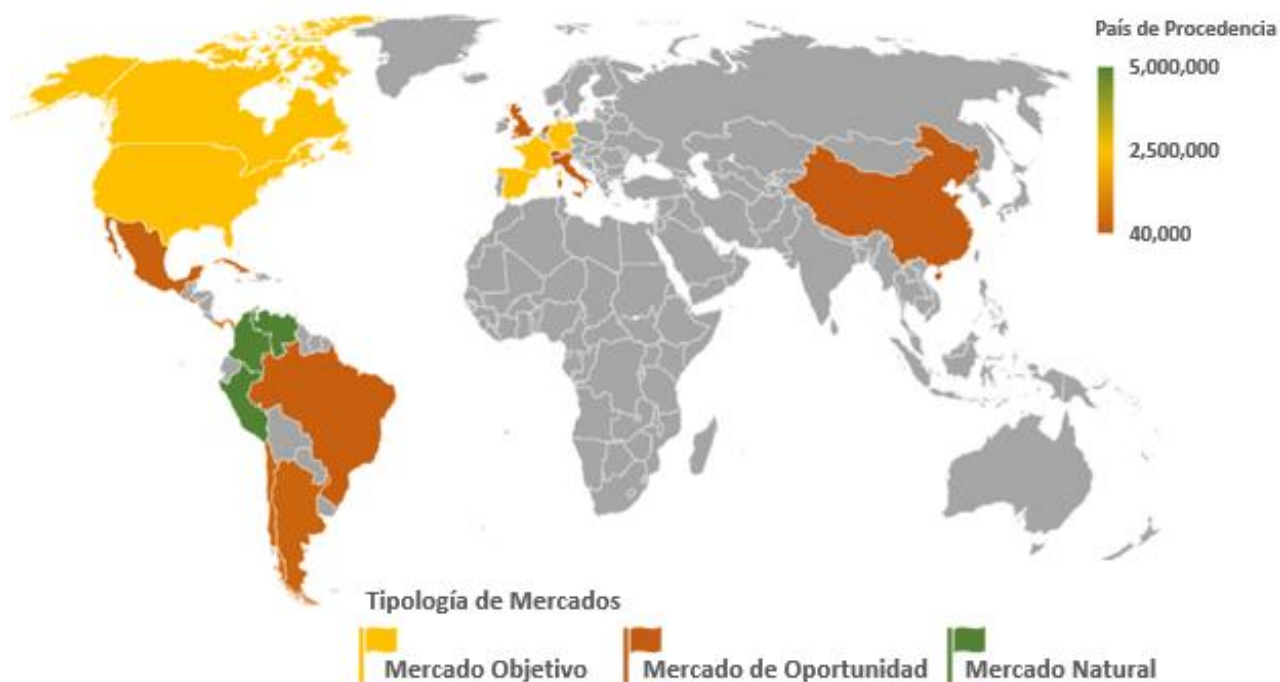
Fluctuación de los flujos turísticos por meses del año en Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de INEC (2022)

Figura 54.

Identificación de la tipología de mercados de Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de INEC (2022)

Con base en el número de ingresos por país que ha tenido el Ecuador desde el año 2011 hasta el año 2021, se han podido generar ciertas inferencias que permiten clasificar a los principales mercados emisores de flujos turísticos hacia el país, clasificándolos de la siguiente manera:

- **Mercado Objetivo:** Comprende a todos aquellos países cuyos flujos de visitación turística emisivos son constantes, consistentes y representan a los sitios con mayor nivel de consumo turístico durante su estancia, está conformado por: Estados Unidos, Canadá, España, Francia y Alemania.
- **Mercado de Oportunidad:** Contempla aquellos países cuyos flujos de visitación turística son representativos para incentivar a la dinamización económica de los lugares de recepción, está conformado por: México, Brasil, Argentina, Chile, Holanda, Reino Unido e Italia.
- **Mercado Natural:** Son aquellos países que, por razones de cercanía o migración presenta flujos masivos o importantes, pero no necesariamente responden al desarrollo de la actividad turística, aquí se encuentran: Colombia, Perú y Venezuela.

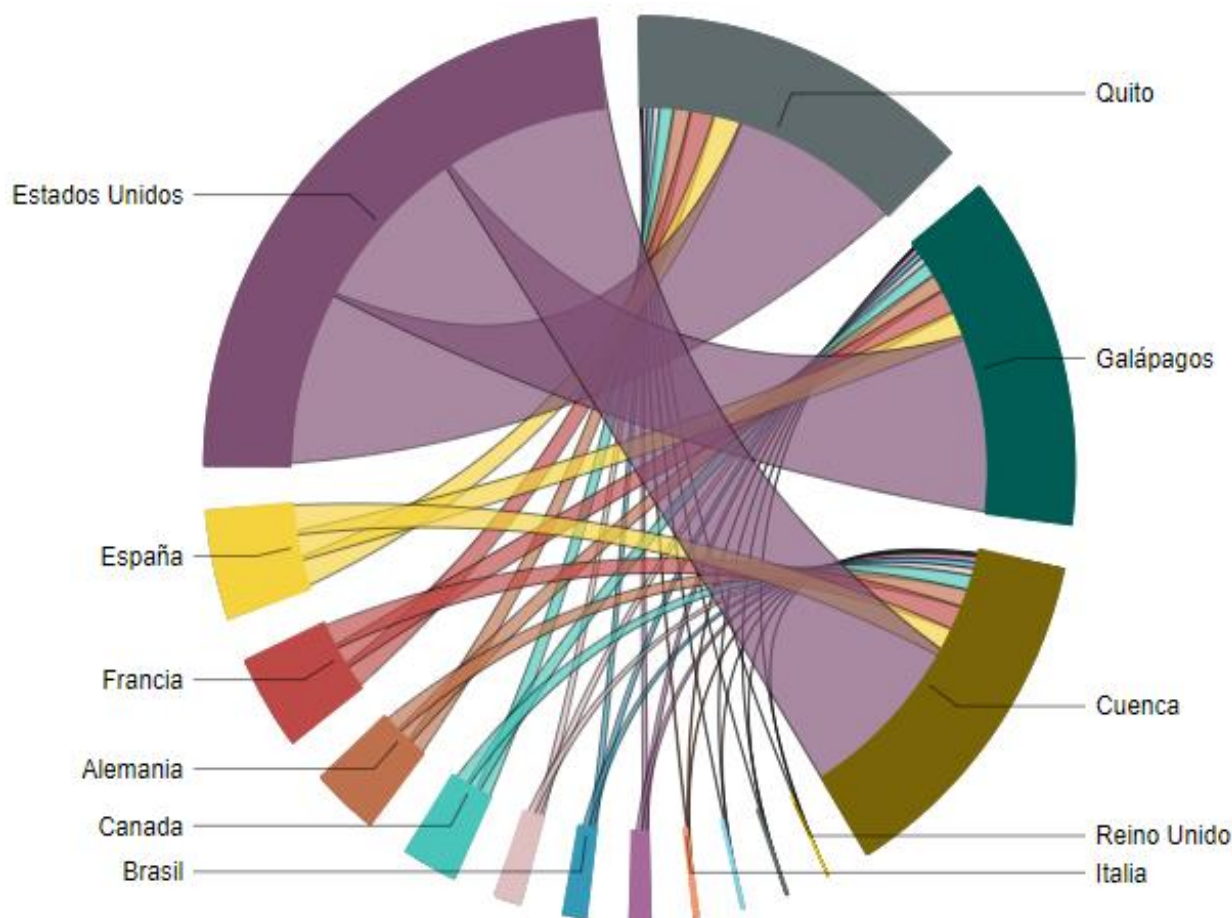
Adicionalmente, gracias a los datos obtenidos de los observatorios turísticos de Quito, Cuenca y Galápagos, se puede inferir los desplazamientos turísticos que han existido por parte de los mercados emisores dentro del territorio nacional. Dichos observatorios hasta la fecha se encuentran activos como parte de la iniciativa de las organizaciones de gestión de destino que rigen a los dos primeros sitios, mientras que para el caso de Galápagos es el único observatorio bajo la dirección y guía del Ministerio de Turismo. Cabe recalcar que existe una organización de gestión de destino en la ciudad de Guayaquil, pero la misma no ha generado estadísticas específicas sobre el destino hasta la fecha de la presente investigación. Además, existen dos observatorios turísticos adicionales, uno en la provincia de Santa Elena y otro en la provincia de Loja, pero ninguno de los dos ha generado información relevante asociada al abordaje del presente apartado.

Como se establece en la figura 55, se analizaron los mercados objetivos y de oportunidad delimitados con antelación para establecer los movimientos de los turistas extranjeros dentro del territorio nacional a los destinos que cuentan con la información de recepción de turistas durante el 2021, colocándose en la parte superior izquierda del gráfico a estos; la ciudad de

Quito se concentra al 39.89% del total de visitantes de dichos países de origen, convirtiéndose en el principal destino de visita; en segundo lugar encontramos a Galápagos con el 33,81% del total de flujos turísticos internacionales de los principales mercados emisores; y finalmente, Cuenca con el 26.30% de dichos visitantes.

Figura 55.

Movimientos de los flujos turísticos internacionales al interior del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de INEC (2022)

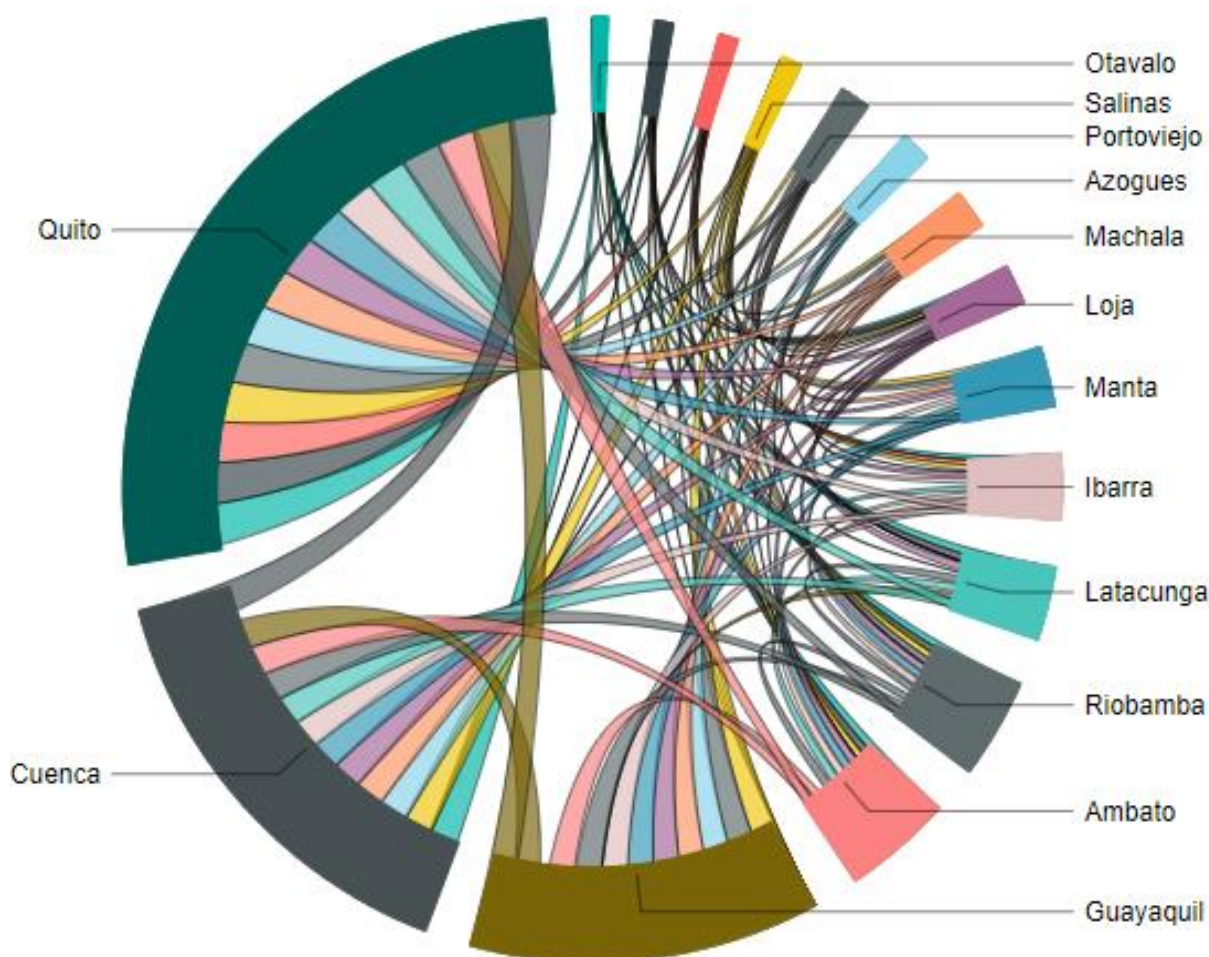
Además, como estrategia para impulsar el turismo interno en el país, el Ministerio de Turismo generó una iniciativa denominada “geoportal de viajes internos turísticos del Ecuador (GEOVIT)”, el cual ha levantado información correspondiente con los desplazamientos de los ecuatorianos dentro de su propio territorio nacional en fechas de feriados.

Lamentablemente solo se puede utilizar los datos generados al año 2018, ya que debido a los problemas con la pandemia y gestiones políticas en la actualidad el mismo ha quedado en

espera, además se tomaron en cuenta a los principales centros urbanos del país, como se puede evidenciar en la figura 58.

Figura 56.

Movimientos de los flujos turísticos nacionales al interior del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de INEC (2022)

Como se puede evidenciar, en el caso de los desplazamientos internos, existe una mayor diversificación de la información, pero la misma es sesgada, ya que fue levantada de los registros de ingreso de algunos de los establecimientos de alojamiento de cada sitio, por lo que dicho sesgo genera un riesgo estadísticos para una toma de decisiones más efectiva, pero a la vez sirve como base de identificación muestral.

En lo que respecta a la ilustración 56, se puede inferir que las ciudades con mayor atracción de flujos turísticos internos son: Quito (31.47%), Cuenca (22.86%) y Guayaquil (16.89%); cada uno de ellos ha liderado los sitiales sobre las decisiones de viaje en el país durante los feriados nacionales correspondientes al año 2018; en este caso no aparece Galápagos como tal debido a

que para los ecuatorianos viajar hacía allá resulta muy costoso, además de engorroso. Los flujos turísticos internos demuestran un comportamiento sensible a las variaciones de precios sobre los servicios turísticos que cada uno de los lugares ofrece.

De la misma manera la ubicación o cercanía de los destinos emisores y receptores nacionales tienen una injerencia al comportamiento en los patrones de desplazamiento nacional, ya que el periodo de logística para la operatividad de los viajes demanda de una mayor flexibilidad que la establecida en los periodos de feriado, coadyuvando con el fortalecimiento del turismo de proximidad.

Una de las debilidades identificadas en el levantamiento de estadísticas turísticas llevadas a cabo por el Ministerio de Turismo del Ecuador, se presenta debido a que la metodología de recolección de datos no responde a lo establecido por Sancho et al. (1999) los cuales establecen que para que un país o destino puede conocer con claridad el número de visitantes que se han desplazado o han ingresado en su territorio por efectos del turismo debe cambiar la perspectiva con las que se generan los levantamientos de información, pasando de una perspectiva migratoria a una perspectiva turística, la cual permitirá conocer claramente cuáles son las características específicas de cada uno de los visitantes.

CAPÍTULO VI.- LAS CIUDADES ECUATORIANAS COMO DESTINOS TURÍSTICOS.

En el presente capítulo se establece un análisis pormenorizado del sector turístico en las principales ciudades del país, si bien es cierto el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, en su artículo 9 establece las facultades de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD's), municipales y metropolitanos a nivel nacional, para el desarrollo de actividades turísticas, en su respectiva circunscripción territorial, principalmente en las áreas de: planificación, regulación, control y gestión. (COOTAD, 2019). Pero lamentablemente en el Ecuador esto no se ha podido implementar del todo y solamente la descentralización para el cobro de la tasa única anual de funcionamiento y los permisos de funcionamiento operativo de los prestadores de servicios turísticos fueron entregados a los gobiernos autónomos descentralizados a nivel cantonal, y parroquial. Por ello los principales destinos turísticos urbanos del país han optado por la implementación de un modelo de gestión a través de las Organizaciones de Gestión de Destino (OGD) para que se encarguen del desarrollo adecuado del turismo en las ciudades. Para el caso de la presente investigación, las ciudades que hasta la fecha cuentan con una formalización institucional son: Quito, Guayaquil y Cuenca.

Como parte de las competencias de dichas organizaciones, se encuentra el levantamiento de información turística de los sitios, y en este aspecto en particular, solamente las ciudades de Quito y Cuenca cumplen con dicho requerimiento, lamentablemente la OGD de Guayaquil no ha cumplido con el mismo, y a finales del 2022 inició con la creación de su observatorio turístico, del cual hasta la fecha no se puede acceder a la información generada, ya que por petición de los encargados de la institución se solicitó que la misma se mantenga en resguardo.

Al momento de efectuar el levantamiento de información y el análisis estadístico correspondiente, se pudo evidenciar que otra de las limitaciones corresponde a la probabilidad de generar comparaciones, ya que, en el caso de Quito y Cuenca, presentan diferentes metodologías aplicadas para el levantamiento de información turística en el territorio correspondiente.

Por ello, en un primer apartado, se realiza un análisis de los principales estudios sobre turismo urbano realizados en el territorio nacional, para poder identificar sus abordajes y conclusiones

o aportaciones principales, para luego adaptar la metodología de categorización de destinos turísticos del Ecuador, a los espacios urbanos establecidos en el capítulo V; tomando dicho insumo base, para proponer la clasificación de las ciudades del Ecuador con relación a la vocación turística de un territorio.

Luego se analiza la información generada por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino “Quito Turismo”, organización encargada del desarrollo, potencialización y fortalecimiento de la actividad turística dentro del distrito metropolitano de la ciudad, para lo cual se tomaron los datos correspondientes a: oferta, conectividad y demanda, aplicando un análisis estadístico a cada uno de los componentes para conocer su realidad contextual.

Posteriormente, se analiza la información generada por la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, organización de gestión de destino encargada del desarrollo turístico del cantón del mismo nombre, al igual que en el caso anterior, se tomaron los datos generados por la institución relacionados con la oferta, conectividad y demanda, lo cual permite establecer la posición de la actividad turística en el territorio.

Por último, se realiza una clasificación de los destinos turísticos urbanos a nivel nacional que cumplen con los requerimientos establecidos en los capítulos IV y V para relacionar de manera coherente con el abordaje o utilización del concepto de vocación turística que permitirá guiar de mejor manera la presente investigación.

6.1. Reflexiones sobre turismo urbano en el Ecuador.

Para la determinación de la tipología de destinos turísticos urbanos del país y su relación con el término de vocación turística se analizan los estudios en territorios urbanos realizados en el país, para identificar: perspectivas, variables de análisis y conclusiones generadas en dichos espacios.

Las investigaciones sobre turismo urbano en Ecuador tienen una historia que se remonta varias décadas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el interés y el enfoque en el turismo urbano como área de estudio específica han evolucionado a lo largo del tiempo. Muchas de las investigaciones realizadas en el país corresponden al ámbito académico, como parte de las tesis de pre y posgrado llevadas a cabo por las diferentes instituciones de educación superior a nivel nacional, las cuales han permitido tener una idea generalizada sobre su funcionamiento, aportación y componentes requeridos para un desarrollo eficiente.

En la última década, los investigadores académicos del país han realizado aportaciones investigativas críticas desde diversos abordajes sobre la realidad del turismo urbano, las situaciones o impactos resultantes del funcionamiento de este, los modelos de gestión pública que se instaurado en dichos espacios y los desafíos a los que se enfrentan los involucrados en la actividad, dichos trabajos de investigación serán abordados en los siguientes párrafos.

En este contexto, Cabanilla et al. (2021) establece que el proceso de urbanización en el Ecuador ha sido desordenado, no presenta elementos de análisis claros y mucho menos relacionados con la realidad de la actividad turística nacional, el turismo urbano en el país se ha visto relegado a lo que los planificadores y consultores turísticos consideran como “entorno urbanizado”, prestándose a confusiones subjetivas poco constructivistas para el aprovechamiento adecuado de los elementos turísticos con los que cuenta un lugar determinado. Demostrando que la predisposición de realizar actividades turísticas recae principalmente en la masificación de los flujos de visitantes, desde una óptica de receptividad, dejando de lado el bienestar local o el progreso coherente contextualizados del turismo.

Por una parte, Contreras (2016) indica que las ciudades evolucionan y cambian de manera constante, y en el caso de Ecuador, han reaccionado de manera errónea al mismo, ya que su orientación ha estado relacionada mayoritariamente con los requerimientos de los visitantes sobre los establecidos por los residentes, confundiendo en muchos casos, sitios de recreación

como atractivos turísticos, lo cual ha concentrado los atractivos en lugares específicos del territorio, evitando la dinamización económica de la actividad y pudiendo generar un rechazo en el sitio, mismo que podría generar una serie de procesos socioculturales que afectarán al lugar en el ámbito del turismo, por ello la importancia de monitorear de manera constante las formas de relacionarse en dichos espacios.

Así también, Echeverría & León (2021) establecen que dentro de las ciudades del Ecuador, se han evidenciado problemas relacionados con la gran cantidad de visitantes que se desplazan en un determinado territorio urbanizado, lo cual elimina la probabilidad de incrementar la frecuentación de viaje, debido a la poca diversificación de actividades turísticas, sitios de visita y recorridos que permitan al destino dinamizar su oferta de servicios turísticos, sin generar cambios evidentes o radicales en el territorio, los cuales podrías ser tomados de forma inadecuada por sus residentes.

Por otro lado, Farfán (2013), expresa que los procesos de urbanización en ciudades y metrópolis del Ecuador han conllevado a cambios negativos evidenciados en dichos territorios, los mismos que se han hecho presentes en diversas formas, tales como: gentrificación de espacios en las ciudades, con fines turísticos, turistificación de sitios recreativos orientados al disfrute de la localidad residente y *overtourism* en sitios culturales y naturales que han ocasionado problemas graves en los ámbitos de la conservación y preservación de los recursos y atractivos turísticos territoriales.

Otro abordaje investigativo analiza al turismo urbano como eje dinamizador de la actividad en un determinado territorio debe estar fundamentado en tres elementos básicos que son: el funcionamiento del sistema turístico del sitio, la identificación de las aptitudes del lugar para poder desarrollar diversos tipos de actividades turísticas y la predisposición de los residentes para participar de manera proactiva con los procesos de servicio e intercambio que se demanden, tratando siempre de evitar la masificación del turismo en el sitio y minimizar los impactos negativos resultantes de la actividad (Cabrera Pérez, 2018).

Por lo que, el proceso de dinamización de la actividad turística dentro de los espacios urbanos requieren de un arduo trabajo para poder diversificar las actividades turísticas que se pueden realizar en el sitio, comprendiendo que, no todo el territorio es sujeto a visitación, y que se debe manejar propuestas pertinentes con base en los recursos y/o atractivos turísticos que se

evidencian en el sitio analizado, siempre tratando de evitar los impactos negativos del turismo de masas (Chaca, 2015).

Ricaurte et al. (2018) establecen que las ciudades están sujetas a limitaciones en los procesos de gestión, planificación y gobernanza en el sector turístico debido a que su complejidad requiere de un análisis constante que permita responder de forma adecuada a los problemas que se susciten por efectos de la actividad turística, principalmente las relacionadas con: uso de espacios turísticos, desconcentración de actividades turísticas, diversificación de la oferta en el sitio y fortaleciendo los principios de conservación de los atractivos del lugar.

Siguiendo la misma perspectiva, Cabrera & Bernal (2020), indican que los territorios urbanos han experimentado una serie de intervenciones en espacios públicos y edificios de carácter público dentro de sus áreas patrimoniales, promovidos por los gobiernos locales en las dos últimas décadas, con el fin de mejorar el paisaje histórico urbano, volver más atractiva y competitiva a las diversas ciudades fomentando el desarrollo local, pero recalcan también que los efectos negativos de la turistificación de los territorios son percibidos por los residentes y los turistas.

Posteriormente se establece que la ineficiente gestión técnica de los procesos relacionados con el desarrollo de la actividad turística son evidentes en las diferentes ciudades ecuatorianas, independiente a su clasificación, ya que en la mayoría de ellas, el proceso de descentralización de competencias no han sido asumidas de forma adecuada por parte de los organismos públicos encargados, promoviendo el desarrollo inequitativo, desequilibrado y errónea en el sector turístico de una ciudad, generando altos niveles de concentración de atractivos y servicios en un solo lugar, dejando de lado la diferenciación y renovación de la oferta (Paguay, 2017).

Como se puede identificar en los párrafos anteriores, los abordajes realizados por los investigadores académicos del país se han centrado en los estudios críticos del turismo, el cuál es un término sin definición aceptada. En términos generales, abarca una gama de perspectivas y enfoques comprometidos a la crítica social, política y cultural que consideran al análisis del turismo como proyecto ético y político dedicado a crear condiciones de igualdad, sostenibilidad y libertad humana. Los investigadores dedicados a los estudios críticos se esfuerzan por transformar la forma de ver, ser, hacer y relacionarse en el mundo del turismo y por la creación

planificación, conservación y/o recuperación de espacios en diversos entornos urbanizados para el aprovechamiento del turismo de una manera eficiente y sin perjudicar a la comunidad local.

Los principales problemas que se han logrado identificar en las ciudades que desarrollan turismo en el Ecuador están relacionados con los impactos territoriales negativos del turismo, los procesos de gentrificación que han pasado los diversos espacios urbanos para adecuarse a los requerimientos de los visitantes sin armonizar dichos exigencias con lo de sus residentes, así como las situaciones futuras que pueden aparecer en el lugar, a través de procesos de irritación turística, turistificación, *overtourism* y turismofobia que podrían presentarse de manera paulatina.

Existe una limitación de trabajos empíricos de investigación contextualizados en los diversos territorios urbanos en el país, si bien es cierto todas las exploraciones analíticas que se han llevado a cabo hasta la fecha son un parteaguas importante para el mejoramiento progresivo del sector turístico en los entornos urbanos. La presente investigación es una aportación empírica que presupone una argumentación centrada en los principales destinos turísticos urbanos del país entregando una orientación sistémica para su análisis integral a nivel nacional, así como los elementos clave que permiten identificar la situación turística de los lugares y el establecimiento de la visión sobre las percepciones de los académicos y gestores públicos del turismo en la actualidad.

6.2. Análisis de las principales ciudades turísticas del Ecuador.

En lo que respecta al análisis descriptivo de las ciudades turísticas del Ecuador, solamente se toman en cuenta las que cuentan con información estadística actualizada: Quito y Cuenca. Cabe recalcar que las metodologías utilizadas para los levantamientos de información varían entre los destinos, lo cual genera una problemática al momento de tratar de comparar ciertos elementos, por lo que se utilizarán los datos desglosados del Ministerio de Turismo para el análisis de la oferta y conectividad, pero se utilizarán los datos específicos del observatorio de cada ciudad para los datos de demanda e indicadores relacionados con la actividad turística, los cuales pueden presentar variaciones en los datos a nivel general.

6.2.1. Quito.

El distrito metropolitano de Quito es uno de los polos de atracción de flujos turísticos más importantes del país. La ciudad fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en el año de 1978. Cuenta con una organización de gestión de destino llamada “Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo” la cual busca el facilitar y gestionar el desarrollo y promoción del turismo y la industria de reuniones del Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sistema turístico y otros sectores productivos, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero; considerando el beneficio y satisfacción del residente en las iniciativas que se emprendan, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación, y contando con talento humano especializado.

Sus objetivos son:

- Aumentar el número de turistas a Quito;
- Aumentar la actividad turística del visitante de negocios; y
- Aumentar la estadía promedio en la ciudad y el índice de gasto turístico.

Dicha organización es la encargada de realizar los procesos de planificación y política turística que se ejecute dentro de los parámetros y lineamientos nacionales, por lo cual han desarrollado el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021. En la actualidad se encuentran dentro del proceso de actualización del plan, pero el mismo se encuentra en las fases de levantamiento y validación de la línea base, para proceder al llamamiento de contratación pública.

En dicho plan, se estableció los pilares o ejes estratégicos de actuación aplicable al territorio urbano; el mismo se compone de 3 pilares generales de actuación, 5 principios básicos de operatividad del sector (público, privado y comunitario), 6 programas operativos que dan flujo a cada uno de los pilares y 22 estrategias de actuación local que buscan mejorar el rendimiento de la actividad turística a nivel integral, como se puede visualizar en la figura 58.

Figura 58.

Política turística aplicable al Distrito Metropolitano de Quito.



Nota: Recuperado de QuitoTurismo (2020)

Dicho organismo es el encargado de mantener actualizadas las estadísticas turísticas del lugar, relacionadas principalmente con el catastro de prestadores de servicios turísticos, la demanda turística del lugar y el levantamiento de los indicadores de gestión turística que la entidad considere oportuna para el análisis del sector.

A continuación, se realiza el análisis respectivo correspondiente a los componentes de la oferta, conectividad y demanda del destino.

- a) **Oferta Turística de la ciudad de Quito:** Para el análisis de la oferta se dividirá el abordaje de la misma manera que se realizó con el análisis nacional: atractivos turísticos inventariados y prestadores de servicios del lugar. En lo referente a los atractivos turísticos, de acuerdo con el Ministerio de Turismo, a marzo del 2022, Quito cuenta con un total de 25 atractivos turísticos distribuidos así:

Tabla 37.

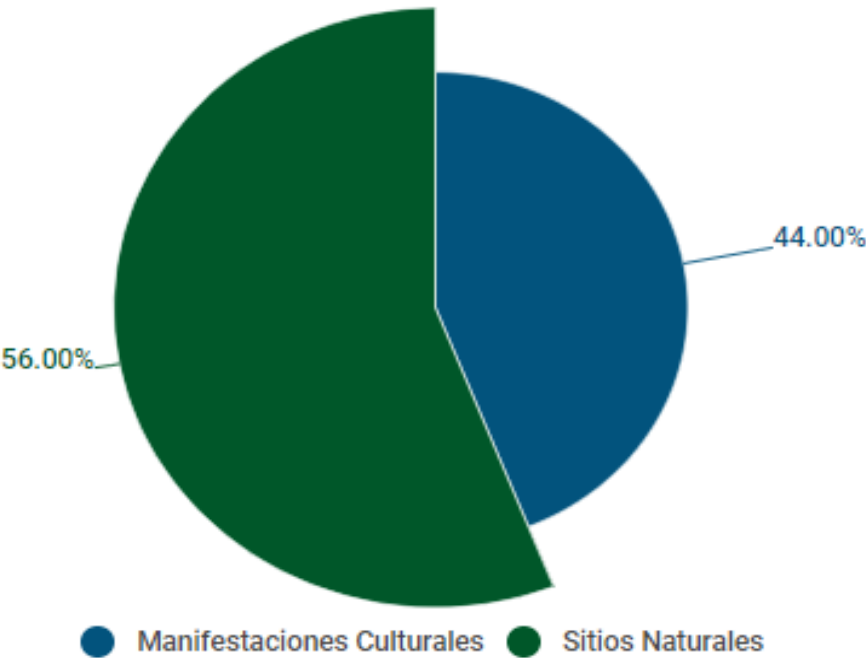
Categorización de los atractivos turísticos de Quito al 2022.

Categorización	Número de Atractivos
Manifestaciones Culturales	11
Sitios Naturales	14
TOTAL	25

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 59.

Distribución por categoría de los atractivos turísticos de Quito al 2022.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Como se puede observar en la figura 59, el 56% de los atractivos turísticos inventariados corresponden a sitios naturales y el 44% a las manifestaciones culturales. Cabe recalcar una peculiaridad en esta situación, ya que la ciudad es conocida por el turismo cultural y la importancia que presentan dichos atractivos, pero para la metodología aplicada por el Ministerio de Turismo, el centro histórico en su conjunto es la conformación de un atractivo turístico como un todo, lo que quiere decir que acumula en su perímetro a las iglesias, monumentos, expresiones artísticas y patrimoniales.

Tabla 38.

Taxonomía de los atractivos turísticos de Quito al 2022.

Categorización	Tipo	Subtipo	Número Atractivos	Porcentaje
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Historia	3	12.00%
		Museos	3	12.00%
		Áreas patrimoniales y/o arqueológicas	1	4.00%
	Folklore	Pueblos y nacionalidades	1	4.00%
	Realizaciones	Explotaciones		
	Técnicas y Científicas	agropecuarias y pesqueras	3	12.00%
Sitios Naturales	Montañas	Alta montaña	5	20.00%
		Media montaña	3	12.00%
		Baja montaña	1	4.00%
	Bosques	Seco	4	16.00%
	Fenómenos Espeleológicos	Cueva o Caverna	1	4.00%
Total de atractivos turísticos			25	100%

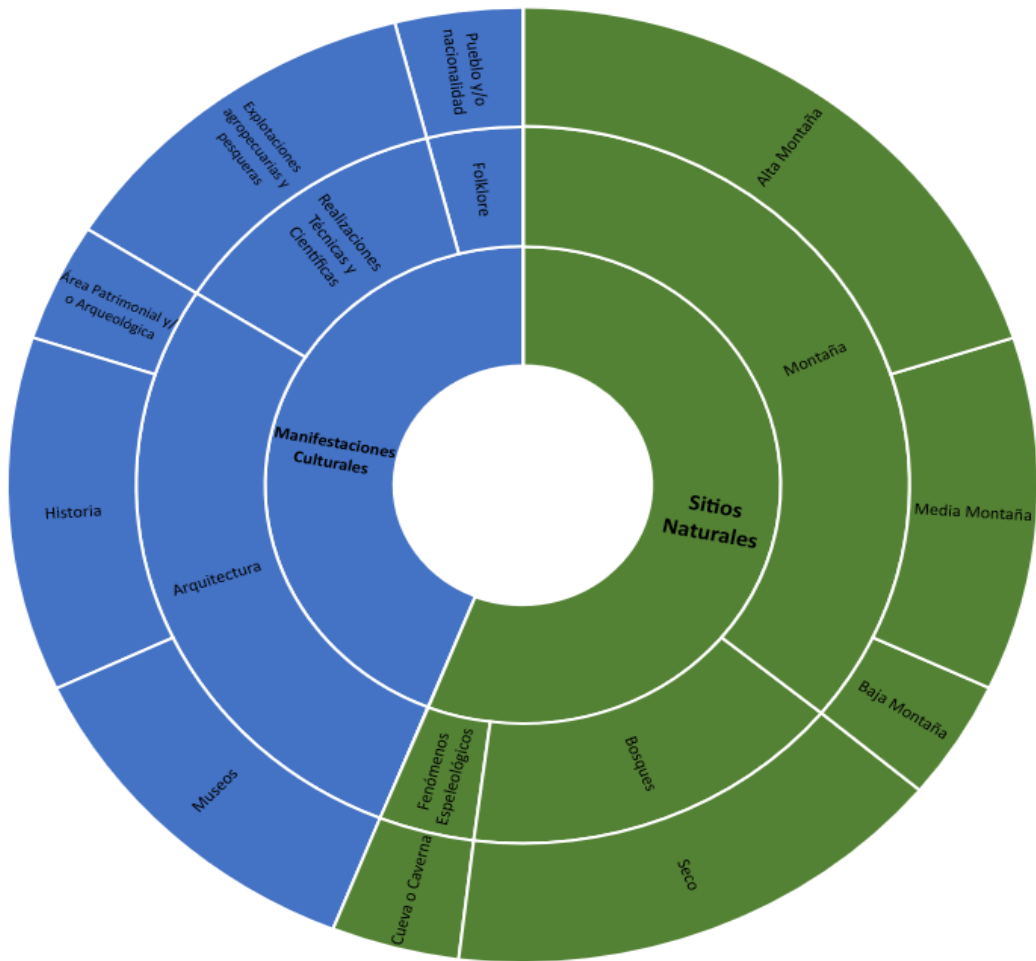
Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Con base en lo establecido en la tabla 38 e ilustración 60, el 32% de las manifestaciones culturales corresponden a la tipología arquitectura, las cuales en casi su totalidad se encuentran concentradas dentro del centro histórico de la ciudad, seguidos de las realizaciones técnicas y científicas con un 4%, que responde principalmente a instalaciones que permiten desarrollar actividades de turismo activo y finalmente se encuentra al tipo denominado folklore con el 12%.

Mientras que para los sitios naturales el 36% corresponde a la tipología de montaña, debido a la ubicación de la ciudad en el callejón interandino ecuatoriano, seguido por el 16% de bosques que corresponden a áreas naturales de recreación ubicadas dentro del distrito y finalmente el 4% a fenómenos espeleológicos presente a la geomorfología de la ciudad.

Figura 60.

Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos de Quito.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Por otro lado, tenemos a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad, y es menester de la empresa pública de turismo el mantener dicha información actualizada a la fecha. En la tabla 39 se distribuyen los mismos.

Tabla 39.

Prestadores de servicios turísticos catastrados en Quito al 2022.

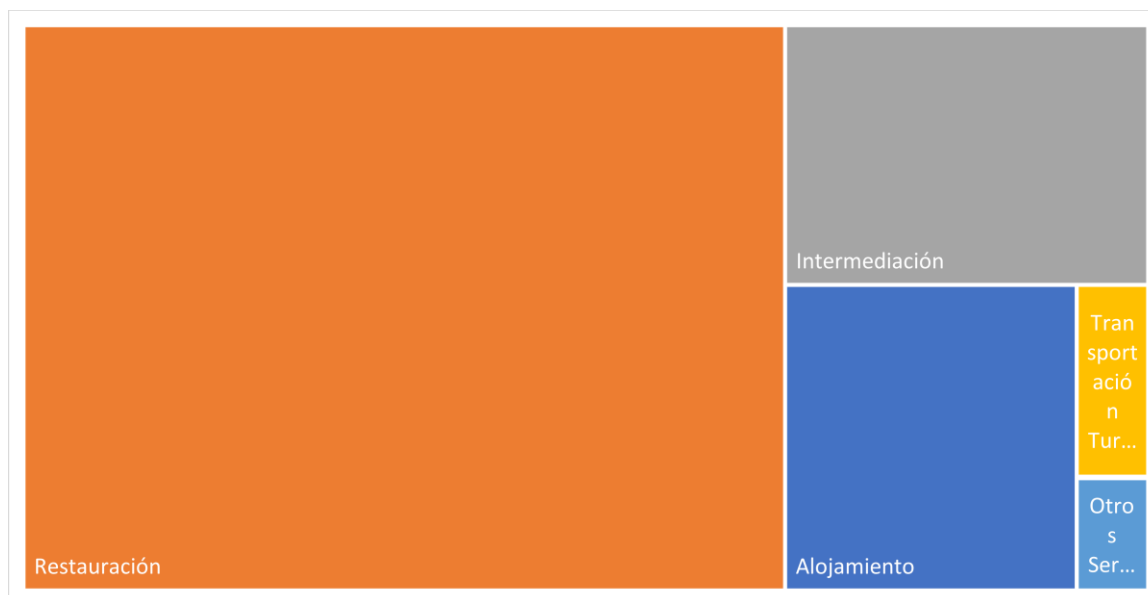
Sector	Categoría	Valor	Subtotales	Porcentaje
Alojamiento (AL)	Hotel	152	724	17.02%
	Hostal	545		
	Hacienda Turística	7		
	Campamento Turístico	5		
	Casa de Huéspedes	15		

Restauración (RS)	Restaurante	2.881	3.497	67.71%
	Cafetería	423		
	Bar	160		
	Discotecas	33		
Intermediación Turística (IT)	Agencias de Viajes Mayoristas	70	768	14.88%
	Agencias Internacionales	73		
	Operadores Turísticos	261		
	Agencias de Viajes Duales	364		
Transportación Turística (TT)	Transportación Aérea	26	111	2.15%
	Transportación Turística Terrestre	85		
Otros Servicios Turísticos (OT)	Sala de Recepciones y Banquetes	21	65	1.26%
	Peñas	21		
	Centro de Convenciones	9		
	Organizadores de Eventos, Congresos y Convenciones	12		
	Parques de Atracción Estable	2		
Total de Prestadores Turísticos del país			5.165	100%

Nota: Elaboración propia a partir de QuitoTurismo (2022)

Figura 61.

Distribución porcentual de los prestadores de servicios turísticos por actividad a marzo del 2022 para Quito.



Nota: Elaboración propia a partir de QuitoTurismo (2022)

De acuerdo con la tabla 39 y la ilustración 61, se puede identificar que los prestadores dentro del área de alimentos y bebidas cuentan con un 67.71% de la cuota de mercado del sector, seguidos por el área de alojamiento con un 17.02% e intermediación turística con un 14.88%. En el caso de estos dos subsectores su número es considerado como competitivo y equiparable para el número de visitantes con los que cuenta la ciudad, recordando además que debido a la pandemia muchos de los negocios turísticos tuvieron que cerrar.

Cabe destacar que ninguna de las organizaciones de gestión de destino posee la competencia para mantener o manejar los datos correspondientes a los guías turísticos, debido a que es la actividad más propensa a la informalidad y dicha atribución es exclusiva del Ministerio de Turismo, el cual trata de asociar su proceso de licenciamiento con el programa nacional de capacidades.

- b) Conectividad de la ciudad de Quito:** De acuerdo con lo establecido en el punto 4.5 del presente capítulo, la ciudad cuenta con un aeropuerto de categoría internacional llamado Mariscal Sucre, que es el principal puerto de ingreso por vía aérea de extranjeros al país. El mismo se encuentra en concesión a la empresa privada llamada Quiport desde el año 2012, en el que se comenzó con el proyecto de cambiarlo de ubicación dicha instalación para poder mejorar la competitividad de las frecuencias ofertadas.

El aeropuerto cuenta con 4.207 frecuencias comerciales internacionales, activas para el año 2022, las cuales son operadas por 14 aerolíneas internacionales que conectan 13 destinos, ubicados principalmente en América del Norte, Centro América, América del Sur y parte de Europa, a través de 26 rutas aprobadas. En lo que respecta a la operatividad nacional, se cuenta con un total de 782 frecuencias comerciales al año, operadas por 4 aerolíneas, 2 de cabotaje interno y 2 aerolíneas nacionales, que conectan a los 8 destinos.

- c) Demanda Turística de la ciudad de Quito:** Para este acápite se utilizarán los reportes generados por la empresa pública de turismo, a marzo del 2022. La misma ha realizado el levantamiento de información desde el 2019, pero lamentablemente se evidencia que

la metodología de levantamiento de información utilizada no corresponde a la manejada por el Ministerio de Turismo o la fundación municipal de turismo para Cuenca.

La información fue levantada durante los meses de diciembre, febrero, abril y agosto. Los técnicos de la OGD indican que este periodo corresponde a los meses de mayor visitación internacional en el destino. El levantamiento de la información se la realizó tomando como centros al aeropuerto, el centro histórico de la ciudad y los puestos de información turística.

Tabla 40.

Principales mercados emisores hacia Quito durante el periodo 2019-2021.

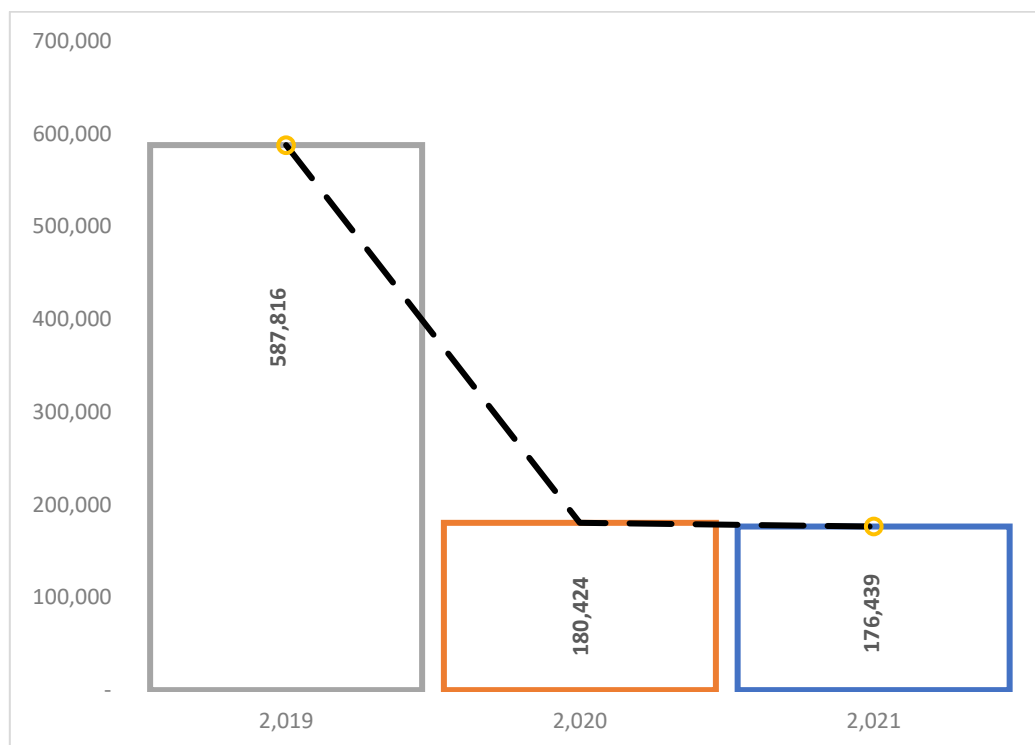
País de Origen	2,019	2,020	2,021	Total	Porcentaje
Estados Unidos	180,515	57,715	51,131	289,361	30.63%
España	60,401	20,721	12,467	93,589	9.91%
Colombia	57,667	18,759	30,788	107,214	11.35%
México	21,035	6,894	8,619	36,548	3.87%
Perú	18,090	5,591	6,921	30,602	3.24%
Francia	20,482	5,322	5,322	31,126	3.29%
Venezuela	13,820	4,672	5,979	24,471	2.59%
Alemania	22,748	5,768	4,525	33,041	3.50%
Panamá	10,142	2,525	4,783	17,450	1.85%
Brasil	18,345	4,856	3,788	26,989	2.86%
Italia	10,927	3,048	4,238	18,213	1.93%
China	12,705	2,559	3,733	18,997	2.01%
Canadá	23,863	9,797	4,857	38,517	4.08%
Argentina	15,430	4,068	3,770	23,268	2.46%
Chile	16,043	4,857	3,334	24,234	2.57%
Holanda	13,527	4,178	3,531	21,236	2.25%
Suecia	7,033	1,807	3,195	12,035	1.27%

Cuba	7,574	3,002	2,502	13,078	1.38%
Reino Unido	18,863	4,644	2,319	25,826	2.73%
Bélgica	4,951	1,095	2,124	8,170	0.86%
Rusia	2,626	908	1,410	4,944	0.52%
Bolivia	3,118	816	1,042	4,976	0.53%
Costa Rica	5,473	1,252	1,025	7,750	0.82%
Israel	2,561	443	1,099	4,103	0.43%
Uruguay	2,597	566	719	3,882	0.41%
Austria	2,420	677	713	3,810	0.40%
Suiza	2,170	686	638	3,494	0.37%
Resto del Mundo	12,690	3,198	615	1,867	1.89%
Total	587,816	180,424	176,439	944,679	100%

Nota: Recuperado de QuitoTurismo (2022)

Figura 62.

Evolución de los ingresos de viajeros internacionales hacia Quito.



Nota: Elaboración propia a partir de QuitoTurismo, 2022

De acuerdo con la ilustración 62, la influencia del impacto de la pandemia es evidente para el turismo en la ciudad, evidenciándose una disminución en los flujos turísticos en lo que va desde el 2019. Comparando el periodo hacia el 2021 dicho decremento corresponde al 69.98%. Al momento de la investigación lamentablemente no es factible identificar una recuperación de los flujos turísticos del año 2019 y anteriores.

Figura 63.

Evolución de los ingresos de viajeros internacionales hacia Quito.



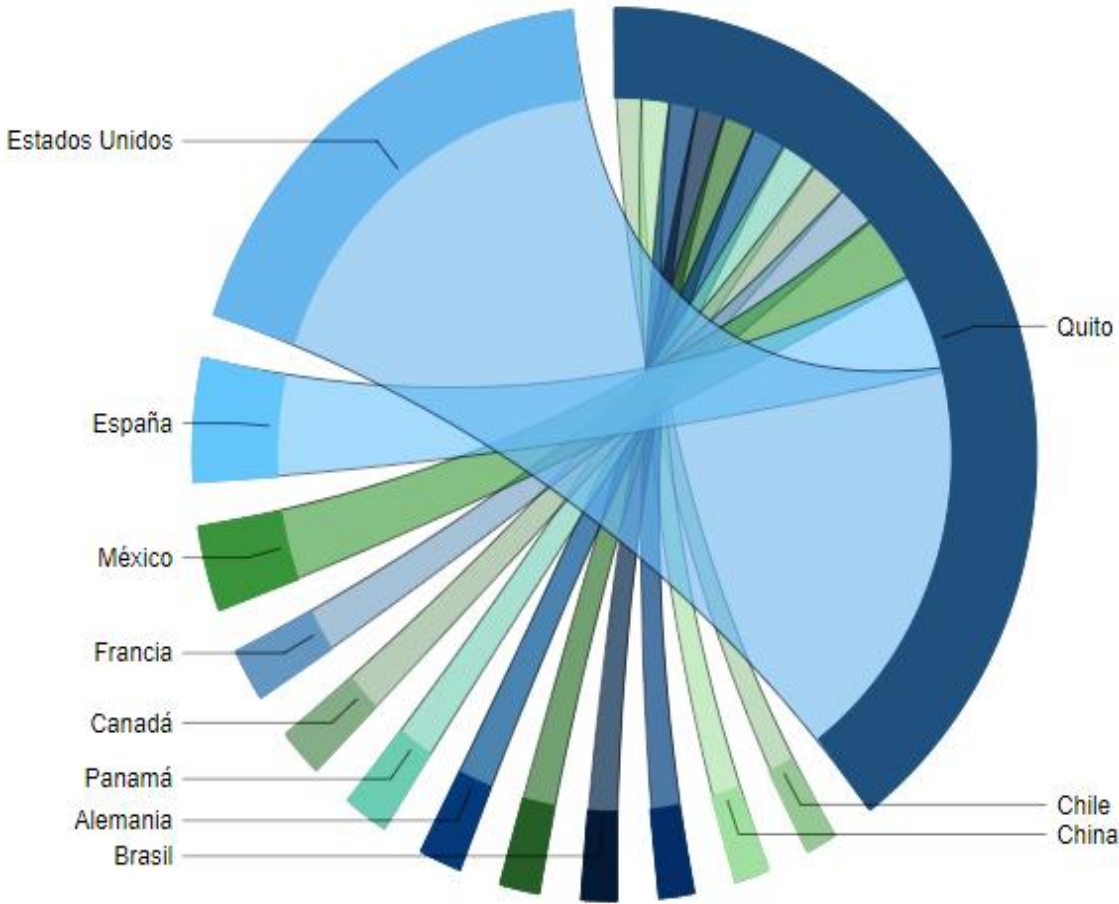
Nota: Elaboración propia a partir de QuitoTurismo, 2022

En lo que respecta a los principales mercados priorizados para la ciudad, se puede identificar que el mercado objetivo para la ciudad está compuesto por: Estados Unidos, Francia y Alemania; en lo que respecta a los mercados de oportunidad estarían conformados por: Canadá, México y España; y finalmente los mercados naturales corresponden a: Colombia, Venezuela y Perú al igual que en el comportamiento a nivel nacional.

En lo que respecta a los movimientos generados por los flujos turísticos internacionales hacia la ciudad de Quito, se puede identificar que es el destino turístico urbano del Ecuador que tiene mayor factor de visitación a nivel nacional por parte de los visitantes

internacionales, encontrándose solo por debajo del Parque Nacional Galápagos, como se puede evidenciar en la figura 64.

Figura 64.
Movimientos de los flujos turísticos internacionales hacia Quito.



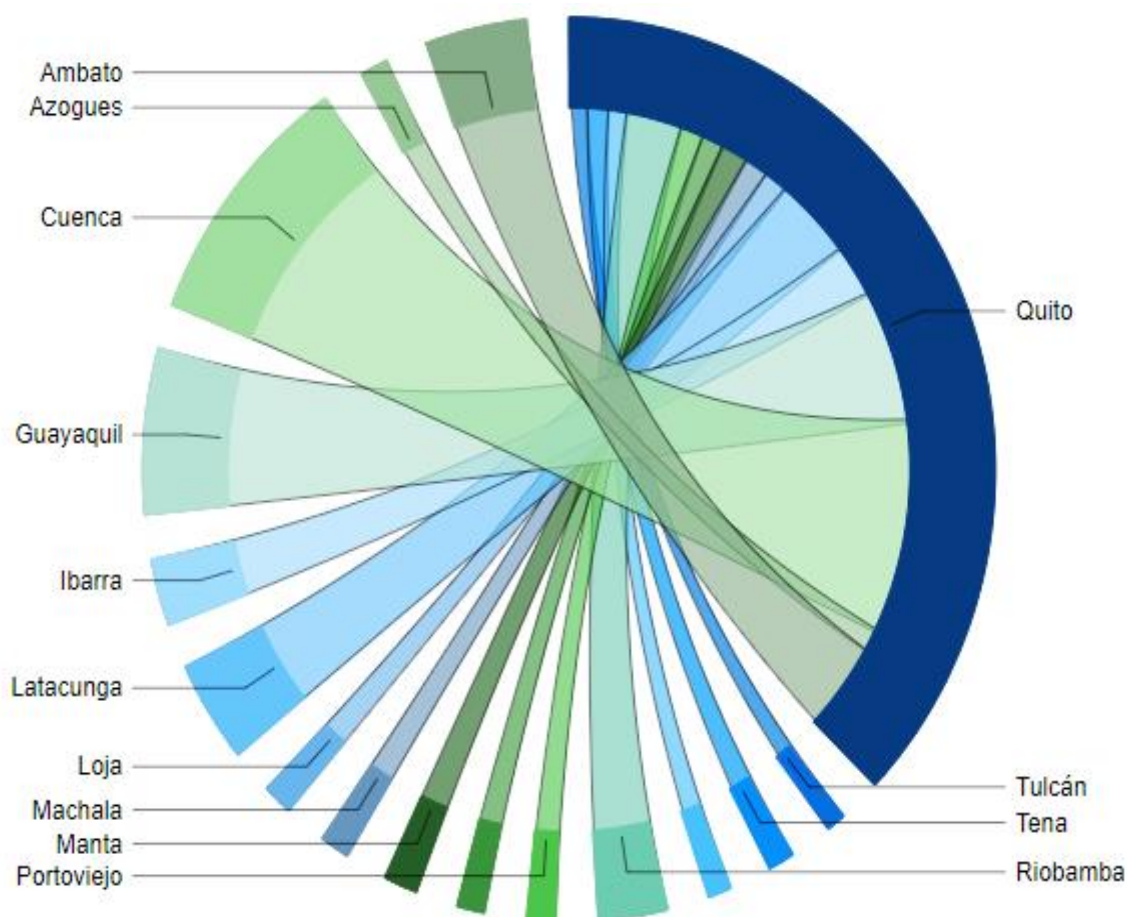
Nota: Elaboración propia a partir de QuitoTurismo (2022)

En la ilustración 64 se puede identificar a los desplazamientos de los principales mercados internacionales emisores hacia la ciudad de Quito, tomando como base los datos del año 2021. El 29.28% corresponde a Estados Unidos, y en concordancia la empresa pública lo ha declarado mercado prioritario para las acciones de atracción de flujos turísticos para los años venideros. En segundo lugar, encontramos a España con un 7.14%, que al igual que el anterior se encuentra como uno de los sectores priorizados por el destino. Para la elaboración del gráfico no se tomaron en cuenta a los mercados naturales de Perú, Colombia y Venezuela, para mejorar la calidad visual del mismo.

A continuación, se realiza el análisis de los movimientos nacionales hacia la ciudad de Quito:

Figura 65.

Movimientos de los flujos turísticos nacionales hacia Quito.



Nota: Elaboración propia a partir de QuitoTurismo (2022)

Finalmente, en lo que respecta a los movimientos de turismo interno hacia la ciudad, se puede evidenciar una predominación de los flujos por parte de la ciudad de Cuenca con un 29.99%, seguido de la ciudad de Guayaquil con un 18.93%. Estas dos ciudades se interconectan con Quito por su cultura, museos y actividades programadas principalmente. Luego se encuentran los sitios de cercanía como son Ambato (12.37%), Latacunga (11.74%) y Riobamba (8.37%). Esta afluencia se encuentra marcada por la corta distancia de movilización que la misma implica (menor a 4 horas en carretera).

6.2.2. Cuenca.

Cuenca es la capital de la provincia del Azuay, es la tercera ciudad más poblada del Ecuador, está ubicada en el valle interandino de la Sierra sur ecuatoriana, turísticamente hablando, Cuenca es el principal destino del austro ecuatoriano y es considerado como un centro de distribución hacia otros destinos turísticos de importancia.

A partir de su declaratoria como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1999, existió un cambio en la dinámica turística de la ciudad, ya que se empezaron a establecer emprendimientos relacionados con el sector del turismo. Además, la alcaldía de la ciudad identificó la importancia de dicha actividad en la dinamización económica de la ciudad y propuso la creación de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca (FMTC) en el año 2005.

Dando cumplimiento a los objetivos institucionales, la fundación generó el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del destino Cuenca y sus áreas de influencia para el periodo comprendido entre el 2011-2019, y su respectiva actualización para el periodo correspondiente desde el 2020 al 2024.

Figura 66.

Política turística aplicable al Cantón Cuenca.



Nota: Recuperado de FMTC (2020)

Como se observa en la ilustración 66, se estableció una política turística genérica relacionada con el desarrollo sostenible, la cual está compuesta de 4 estrategias. La estrategia 1 está compuesta por 4 programas y 6 proyectos, la estrategia 2 por 7 programas y 19 proyectos, la estrategia 3 por 5 programas y 12 proyectos, y finalmente la estrategia 4 por 3 programas y 6 proyectos. A continuación, se realiza el análisis respectivo correspondiente a los componentes de la oferta, conectividad y demanda del destino.

- **Oferta Turística de la ciudad de Cuenca:** Para el análisis de la oferta se dividirá el abordaje de la misma manera que se realizó con el análisis nacional: por un lado, se determina los atractivos turísticos inventariados; por otro, se incluye el análisis de los prestadores de servicios del lugar. En lo referente a los atractivos turísticos, se tomará en consideración lo establecido por el Ministerio, ya que corresponde a su competencia.

Tabla 41.

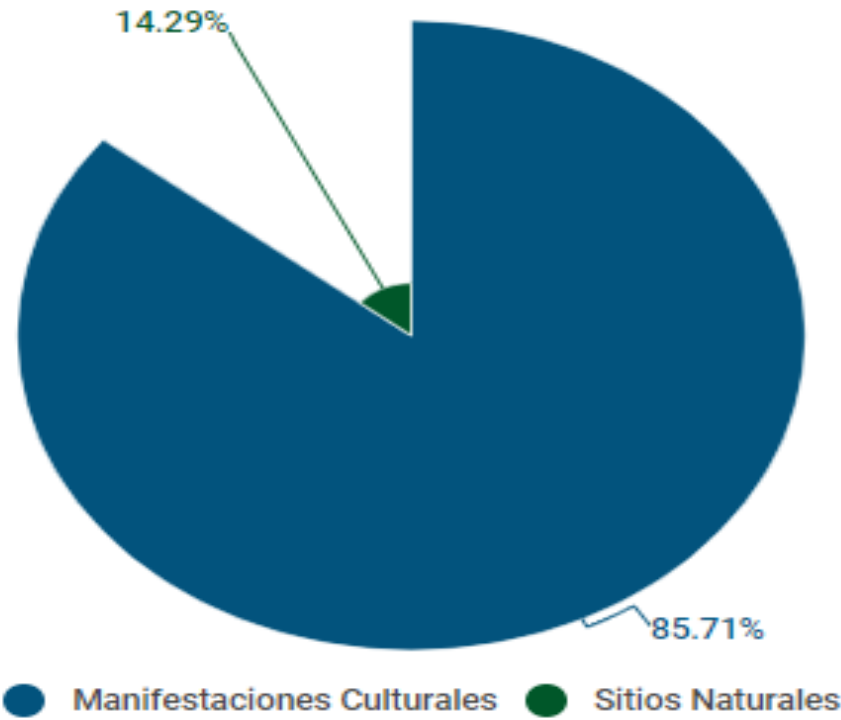
Categorización de los atractivos turísticos de Cuenca al 2022.

Categorización	Número de Atractivos
Manifestaciones Culturales	12
Sitios Naturales	2
TOTAL	14

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Figura 67.

Distribución por categoría de los atractivos turísticos de Cuenca al 2022.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Como se puede observar en la tabla 41 e ilustración 67, el 85.71% de los atractivos de Cuenca corresponden a manifestaciones culturales, las cuales se encuentran en concordancia con los lineamientos establecidos por la UNESCO para su declaratoria, así como la tipología de turismo que se genera en la ciudad estando en su mayoría concentrada en el turismo cultural, patrimonial y urbano. De otra parte, el 14.29% restante corresponde a los sitios naturales; esto tiene relación con las tipologías de turismo recreativo y activo que la ciudad desea implementar hasta el 2024.

Tabla 42.

Taxonomía de los atractivos turísticos del Cuenca al 2022.

Categorización	Tipo	Subtipo	Número Atractivos	Porcentaje
Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Historia	6	42.86%
		Museos	5	35.71%
		Áreas patrimoniales y/o arqueológicas	1	7.14%
Sitios Naturales	Aguas	Manantial Agua	1	7.14%
	Subterráneas	Termal		
	Ambientes	Laguna	1	7.14%
	Lacustres			
Total de atractivos turísticos			14	100%

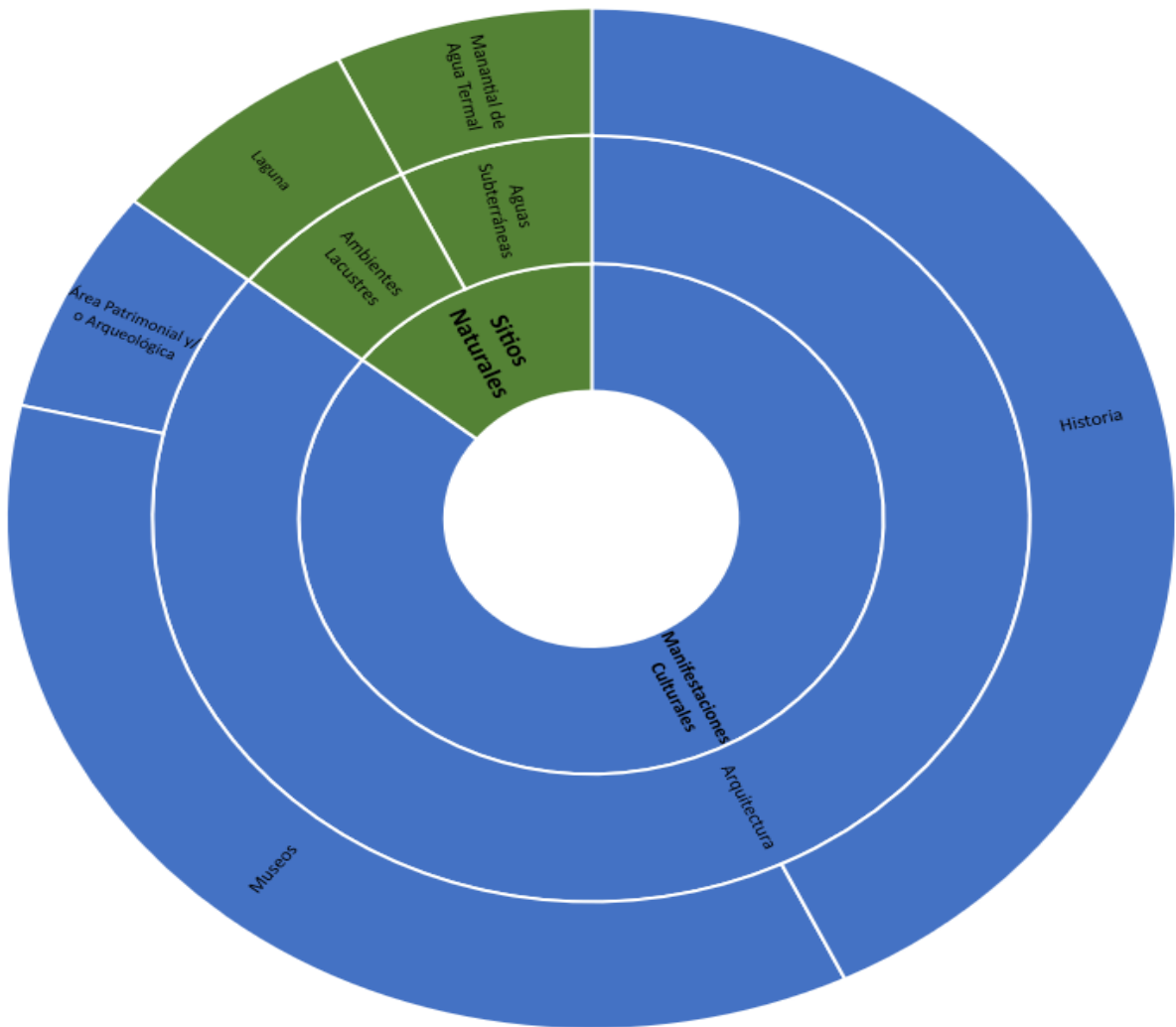
Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

Con base en lo establecido en la tabla 42, el 100% de las manifestaciones culturales corresponden a la tipología arquitectura, de las cuales el 42.86% se enmarcan en la categoría historia, que contempla cultura viva y lugares con importancia histórica a nivel internacional y nacional. El 35.71% corresponde a los museos de la ciudad, que en su mayoría corresponden a museos de sitio, en los que se puede observar asentamientos de las culturas preincaicas e incas. Finalmente, el 7.14% corresponde al centro histórico de la ciudad, en cuyo interior encierra varios atractivos de por sí, tales como iglesias, casas coloniales y republicanas, monumentos y monasterios, entre otros. La Fundación Municipal de Turismo considera un error dicho levantamiento, ya que deja de lado atractivos importantes que la ciudad no puede aprovecharlos de la forma que debería.

Por lo que la fundación municipal de turismo considera un error dicho levantamiento, ya que deja de lado atractivos importantes que la ciudad no puede aprovecharlos de la forma que debería.

Figura 68.

Distribución por tipo y subtipo, de los atractivos turísticos de Cuenca.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022)

La figura 68 muestra que los sitios naturales en la ciudad abarcan al 14.28% de los atractivos inventariados. El 7.14% correspondiente a la categoría aguas subterráneas, dentro de la subtipología de manantial de agua termal: a las afueras del noroeste de la ciudad se encuentra la parroquia Baños, la cual cuenta con una formación geológica que permite el desarrollo de dichas actividades. El otro 7.14% responde a ambientes lacustres, en su subtipo laguna. Hace referencia a la laguna de Llaviuco, que es la única que se encuentra fuera del sistema lacustre del Parque Nacional El Cajas, el cual está colindante con los límites geopolíticos del territorio.

Por otro lado, tenemos a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad, y es menester de la Fundación Municipal de Turismo el mantener dicha información

actualizada a la fecha. En la tabla 43 se distribuyen a los mismos, según el catastro municipal a marzo del 2022.

Tabla 43.

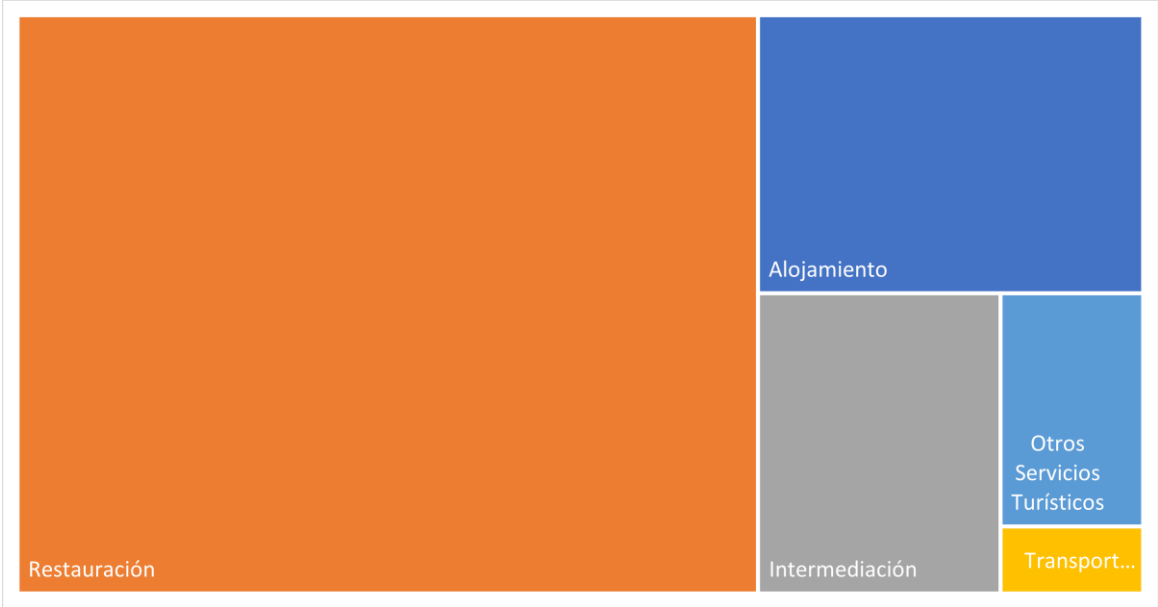
Prestadores de servicios turísticos catastrados en Cuenca al 2022.

Sector	Categoría	Valor	Subtotales	Porcentaje
Alojamiento (AL)	Hotel	96	724	28.22%
	Hostal	131		
	Hostería	7		
	Lodge	2		
	Casa de Huéspedes	22		
Restauración (RS)	Restaurante	1.281	1.564	60.96%
	Cafetería	159		
	Bar	76		
	Discotecas	48		
Intermediación Turística (IT)	Agencias de Viajes	10	175	6.82%
	Mayoristas			
	Agencias Internacionales	40		
	Operadores Turísticos	42		
	Agencias de Viajes Duales	83		
Transportación Turística (TT)	Transportación Aérea	3	23	0.89%
	Transportación Turística Terrestre	20		
Otros Servicios Turísticos (OT)	Sala de Recepciones y Banquetes	39	80	3.11%
	Peñas	19		
	Centro de Convenciones	2		
	Organizadores de Eventos, Congresos y Convenciones	18		
	Parques de Atracción	2		
	Estable			

Total de Prestadores Turísticos del país	2.566	100%

Nota: Elaboración propia a partir de FMTC (2020)

Figura 69.
Distribución porcentual de los prestadores de servicios turísticos por actividad a marzo del 2022 para Cuenca.



Nota: Elaboración propia a partir de FMTC (2020)

De acuerdo con la tabla 43 y la figura 69, se puede identificar que los prestadores dentro del área de alimentos y bebidas cuentan con un 60.96% de la cuota de mercado del sector, seguidos por el área de alojamiento con un 28.22% e intermediación turística con un 6.82%. En el caso de estos dos subsectores su número es considerado adecuado y equiparable para el número de visitantes con los que cuenta la ciudad, recordando además que debido a la pandemia muchos de los negocios turísticos tuvieron que cerrar sus puertas. Cabe destacar que ninguna de las organizaciones de gestión de destino posee la competencia para mantener o manejar los datos correspondientes a los guías turísticos.

d) Conectividad de la ciudad de Cuenca: De acuerdo con lo establecido en el punto 4.5 del presente capítulo, la ciudad cuenta con un aeropuerto de categoría binacional llamado Mariscal Lamar, que es el principal puerto de ingreso por vía aérea de extranjeros a la ciudad. El mismo se encuentra en concesión a la Municipalidad de Cuenca desde el año 2014. Aquí cabe una aclaración: a pesar de que el aeropuerto es

considerado con la categoría de binacional, desde 1998 no cuenta con una ruta que conecte a la ciudad con los principales lugares del norte del Perú, por lo que operativamente hablando solo funciona como aeropuerto nacional.

El aeropuerto cuenta con 415 frecuencias comerciales nacionales al año, operadas por 4 aerolíneas, 2 de cabotaje interno y 2 aerolíneas nacionales, que conectan a las ciudades de Guayaquil y Quito. De acuerdo con la Fundación Municipal de Turismo, este es el problema clave para el desarrollo turístico de la ciudad, ya que, al no contar con un aeropuerto internacional, sus flujos turísticos se ven limitados. Además de eso, debido a las pocas frecuencias de conectividad doméstica que existen en la actualidad el destino no se considera competitivo por dicho elemento.

- e) Demanda Turística de la ciudad de Cuenca:** Para este acápite se utilizarán los reportes generados por la Fundación Municipal de Turismo, a marzo del 2022. La misma ha realizado el levantamiento de información desde el 2015. La metodología para el levantamiento de información es exclusiva del destino y no guarda concordancia con lo establecido por el Ministerio de Turismo o la Empresa Pública de Turismo de Quito, lo que dificulta el generar un comparativo por ciudad en este caso.

Tabla 44.

Principales mercados emisores hacia Cuenca durante el periodo 2019-2021.

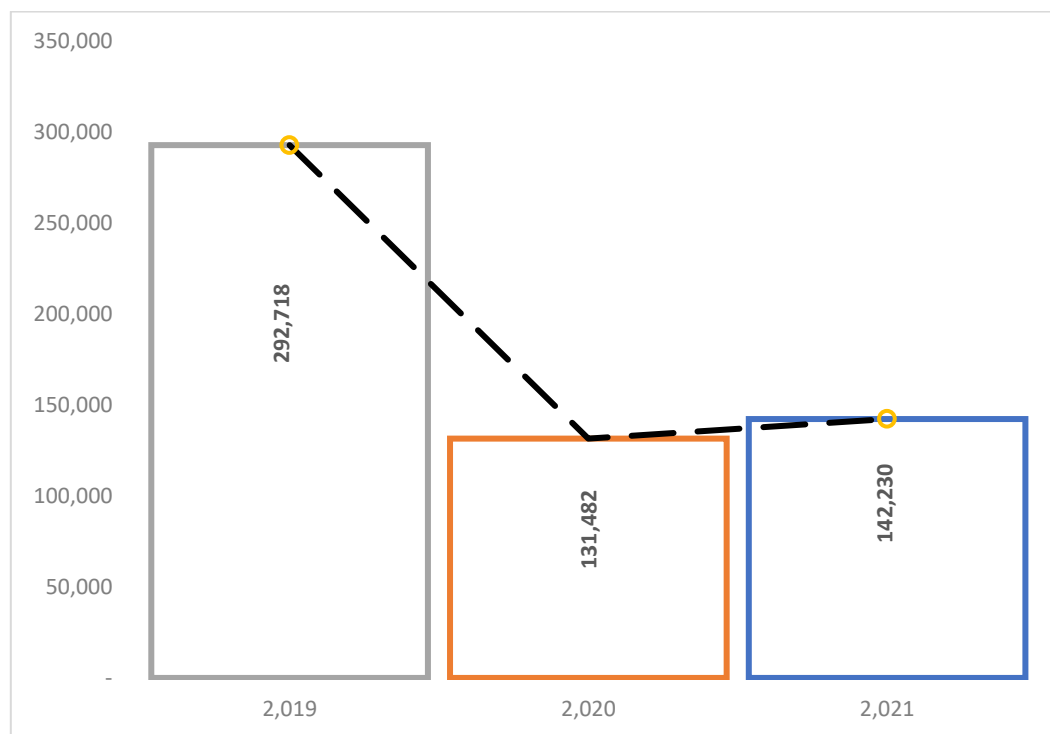
País de Origen	2,019	2,020	2,021	Total	Porcentaje
Estados Unidos	78,954	59,471	61,484	199,909	35.29%
España	42,879	12,471	13,051	68,401	12.08%
Colombia	27,158	14,520	15,140	56,818	10.03%
México	11,573	947	742	13,262	2.34%
Perú	14,087	9,258	7,452	30,797	5.44%
Francia	21,678	5,879	17,452	45,009	7.95%
Venezuela	11,499	8,674	4,257	24,430	4.31%
Alemania	21,678	5,687	4,255	31,620	5.58%
Brasil	7,216	2,857	3,054	13,127	2.32%

Italia	10,927	3,048	4,358	18,333	3.24%
Canadá	5,553	2,941	1,257	9,751	1.72%
Argentina	11,405	2,014	3,451	16,870	2.98%
Chile	12,947	1,587	2,415	16,949	2.99%
Holanda	3,547	652	1,024	5,223	0.92%
Suiza	4,257	305	487	5,049	0.89%
Reino Unido	1,879	98	424	2,401	0.42%
Bélgica	2,574	298	481	3,353	0.59%
Austria	1,224	457	713	2,394	0.42%
Suecia	997	103	438	1,538	0.27%
Resto del Mundo	686	215	295	1,196	0.21%
Total	292,718	131,482	142,230	566,430	100%

Nota: Elaboración propia a partir de FMTC (2020)

Figura 70.

Evolución de los ingresos de viajeros internacionales hacia Cuenca.



Nota: Elaboración propia a partir de FMTC (2020)

De acuerdo con la ilustración 70, la influencia del impacto de la pandemia es evidente para el turismo en la ciudad, evidenciándose una disminución en los flujos turísticos en lo que va desde el 2019. Comparando el periodo hacia el 2021, dicho decremento corresponde al 51.41, pero se puede identificar que existe una mejora en los flujos de visitación turística entre los años 2020 y 2021 del 8.17%, lo que genera esperanzas en la recuperación a través de la reactivación turística de la ciudad.

En lo que respecta a los principales mercados priorizados para la ciudad, tomando en consideración al total acumulado por país dentro de los tres años, se puede identificar que el mercado objetivo para la ciudad está compuesto por: Estados Unidos, España, Francia y Alemania; en lo que respecta a los mercados de oportunidad estarían conformados por: México, Italia, Argentina, Brasil y Chile; y finalmente los mercados naturales corresponden a: Colombia, Venezuela y Perú al igual que en el comportamiento a nivel nacional.

Figura 71.

Identificación de la tipología de mercados emisores de Cuenca.

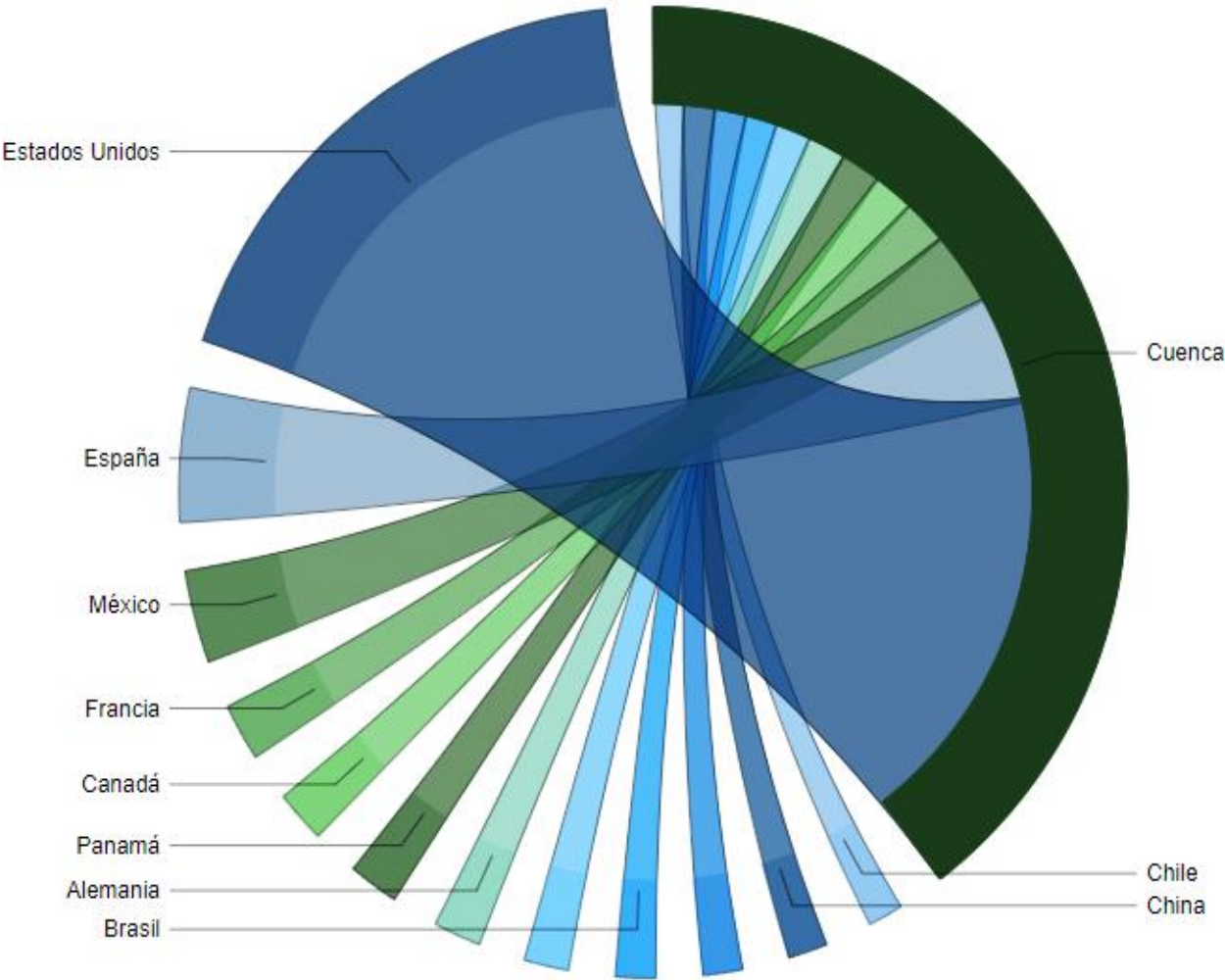


Nota: Elaboración propia a partir de FMTC (2020)

Por otra parte, en la figura 72 se puede identificar a los desplazamientos de los principales mercados internacionales emisores hacia la ciudad de Cuenca, tomando

como base los datos del año 2021; en segundo lugar, encontramos a España con un 9.63%, luego aparece México con el 6.66% y finalmente encontramos a Francia con 4.11%; de estos todos han sido considerados como mercados objetivos, con excepción de México, el cual es reemplazado por Alemania que cuenta con el 3.49%. Para la elaboración del gráfico no se tomaron en cuenta a los mercados naturales de: Perú, Colombia y Venezuela, para mejorar la calidad visual del mismo y evitar el sesgo de migración existente.

Figura 72.
Movimientos de los flujos turísticos internacionales hacia Cuenca.



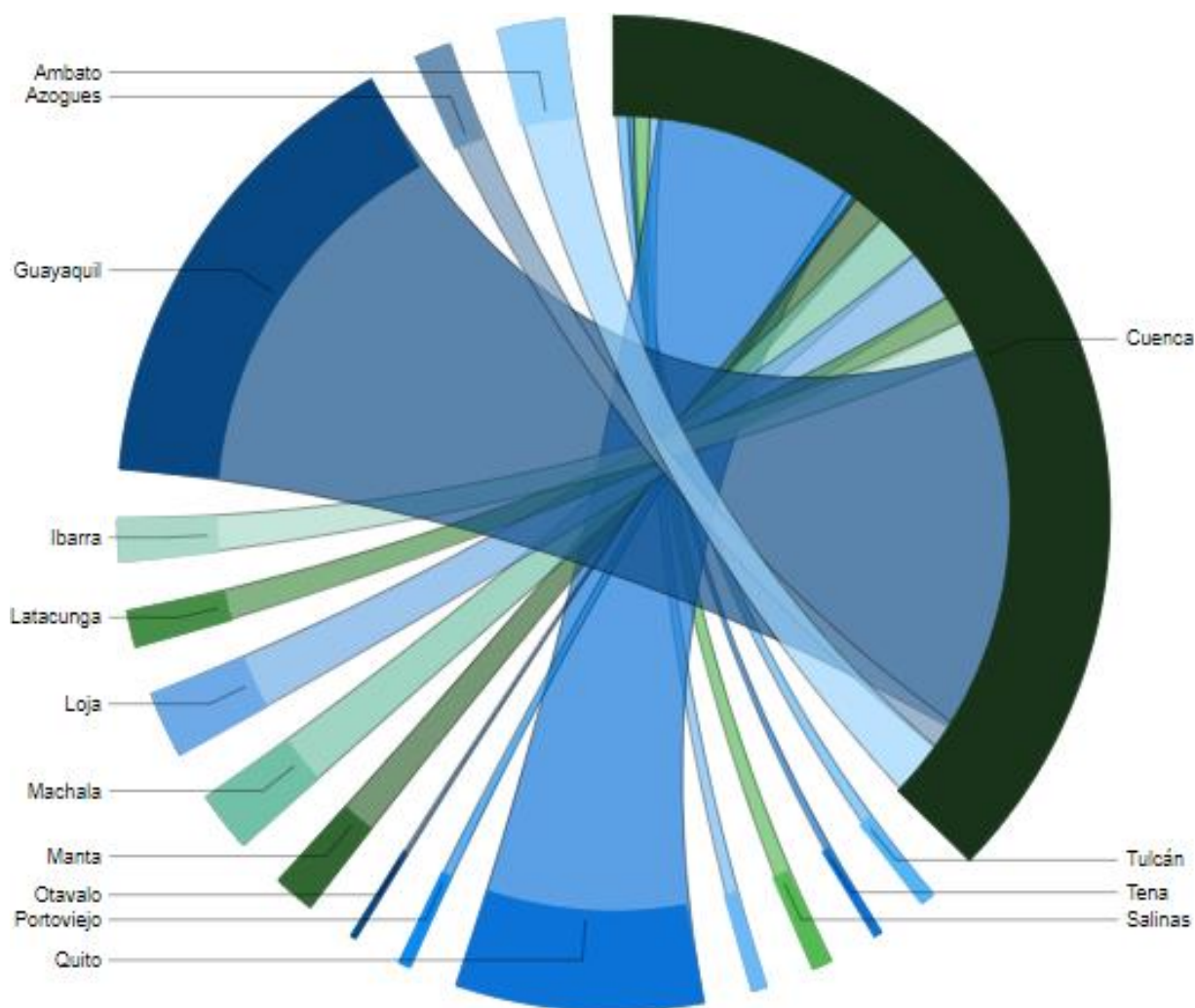
Nota: Elaboración propia a partir de FMTC (2020)

En cuanto al turismo interno, se puede evidenciar una predominancia de los flujos por parte de la ciudad de Guayaquil con un 41.41%, seguido de la ciudad de Quito con un 21.60%. Luego se encuentran los sitios de cercanía como son Loja (5.78%), Machala (5.24%), Ambato (4.09%), y Riobamba (3.18%). Esta afluencia se encuentra marcada

por la corta distancia de movilización que la misma implica (menor a 4 horas en carretera) con excepción de los dos últimos cuya distancia puede llegar hasta las 5 horas y media por carretera.

Figura 73.

Movimientos de los flujos turísticos nacionales hacia Cuenca.



Fuente: Elaboración propia a partir de FMTC, 2020

6.3. Clasificación de los destinos turísticos urbanos del país y su relación con el abordaje de la vocación turística del territorio

Adicionalmente, para la determinación de la clasificación de los destinos turísticos urbanos del país, se tomarán como base común la información manejada por el Ministerio de Turismo en lo que respecta a oferta de prestadores de servicios turísticos e inventario de atractivos, así como los valores establecidos por dicha institución para la demanda de movimientos turísticos nacionales al país durante el año 2002. Cabe recalcar que dichos datos solamente fueron tomados dentro de los periodos de feriados nacionales y con información levantada en ciertos puntos de interés o de información turística en los distintos lugares.

Se han tomado en cuenta solamente las ciudades que cuentan con la información relevante, tanto de oferta como de demanda. En el caso de los viajeros internacionales, se tomó solamente la información correspondiente a las OGD de los sitios, ya que los otros lugares no cuentan con ese tipo de información estadística levantada hasta la fecha.

Adicionalmente, se propone una metodología, mediante la cual se priorice la actuación del sector público, con relación a la propensión de éxito que presenta la actividad turística en un determinado territorio; se adaptará la misma a los requerimientos de la investigación, para alinearla con los procesos de planificación nacional. Dicha metodología establece los siguientes pasos a seguir:

1. Identificar los principales sitios sujetos de análisis;
2. Trasladar los datos de oferta turística (atractivos inventariados y prestadores catastrados);
3. Trasladar los datos de la demanda turística (flujos turísticos internacionales y nacionales);
4. Identificar, numéricamente, el lugar principal o con la mayor asignación numérica de cada uno de los totales, el cual servirá como dato de normalización;
5. Obtener los valores correspondientes al cálculo de “potencialidad turística” de cada lugar, el cuál es trabajado y actualizado por parte del Ministerio de Turismo, el cual a su vez asigna un valor a cada uno, con base en los elementos clave del índice de competitividad de viajes y turismo internacional;

6. Proceder a normalizar los datos obtenidos de los componentes de oferta y demanda turística; y
7. Finalmente proceder a la aplicación de la fórmula de clasificación de destinos turísticos, la cual trata de alinear más los datos obtenidos al contexto actual, a través de la asignación porcentual a cada uno de los componentes de esta (oferta, demanda y potencialidad turística).

Tabla 45.

Resumen de los componentes de oferta y demanda turística de las ciudades del Ecuador al 2022.

Ciudad	Oferta Turística			Demanda Turística		
	Atractivos	Servicios	Total Oferta	Viajeros Intern.	Viajeros Nac.	Total Demanda
Guayaquil	19	3.202	3.221	N/A	13,331.584	13,311.584
Quito	25	5.165	5.190	274.639	21,016.241	21,290.880
Cuenca	14	2.566	2.580	129.475	15,230.309	15,359.784
Machala	5	354	359	N/A	1,418.980	1,418.980
Manta	12	693	705	N/A	3,503.827	3,503.827
Loja	10	362	372	N/A	4,670.874	4,670.874
Ambato	4	524	528	N/A	4,154.021	4,154.021
Riobamba	7	417	424	N/A	1,978.773	1,978.773
Ibarra	12	315	327	N/A	1,294.677	1,294.677
Latacunga	3	220	223	N/A	238.338	238.338
Salinas	12	341	353	N/A	3,242.502	3,242.502
Tena	31	258	289	N/A	860.922	860.922

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo, 2022 & FMTC, 2020

A continuación, se establece la propuesta metodológica para la medición de los factores, criterios, variables y escala de valor, que conforman el entorno turístico requerido para su desarrollo.

Tabla 46.

Tabla de categorización del entorno turístico de los destinos turísticos urbanos.

Factor	Criterios	Variable	Valor
Accesibilidad y Conectividad	Vías de Acceso	Aéreo, Marítimo y/o Fluvial y Terrestre	5 puntos
		Aéreo y Terrestre	3 puntos
		Terrestre	1 punto
	Conectividad	Internacional y Nacional	5 puntos
		Nacional	3 puntos
	Infraestructura de Apoyo	Aeropuertos, Puertos y Terminales	5 puntos
		Aeropuertos y Terminales	3 puntos
		Terminales	1 punto
	Manifestaciones Culturales	Conservado	5 puntos
		Alterado	3 puntos
		Deteriorado	1 punto
Estado de Conservación de los recursos y/o atractivos turísticos territoriales	Sitios Naturales	Conservado	5 puntos
		Alterado	3 puntos
		Deteriorado	1 punto
	Entorno Urbano	Conservado	5 puntos
		Alterado	3 puntos
		Deteriorado	1 punto
Higiene y Seguridad Turística	Servicios Básicos	Agua y Alcantarillado	1 punto
		Energía Eléctrica	1 punto
		Telecomunicaciones	1 punto
		Saneamiento	1 punto

Políticas y Regulaciones Turísticas	Disposición y Tratamiento de Desechos		1 punto
	Señalética	En áreas urbanas	1 punto
		En áreas naturales	1 punto
		Cercanas a los lugares de visita	1 punto
		Señalética de conservación	1 punto
	Salud	Hospitales y/o Clínicas	1 punto
		Centros de Salud	1 punto
		Dispensarios Médicos	1 punto
	Seguridad	Pública	1 punto
		Privada	1 punto
		Especializada	1 punto
	Institucionalidad del Turismo	Organización de Gestión de Destinos	5 puntos
		Organización pública con departamento de turismo	3 puntos
		No cuenta con un departamento público encargado	0 puntos
	Planificación Turística	Planificación Turística del lugar	5 puntos
		El territorio solo cuenta con un PDOT.	3 puntos
		No se evidencia un plan	0 puntos
	Gestión Pública del Turismo	Gobernanza turística	2 puntos
		El territorio no cuenta con Gobernanza turística	0 puntos
		Marco Normativo local del turismo	2 puntos
		El territorio no cuenta con normativa turística local	0 puntos

Tipologías de Turismo	Talento Humano	Los encargados del sector público cuentan con formación y experiencia en turismo	2 puntos
		Los encargados del sector público no cuentan con formación en turismo	0 puntos
		La mayoría de los prestadores de servicios turísticos cuentan con formación profesional en el área	2 puntos
		La mayoría de los prestadores de servicios turísticos no cuentan con formación profesional en el área	0 puntos
		El sitio cuenta con instituciones de educación superior con oferta académica en turismo y afines	2 puntos
		El sitio no cuenta con instituciones de educación superior con oferta académica en turismo y afines	0 puntos
	Productos Turísticos Territoriales	Consolidados y Diversificados	5 puntos
		Comunes y con poca Diferenciación	3 puntos
		Sin presencia de Productos Turísticos Territoriales	0 puntos
	Facilidades Turísticas	Productos turísticos accesibles para todo tipo de visitante	2 puntos
		Productos turísticos sin facilidades evidenciables	0 puntos
	Importancia de los Productos Turísticos	El producto turístico posee Unicidad, Notoriedad y Valor Intrínseco	5 puntos
		El producto turístico presenta un notoriedad y valor intrínseco	3 puntos
		El producto turístico presenta valor intrínseco	1 punto

Marketing Turístico	Operadores de Mercado	Los productos turísticos territoriales son comercializados en mercados internacionales	5 puntos
		Los productos turísticos territoriales son comercializados en mercados nacionales	3 puntos
		Los productos turísticos territoriales son comercializados en mercados locales	1 punto
	Investigación de Mercados	El territorio cuenta con investigación una unidad de inteligencia de mercados turísticos	3 puntos
		El territorio cuenta con investigación una unidad de inteligencia de mercados turísticos	0 puntos
	Plan de Marketing Turístico	El lugar cuenta con un plan de marketing turístico actual	5 puntos
		El lugar cuenta con un plan de promoción turística	3 puntos
		El lugar no posee un plan de marketing turístico	0 puntos
	Publicidad y Promoción	Medios Digitales	5 puntos
		Medios Tradicionales	3 puntos
		No posee	1 punto
	Comercialización y Distribución	Medios Digitales	5 puntos
		Medios Tradicionales	3 puntos
		No posee	1 punto

Nota: Elaboración propia a partir de Buhalis (2000) & MINTUR (2017)

A continuación, se realiza el análisis comparativo entre los resultados obtenidos de las 12 ciudades del Ecuador, con relación a su realidad turística evidenciable en el sitio para el año 2022 (tabla 47).

Tabla 47.

Valorización de la situación turística actual de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.

Lugar	Factor	Valor	Total
Guayaquil	Accesibilidad y Conectividad	15	66
	Estado de Conservación	7	
	Higiene y Seguridad	11	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	12	
	Tipologías de Turismo	11	
	Marketing Turístico	10	
Quito	Accesibilidad y Conectividad	11	89
	Estado de Conservación	11	
	Higiene y Seguridad	14	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	18	
	Tipologías de Turismo	17	
	Marketing Turístico	18	
Cuenca	Accesibilidad y Conectividad	9	85
	Estado de Conservación	13	
	Higiene y Seguridad	14	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	18	
	Tipologías de Turismo	15	
	Marketing Turístico	16	
Machala	Accesibilidad y Conectividad	5	41
	Estado de Conservación	5	
	Higiene y Seguridad	10	

	Políticas y Regulaciones Turísticas	8	
	Tipologías de Turismo	9	
	Marketing Turístico	4	
Manta	Accesibilidad y Conectividad	13	58
	Estado de Conservación	7	
	Higiene y Seguridad	8	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	10	
	Tipologías de Turismo	9	
	Marketing Turístico	11	
Loja	Accesibilidad y Conectividad	9	66
	Estado de Conservación	9	
	Higiene y Seguridad	12	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	16	
	Tipologías de Turismo	9	
	Marketing Turístico	11	
Ambato	Accesibilidad y Conectividad	5	52
	Estado de Conservación	9	
	Higiene y Seguridad	11	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	10	
	Tipologías de Turismo	9	
	Marketing Turístico	8	
Riobamba	Accesibilidad y Conectividad	5	47
	Estado de Conservación	9	

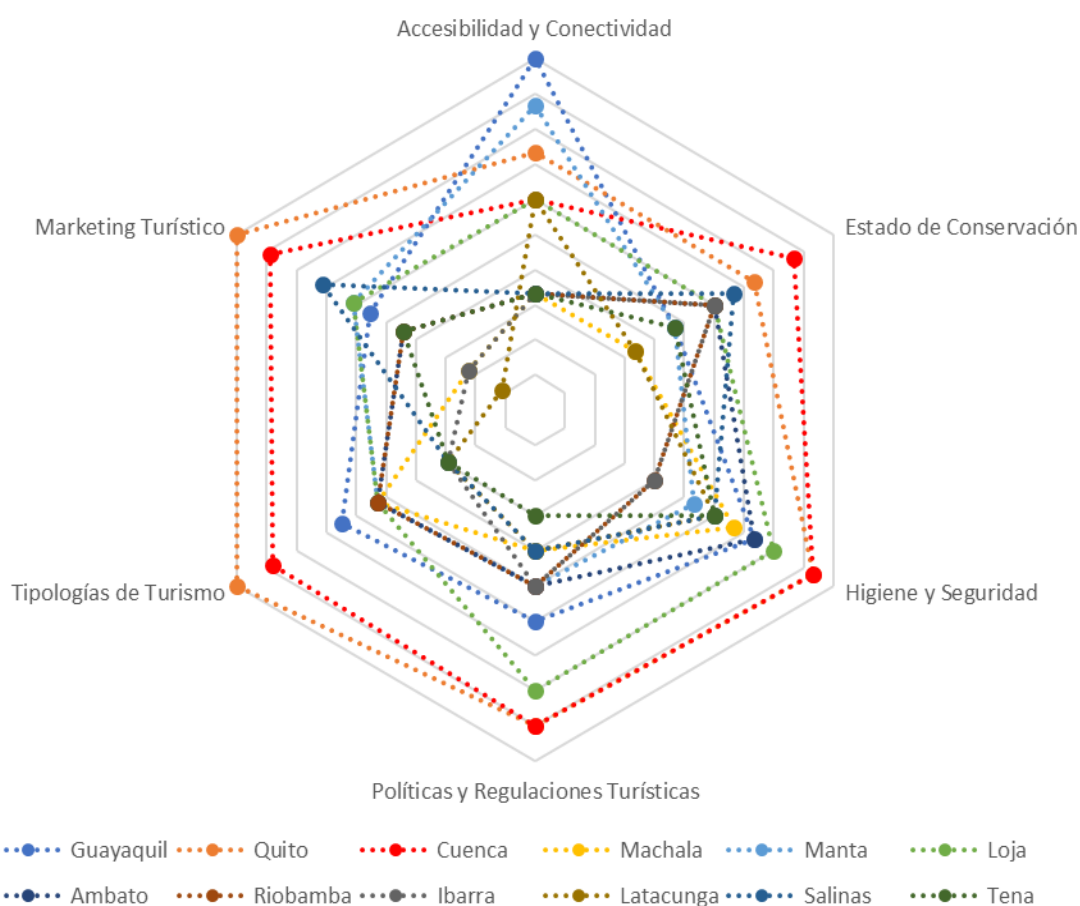
	Higiene y Seguridad	6	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	10	
	Tipologías de Turismo	9	
	Marketing Turístico	8	
Ibarra	Accesibilidad y Conectividad	5	39
	Estado de Conservación	9	
	Higiene y Seguridad	6	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	10	
	Tipologías de Turismo	5	
	Marketing Turístico	4	
Latacunga	Accesibilidad y Conectividad	9	38
	Estado de Conservación	5	
	Higiene y Seguridad	9	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	8	
	Tipologías de Turismo	5	
	Marketing Turístico	2	
Salinas	Accesibilidad y Conectividad	5	47
	Estado de Conservación	10	
	Higiene y Seguridad	9	
	Políticas y Regulaciones Turísticas	8	
	Tipologías de Turismo	5	
	Marketing Turístico	10	
Tena	Accesibilidad y Conectividad	5	40

Estado de Conservación	7
Higiene y Seguridad	9
Políticas y Regulaciones Turísticas	6
Tipologías de Turismo	5
Marketing Turístico	8

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo (2022) & FMTC (2020)

Figura 74.

Entorno turístico actual de las ciudades del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo (2022) & FMTC (2020)

Se puede evidenciar la diferencia entre las ciudades analizadas en el Ecuador, con respecto al denominado “entorno turístico”, el cual tiene una valoración total de 100 puntos, evidenciando de manera clara que las ciudades de: Quito, Cuenca y Guayaquil son las que cuentan con mejor

posicionamiento y desenvolvimiento en lo que respecta a los factores, criterios y variables analizadas en el territorio al 2022.

Es necesario poder normalizar los valores de la tabla 46, para proceder con la clasificación establecida, por ello, se deben homologar cuantitativamente los datos presentados, para lo cual se utilizará la siguiente fórmula estadística:

$$VN = \frac{Xn - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}}$$

En dónde:

- VN = Valor Normalizado
- Xn = Valor de la variable medida
- X_{mín} = Valor mínimo de la categoría
- X_{máx} = Valor máximo de la categoría

Tabla 48.

Tabla normalizada de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.

Ciudad	Valor Normalizado Oferta Turística	Valor Normalizado Demanda Turística	Valor Normalizado Entorno Turístico
Guayaquil	0.61942	0.63388	0.66000
Quito	0.99808	0.99957	0.89000
Cuenca	0.49615	0.72112	0.85000
Machala	0.06904	0.06662	0.41000
Manta	0.13558	0.16450	0.58000
Loja	0.07154	0.21929	0.66000
Ambato	0.10154	0.19502	0.52000
Riobamba	0.08154	0.09290	0.47000
Ibarra	0.06288	0.06078	0.39000
Latacunga	0.04288	0.01119	0.38000
Salinas	0.06788	0.15223	0.47000
Tena	0.05558	0.04042	0.40000

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo (2022) & FMTC (2020)

Luego de establecer los valores normalizados, se debe aplicar la fórmula establecida para la clasificación de los lugares:

$$Cc = (OT * 40\%) + (DT * 30\%) + (ET * 30\%)$$

En dónde:

- Cc = Clasificación de Ciudades
- OT = Oferta Turística del Lugar
- DT = Demanda Turística del Lugar
- ET = Entorno Turístico del Lugar

Tabla 49.

Clasificación de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.

Nombre de la Ciudad	Valor normalizado OT	Valor normalizado DT	Valor Normalizado ET	Total Ciudad	Tipo de Ciudad
Guayaquil	0.61942	0.62496	0.66000	▲ 0.63326	Ciudades Consolidadas
Quito	0.99808	0.99957	0.89000	▲ 0.96610	Ciudades Consolidadas
Cuenca	0.49615	0.72112	0.85000	▲ 0.66980	Ciudades Consolidadas
Machala	0.06904	0.06662	0.41000	▼ 0.17060	Ciudades en Exploración
Manta	0.13558	0.16450	0.58000	■ 0.27758	Ciudades Emergentes
Loja	0.07154	0.21929	0.66000	■ 0.29240	Ciudades Emergentes
Ambato	0.10154	0.19502	0.52000	■ 0.25512	Ciudades Emergentes
Riobamba	0.08154	0.09290	0.47000	▼ 0.20149	Ciudades en Exploración
Ibarra	0.06288	0.06078	0.39000	▼ 0.16039	Ciudades en Exploración
Latacunga	0.04288	0.01119	0.38000	▼ 0.13451	Ciudades en Exploración
Salinas	0.06788	0.15223	0.47000	▼ 0.21382	Ciudades en Exploración
Tena	0.05558	0.04042	0.40000	▼ 0.15436	Ciudades en Exploración

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo (2022) & FMTC (2020)

A continuación, se explica cada una de las categorías asignadas a las ciudades en el Ecuador:

- **Destinos Turísticos Urbanos Consolidados:** Son aquellos núcleos urbanos que cuentan con un importante número de atractivos turísticos de alta jerarquía y una amplia diversidad de prestadores de servicios, así como flujos de visitación, nacionales y/o extranjeros, constantes y resultan ser los preferidos por los viajeros, y son considerados

por el Ministerio de Turismo como sitios con mayor prioridad para su desarrollo turístico.

- **Destinos Turísticos Urbanos Emergentes:** Corresponde a los núcleos urbanos que cuentan con una cantidad considerable de atractivos turísticos, de importancia media, se evidencia la presencia de prestadores de servicios turísticos, pero poca diversificación dentro de sus tipologías. Los flujos turísticos son mayoritariamente nacionales y son considerados por el Ministerio de Turismo como sitios con mediana prioridad para su desarrollo turístico.
- **Destinos Turísticos Urbanos en Exploración:** Abarca a los núcleos urbanos que cuentan con una cantidad limitada de atractivos turísticos, de importancia baja principalmente. Presenta dentro de su territorio a los prestadores de servicios turísticos básicos (alojamiento y restauración) sin una diversidad palpable y sus flujos turísticos son normalmente locales; son vistos por parte del Ministerio de Turismo como lugares con baja prioridad para su desarrollo turístico.

Una vez finalizada la categorización de las ciudades turísticas del Ecuador, y tomando en consideración el abordaje investigativo desarrollado en el país con respecto al turismo urbano, se procede a relacionar el término de vocación turística del territorio con la taxonomía generada, para saber para qué nos serviría a nosotros como profesionales del turismo la aplicación de la metodología.

Tabla 50.

Propuesta de jerarquización de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.

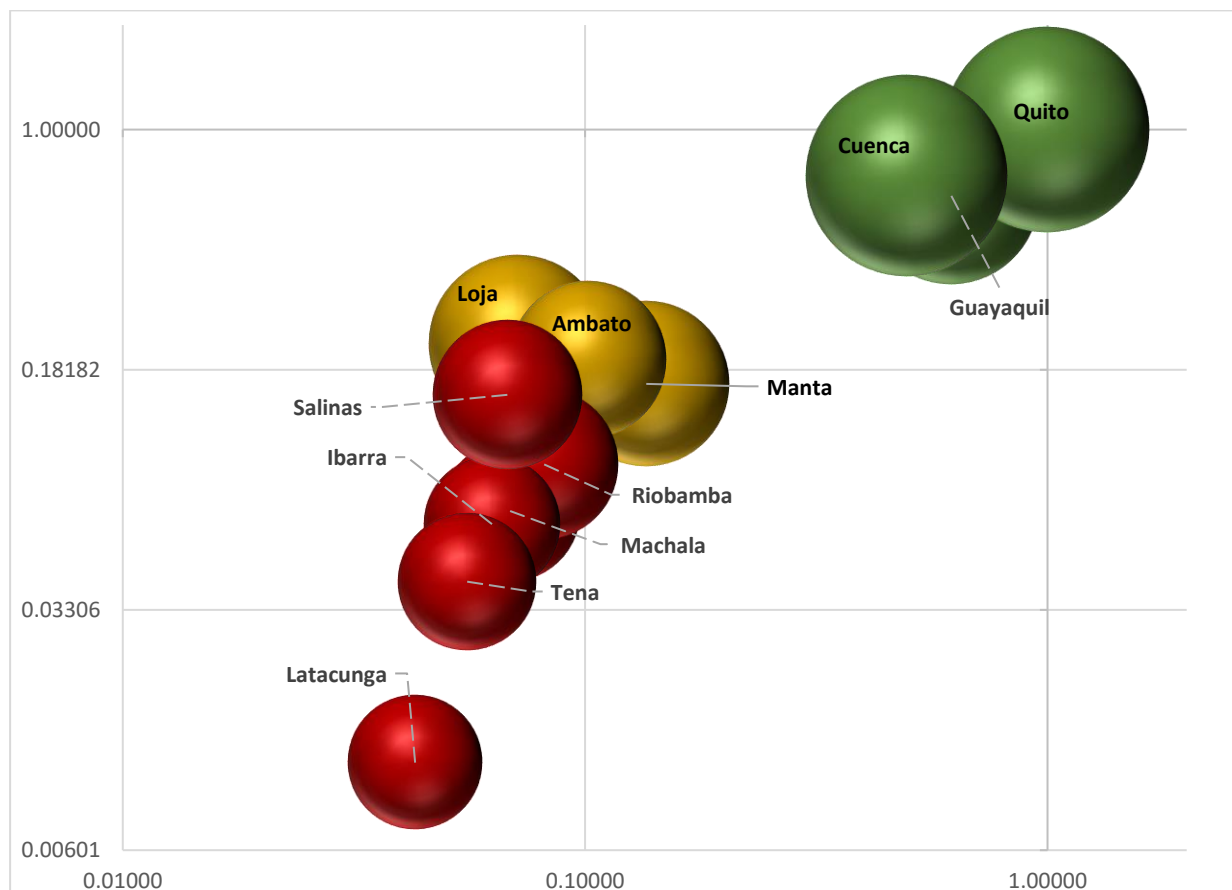
Tipología	Ciudades del Ecuador	Abordaje y aplicación de la vocación turística
Destino Turístico Urbano Consolidado	Quito (0.97)	Sirve para identificar nuevos espacios urbanos en las ciudades para poder desconcentrar la actividad turística y los flujos de visitación para evitar la saturación del destino de una forma adecuada y técnica, tomando en cuenta a los componentes del sistema turístico del lugar, evitando la saturación de los sitios y sus efectos negativos (desconcentrar) .
	Cuenca (0.67)	
	Guayaquil (0.63)	

Destino Turístico Urbano Emergente	Loja (0.29)	Permite identificar las tipologías de turismo que se podrían desarrollar en el lugar, acoplando las propuestas de diseño de productos turísticos y/o experiencias con base en la oferta y demanda turística que tiene el lugar (orientar) .
	Manta (0.28)	
	Ambato (0.26)	
Destino Turístico Urbano en Exploración	Salinas (0.21)	Permite identificar, con claridad si es que los lugares urbanos tienen o no una oportunidad real para poder desarrollar actividad turística y dinamizar la actividad económica de la localidad, evitando el despilfarro de recursos económicos, esfuerzos de los involucrados y sobre todo el discurso político sobre los beneficios reales de la actividad (determinar) .
	Riobamba (0.20)	
	Machala (0.17)	
	Ibarra (0.16)	
	Tena (0.15)	
	Latacunga (0.13)	

Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo (2022) & FMTC (2020)

Figura 75.

Mapa de posicionamiento de los destinos turísticos urbanos del Ecuador.



Nota: Elaboración propia a partir de MINTUR (2022), QuitoTurismo (2022) & FMTC (2020)

Como se puede evidenciar en la tabla 50, se propone el abordaje técnico de la vocación turística del territorio para cada una de las ciudades analizadas, estableciendo un verbo que refleja de mejor manera su ámbito de actuación. En primer lugar, se coloca el verbo **desconcentrar** para los destinos turísticos urbanos consolidados, ya que al tratarse de lugares que cuentan con elementos sólidos del sistema turístico local permitiría comenzar a diversificar la oferta de actividades, productos y servicios turísticos que el lugar ofrece a sus visitantes con base en lo que posee el territorio, los requerimientos específicos de la demanda y las nuevas tendencias de mercado de una forma eficaz y eficiente.

En lo que respecta a los destinos turísticos urbanos emergentes, al tratarse de ciudades que cuentan con un sistema turístico adecuado, no ha alcanzado su máxima prospección dentro del ámbito turístico, por lo que se ha colocado el verbo **orientar**, ya que con los elementos de la oferta y demanda turística real presentes en el sitio se deben reajustar y/o cambiar la oferta del territorio para que se asegure que las acciones realizadas por parte de los involucrados en el sector no sean infructuosas, maximizando los beneficios reales percibidos por los involucrados, tanto públicos, privados y comunitarios.

Finalmente, para el caso de los destinos turísticos urbanos en exploración, lamentablemente, son aquellas ciudades que cuentan con atractivos turísticos básicos, flujos turísticos muy variables y mayoritariamente locales, por lo que se ha colocado el verbo **determinar**, ya que con el análisis de la vocación turística del territorio en estos lugares se puede evitar el despilfarrar el presupuesto nacional en acciones que no llevarán hacia ningún lado, turísticamente hablando, y sobre todo permitirá eliminar el uso indiscriminado de los políticos, del “turismo” como si fuese la panacea que colaborará con el mejoramiento continuo de cada territorio, cambiando al abordaje del turismo desde una propuesta política a una realidad técnica.

BLOQUE IV.- APROXIMACIÓN EMPÍRICA Y PROPOSITIVA

CAPÍTULO VII.- DETERMINANTES DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA EN DESTINOS URBANOS EN LA PERSPECTIVA DE LOS EXPERTOS Y GESTORES TURÍSTICOS ECUATORIANOS.

En el siguiente capítulo se establece de manera desglosada la metodología de investigación aplicada en el presente proyecto, así como las técnicas de investigación escogidas con base en las características metodológicas de mismo, las cuales permitirán generar la metodología para la valoración de la vocación turística del territorio en los diversos destinos turísticos urbanos del Ecuador.

Para la presente investigación se ha tomado en consideración una tipología mixta, que integre la exploración cualitativa y cuantitativa y que permita abordar desde diversas aristas la construcción de la metodología valorativa de vocación turística del territorio, tomando en consideración a los gestores públicos y expertos del sector público nacional, generando una armonización de los lineamientos planteados por los involucrados dentro de los procesos de planificación turística.

Como parte de las técnicas de investigación establecidas para la investigación cuantitativa se ha establecido como técnica al Método Delphi, el cuál contará con la participación de expertos profesionales y académicos nacionales referentes de la actividad turística e investigación territorial relacionada con la actividad de turismo en el Ecuador. Mientras que para la investigación cualitativa se utilizarán a las entrevistas semiestructuradas dirigidas a los gestores públicos de los gobiernos autónomos descentralizados del país y las organizaciones de gestión de destino de las ciudades analizadas en el capítulo anterior.

El tratamiento de la información se realizó a través de la utilización de softwares especializados en análisis cualitativo y cuantitativo, los cuales permitieron establecer herramientas de análisis importante que integran las principales aportaciones de los involucrados para la posterior construcción de la metodología.

7.1. Enfoques y técnicas de investigación.

En el presente proyecto de investigación se ha planteado el trabajar con un enfoque metodológico mixto, la cual está compuesta por un componente cuantitativo y otro cualitativo; Ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual. En términos generales, estos métodos utilizan cinco estrategias similares y relacionadas entre sí (Hernández et al., 2014):

1. Llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos.
2. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
3. Demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
4. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.
5. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas o incluso para generar otras.

Se ha optado por tomar estos dos enfoques para enriquecer el abordaje de la investigación, tomando en consideración varias perspectivas, principalmente de los relacionados de forma directa con los procesos de gestión, desarrollo y planificación del turismo en espacios urbanos en el país.

Dentro de las variables que se pretenden analizar dentro del proceso investigativo se encuentran las siguientes:

- ❖ Territorio: Analizando los componentes correspondientes que interrelacionen los elementos territoriales y su impacto con la actividad turística.
- ❖ Gestión Pública del Turismo: Estableciendo los elementos correspondientes a la influencia que presenta el sector público encargado del desarrollo de la actividad turística a nivel nacional y territorial.
- ❖ Vocación Turística: Identificando el nivel de comprensión del término por parte de los expertos y gestores públicos de la actividad turística en el país, así como su asociatividad práctica.

- ❖ Sistema Turístico: Evaluando los principales componentes, criterios y herramientas que se deben tomar en consideración para la medición y/o determinación de la vocación turística en un territorio determinado por parte de los involucrados en la investigación.

La aportación de los dos enfoques fundamentó el fortalecimiento de las preguntas de investigación del presente trabajo, así como para la elaboración y el planteamiento de la metodología de valoración de la vocación turística de los destinos urbanos. Cabe destacar que cada uno de los enfoques tiene un abordaje metodológico diferente, y para orientar el trabajo realizado se han escogido dos técnicas de investigación, una por cada enfoque: el método Delphi y las entrevistas semiestructuradas.

7.1.1. Método Delphi

Como parte del enfoque cuantitativo se ha optado por la técnica de investigación conocida como método Delphi, el cual se ha aplicado en diversas áreas de la investigación científica, lo que avala su vigencia social y metodológica. De acuerdo con López-Gómez (2018) indica que dicho método empezó a utilizarse a partir de 1950, a pesar de que las aportaciones fueron publicadas a posteriori, siendo el primer trabajo el de Dalkey & Helmer en 1963. Dicho método se fundamenta en la filosofía griega en la cual se buscaban respuestas sobre cuestiones inquietantes a los sabios o aquellos que tenían conexión con las deidades.

El proceso sistémico del método aplicado al presente trabajo de investigación se estructura de la siguiente manera:

1. Fase de Preparación:
 - a. Selección de expertos,
 - b. Preparación del instrumento,
 - c. Decisión de la vía de consulta.
2. Fase de Consulta:
 - a. Realización de rondas de consulta,
 - b. Procesamiento estadístico sucesivo,
 - c. Retroalimentación.
3. Fase de Consenso:
 - a. Construcción del consenso,
 - b. Reporte de resultados.

El método Delphi permite estructurar un proceso comunicativo de diversos expertos organizados en grupo-panel con vistas a aportar luz en torno a un problema de investigación. Su desarrollo tiene que garantizar el anonimato, establecer un proceso iterativo a través del *feedback* y se orienta hacia una medida estadística de la respuesta de grupo. La revisión llevada a cabo evidencia los parámetros metodológicos fundamentales a considerar, que se desarrollan en lo que sigue, a saber:

- a) **Selección y conformación del panel de expertos:** Para la presente investigación se tomó en cuenta a los académicos e investigadores de las diferentes instituciones de educación superior del país, los cuales se encuentran relacionados de forma directa con las áreas de gestión turística, desarrollo y planificación turísticos.
- b) **Número de expertos:** En lo que respecta al número de expertos, luego de realizar los acercamientos respectivos a las instituciones educativas, se obtuvo la apertura de 25 docentes investigadores, que pertenecen a 12 universidades a lo largo del Ecuador, cuya participación en el proceso fue proactiva en cada una de las etapas correspondientes.
- c) **Calidad del panel:** Dalkey & Helmer, (1963) indican que es necesario identificar el nivel de competencia que presenta cada experto que va a participar en el proceso, para lo cual recomienda que en el acercamiento consensuado se pueda establecer dos elementos clave conocidos como el coeficiente de conocimiento y el coeficiente de argumentación, los cuales permiten solventar la solvencia en la aportación de los involucrados. Dichos autores establecen la siguiente fórmula:

$$K = \frac{Kc + Ka}{2}$$

Dónde:

k = Coeficiente de Competencia

kc = Coeficiente de Conocimiento

ka = Coeficiente de Argumentación

El coeficiente de conocimiento sobre la temática planteada se valora en función al valor de escala escogido por el experto; una vez escogido el nivel de comprensión

por parte del experto a partir de la siguiente escala de Likert: Alto (1), Medio Alto (0.75), Medio (0.5), Medio Bajo (0.25) y Bajo (0).

En lo que respecta al coeficiente de argumentación que es el resultado de la autoevaluación del experto en cuanto al nivel de formación profesional o experiencia en el campo laboral; dicha valoración se representa en la siguiente escala de Likert: Alto (1), Medio Alto (0.75), Medio (0.5), Medio Bajo (0.25) y Bajo (0).

Cada uno de los coeficientes antes citados, requiere de la utilización de una tabulación de datos específica, que permita monitorizar e identificar cuáles son los niveles de cualificación y calificación profesional que cada uno de los expertos expone dentro de la metodología de investigación.

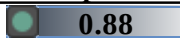
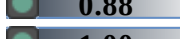
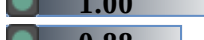
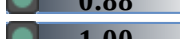
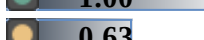
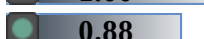
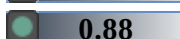
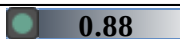
De acuerdo con Hernández & Robaina, (2017) el coeficiente de competencia (k) se clasifica de la siguiente manera:

- Sí k se encuentra entre el rango comprendido desde 0.80 a 1.00 corresponde a un componente alto;
- Sí k se encuentra entre el rango comprendido desde 0.50 a 0.79 corresponde a un componente medio; y
- Sí k se el valor resultante es inferior a 0.50 corresponde a un componente bajo.

Tabla 51.

Coeficiente de competencia de los expertos.

Nº	Código de Identificación	Coeficiente de Conocimiento	Coeficiente de Argumentación	Coeficiente de Competencia	Valoración
1	57gtey7	1	1	 1.00	Alto
2	7ehdt65	0.75	0.5	 0.63	Medio
3	8ueg15e	1	0.75	 0.88	Alto
4	9ed12sy	1	0.5	 0.75	Alto
5	3dr1as8	1	1	 1.00	Alto
6	1sr52e	0.5	0.5	 0.50	Medio
7	45st6e7	1	1	 1.00	Alto
8	65tgs7p	0.75	1	 0.88	Alto
9	5opet15	0.75	1	 0.88	Alto
10	175rfs1	1	1	 1.00	Alto

Nº	Código de Identificación	Coefficiente de Conocimiento	Coefficiente de Argumentación	Coefficiente de Competencia	Valoración
11	4ds125e	1	0.75	 0.88	Alto
12	3ry9e4s	1	1	 1.00	Alto
13	78rus6e	1	1	 1.00	Alto
14	6ey4e1s	1	0.5	 0.75	Alto
15	64ds15r	1	1	 1.00	Alto
16	52est6s	1	1	 1.00	Alto
17	9srd4er	0.75	0.5	 0.63	Medio
18	2m5n8a7	0.75	1	 0.88	Alto
19	9ow1s5r	1	1	 1.00	Alto
20	3es5yeh	1	0.75	 0.88	Alto
21	8d1iepl	1	1	 1.00	Alto
22	7f1mk9h	0.75	0.5	 0.63	Medio
23	4j2f6ty	1	1	 1.00	Alto
24	6mn8fd4	0.75	1	 0.88	Alto
25	5k6r9pb	1	0.75	 0.88	Alto
Promedio Nivel de Competencia de los Expertos				 0.88	Alto

Nota: Elaboración propia

Como se puede evidenciar para el desarrollo de la presente investigación se cuenta con expertos avalados dentro de las áreas de: gestión pública del turismo, planificación y desarrollo turísticos. Como se puede observar el nivel de conocimiento promedio de los expertos corresponde a 0,76 que en función de lo que indican los autores se encuentra en la categoría de competencia media (Sí $0,5 > K < 0,8$ = Nivel de Competencia Medio).

Para la validación de los datos otorgados por los expertos se acudió a medios públicos que permiten corroborar dicha información, tal es el caso de los títulos profesionales, para lo cual se acudió a la página oficial gubernamental de registro de títulos profesionales a nivel nacional (SENESCYT) y para la fundamentación de la experiencia y/o conocimiento de los expertos sobre la temática general, se utilizó los medidores de investigación nacional (RNI-SENESCYT), así como también los proyectos de vinculación social llevadas a cabo por cada una de las instituciones de educación superior y/o grupos de investigación institucional.

Cabe recalcar que se utilizó una codificación para la identificación de los expertos respetando los principios de confidencialidad establecidas en la carta de consentimiento informado (Ver Anexo 1).

a) Proceso iterativo en rondas: Para ello se establece una serie de cuestionarios sucesivos que permitan identificar las principales características y diversos abordajes de la temática de investigación planteada, para efectos del trabajo se elaboraron 3 rondas de cuestionarios las cuales se establecieron de la siguiente manera:

1. Un primer cuestionario se elaboró en formato libre, es decir preguntas de desarrollo que permitían a los expertos explayarse sobre una temática general y de ahí estructurar un cuestionario direccionado y específico. Dicho cuestionario constó de 13 preguntas de desarrollo (Véase Anexo 2).
2. Una vez obtenidas las respuestas de los expertos se procedió a elaborar el cuestionario específico a ser aplicado a los mismos, el cual está dividido en 3 secciones, con un total de 59 preguntas, las cuales están establecidas para ser escogidas con base al nivel de acuerdo y/o discrepancia de los expertos en función a una escala de Likert de 5 niveles (Véase Anexo 3).
3. Debido a la existencia de una discrepancia importante en la sección del cuestionario orientada a los elementos que se deben tomar en consideración para la elaboración de la metodología, se realizó una tercera ronda de aplicación de cuestionarios para identificar si dicha discrepancia seguía presente y lograr corroborar los datos ofrecidos por los expertos.

El tiempo de aplicación total de la metodología Delphi para el presente estudio abarca desde mayo hasta agosto del 2022, entre el acercamiento a los expertos y la obtención final de los cuestionarios.

b) Criterios por considerar para la finalización del proceso: consenso y estabilidad: Los criterios para finalizar el Delphi se fundamentan en el consenso y la estabilidad de las respuestas generadas por el panel de expertos; por lo que, el consenso responde al grado de convergencia de las estimaciones individuales con un mínimo del 80% entre las respuestas brindadas y en lo que respecta a la estabilidad corresponde a la no variabilidad significativa de las opiniones de los expertos entre las rondas sucesivas (López-Gómez, 2018).

7.1.2. Entrevistas semiestructuradas

La entrevista es una de las técnicas cualitativas más utilizadas en la investigación sociológica y, particularmente en los últimos tiempos, ha cobrado una gran importancia en ámbitos como las ciencias sociales. La entrevista cualitativa genera una oportunidad para comprender los puntos de vista de los participantes en la investigación acerca de sus mundos tal y como son descritos en sus propias palabras. Habitualmente la entrevista es un proceso dialógico entre dos personas, un entrevistado y un entrevistador. Persigue unos objetivos concretos, que se pueden resumir en el deseo del entrevistador de obtener información del entrevistado, y una estructura que puede reducirse en algunos casos a expresiones mínimas, pero que nunca está del todo ausente (Miles et al., 2014).

La entrevista semiestructurada recolecta datos de los entrevistados a través de un conjunto de preguntas abiertas (Véase Anexo 4). Para saturar los datos, es decir, para recolectar información suficiente para entender el área de interés, este tipo de entrevista requiere una muestra representativa de participantes, que de acuerdo con los autores Miles et al., (2014) debería contar con un mínimo de 30 participantes.

Para la presente investigación se logró tener la apertura de 38 representantes del sector público encargados de la regulación, control y fortalecimiento de las actividades turísticas del país.

Tabla 52.

Representantes de las organizaciones públicas relacionadas con el turismo en el Ecuador.

Tipo de institución	Nombre de la institución	Cargo
Ministerio de Turismo del Ecuador	Ministerio de Turismo Matriz Quito	Director de Planificación Turística Nacional
		Especialista Desarrollo Turístico Nacional
		Analista Senior de Planificación
		Director Zonal

Organización de Gestión de Destinos	Dirección Zonal de Turismo 1, sede Ibarra	Especialista en Desarrollo Turístico Zonal Técnico en Planificación Turística
	Dirección Zonal de Turismo 6, Sede Cuenca	Director Zonal Especialista en Desarrollo Turístico Zonal Técnico en Planificación Turística
	Dirección Zonal de Turismo 8, Sede Guayaquil	Director Zonal Especialista en Desarrollo Turístico Zonal Técnico en Planificación Turística
	Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo	Gerente General
		Director de Planificación
		Analista de Planificación
	Fundación Municipal de Turismo para Cuenca	Técnico de Planificación Turística
		Directora Ejecutiva
		Analista de Planificación
	Empresa Pública Municipal de Turismo de Guayaquil	Jefe de Planificación y Proyectos
		Gerente General
		Supervisor de Proyectos Turísticos y Calidad
Gobiernos Autónomos Descentralizados	GAD Municipal de Loja	Especialista en Desarrollo y Promoción Turística
		Director de Turismo
	Gad Municipal de Ambato	Técnico en Turismo
		Director de Turismo y Cultura
		Analista en Turismo y Cultura
		Director de Turismo

GAD Municipal de Manta	Analista en Turismo
Gad Municipal de Machala	Director de Turismo
	Analista en Turismo
GAD Municipal de Salinas	Director de Turismo
	Analista en Turismo
Gad Municipal de Latacunga	Director de Turismo
GAD Municipal del Tena	Director de Turismo
GAD Municipal de Ibarra	Director de Cultura y Turismo
	Técnico de Cultura y Turismo
GAD Municipal de Riobamba	Director de Gestión Turística
	Técnico en Desarrollo Turístico

Nota: Elaboración propia

Para el desarrollo de las entrevistas semiestructuradas se tomó en consideración a los representantes públicos de las ciudades categorizadas y jerarquizadas del capítulo anterior (Véase tabla 50 e ilustración 76). Cada una de ellas presenta una dinámica diversa y un modelo de gestión turística particular, por lo que se realizó la división interna de los representantes del sector público en tres subgrupos, los cuales permitirán facilitar el análisis de los resultados obtenidos por cada uno de ellos.

El periodo de levantamiento de información se realizó entre los meses de mayo a septiembre del año 2022 y se llevó a cabo en modalidad híbrida dependiendo de la facilidad del entrevistado: algunas de ellas fueron desarrolladas de manera presencial y otras vía videoconferencia. Al igual que en la técnica anterior se respeta el principio de confidencialidad solicitada por los y las participantes.

7.2. Análisis de resultados.

Este apartado se divide con base en las técnicas de investigación utilizadas y explicadas en los párrafos anteriores para su mejor entendimiento y aportación obtenida luego de su respectiva aplicación. Al tratarse de dos técnicas específicas que responden a enfoques determinados, se utilizó diferentes abordajes para el tratamiento de la información y de los resultados obtenidos. Por una parte, se utilizó el software SPSS en la versión 29 y Excel para el análisis del Método Delphi, mientras que para el caso de las entrevistas semiestructuradas se utilizó el software ATLAS.ti en la versión 22.

7.2.1. La perspectiva de los expertos académicos (método Delphi).

Para la elaboración del instrumento a ser aplicado se requiere de una validación de este; por lo que luego de establecer la estructura del cuestionario, resultante de la primera ronda de acercamiento con los expertos, para lo cual se contó con la participación de 12 de los 25 expertos citados en la tabla 52. Para la elaboración de este se aplicó un formulario de validación del instrumento (Véase Anexo 5), en el cual se analizan principalmente los aspectos relacionados con pertinencia, coherencia, congruencia, suficiencia, objetividad, consistencia, organización, claridad y significatividad.

El periodo de validación se llevó a cabo la primera quincena del mes de mayo del 2022. El instrumento referido categorizó a las interrogantes de la siguiente manera:

- a. **Deficiente (D):** Sí menos del 30% de los ítems consultados cumplen con el indicador, al cual le corresponde el valor 1.
- b. **Regular (R):** Sí entre el 31% al 70% de los ítems consultados cumplen con el indicador, al cual le corresponde el valor 2.
- c. **Adecuado (A):** Sí más del 70% de los ítems consultados cumplen con el indicador, al cual le corresponde el valor 3.

Con los resultados obtenidos por cada experto participante, se determinó la aplicación de la siguiente fórmula:

$$Cv = \frac{\Sigma D + \Sigma R + \Sigma A}{27}$$

Dónde:

C_v = Coeficiente de validez

ΣD = Sumatoria de los criterios de los ítems deficientes consultados

ΣR = Sumatoria de los criterios de los ítems regulares consultados

ΣA = Sumatoria de los criterios de los ítems adecuados consultados

De acuerdo con López-Gómez (2018), para evaluar el coeficiente de validez se fundamenta en la siguiente categorización:

- Sí el valor resultante se encuentra en el rango comprendido entre 0.00 hasta 0.20 corresponde a una validez nula;
- Sí el valor resultante se encuentra en el rango comprendido entre 0.21 hasta 0.40 corresponde a una validez baja;
- Sí el valor resultante se encuentra en el rango comprendido entre 0.41 hasta 0.60 corresponde a una validez adecuada;
- Sí el valor resultante se encuentra en el rango comprendido entre 0.61 a 0.80 corresponde a una validez alta; y
- Sí el valor resultante se encuentra en el rango comprendido entre 0.81 a 1.00 corresponde a una validez eficiente.

Una vez procesados los datos correspondientes se obtuvo la siguiente tabla:

Tabla 53.

Resultado de la validación del instrumento de investigación por parte de los expertos.

Experto	Resultados				Resultado
	D	R	A	C_v	
Experto 1	0	0	27	1.00	Eficiente
Experto 2	0	0	27	1.00	Eficiente
Experto 3	0	18	0	0.67	Alta
Experto 4	0	0	27	1.00	Eficiente
Experto 5	0	0	27	1.00	Eficiente
Experto 6	0	10	9	0.70	Alta
Experto 7	0	2	24	0.96	Eficiente

Experto 8	0	0	27	1.00	Eficiente
Experto 9	0	0	27	1.00	Eficiente
Experto 10	0	2	24	0.96	Eficiente
Experto 11	0	4	21	0.93	Eficiente
Experto 12	0	0	27	1.00	Eficiente
Promedio de Validez				0.94	Eficiente

Nota: Elaboración propia

Cómo se puede observar en la tabla 53, el coeficiente de validez promedio de los 12 expertos que colaboraron con el análisis del instrumento (cuestionario) a ser aplicado es del 0.94 lo que corresponde a un nivel eficiente, solventando así el poder aplicar el mismo dentro del proceso correspondiente a la fase de consulta.

Adicionalmente para corroborar la validación estadística del instrumento se realizó un análisis de fiabilidad, fundamentado en el estadístico conocido como el Alpha de Cronbach, para lo cual se utilizó el programa estadístico SPSS en su versión 29, obteniendo el resultado que se muestra en la tabla 54.

Tabla 54.

Estadístico de fiabilidad del instrumento.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Número de elementos
0.938	0.950	9

Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

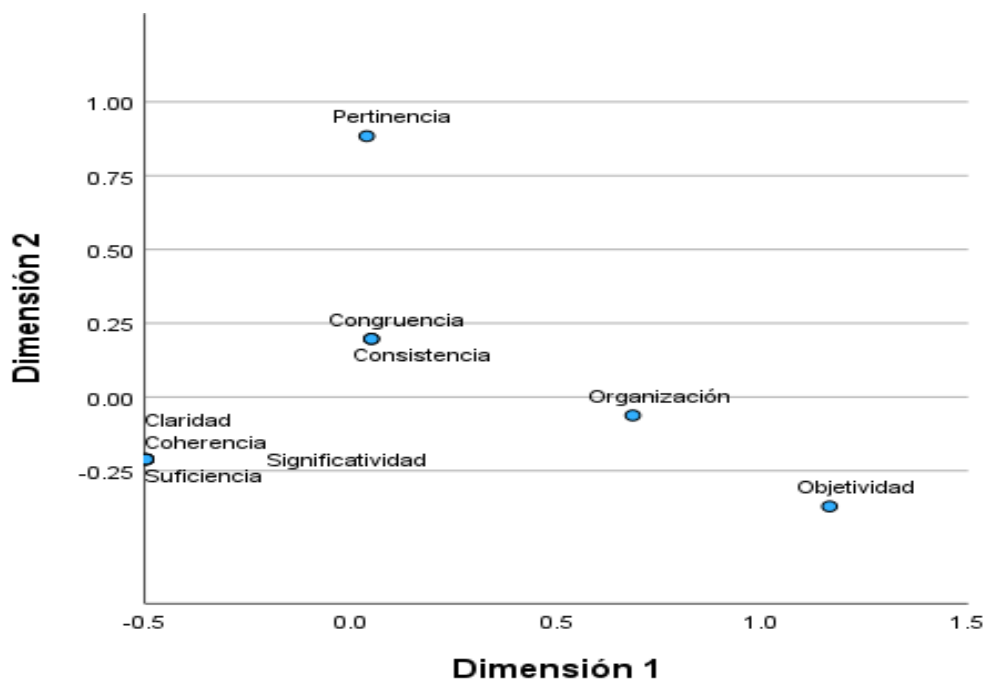
Cómo se puede observar, el resultado del Alpha de Cronbach es de 0.938. De acuerdo con lo establecido por Hernández et al. (2014), mientras más cercano sea el valor a 1, su fiabilidad es mucho mayor, encontrándose en el rango correspondiente a 0.90 a 1 el cual corresponde a una categoría de excelente o muy alta fiabilidad.

Para poder identificar la dispersión y distancias que se puedan presentar entre los elementos analizados, se aplica un escalamiento multidimensional, el cual trata de encontrar la estructura existente en un conjunto de medidas de proximidades entre objetos, recordando que mientras más cercanos se encuentren los puntos analizados uno del otro significa que las variables, elementos y/o criterios analizados se encuentran altamente relacionados entre sí.

Este proceso se logra asignando las observaciones a posiciones específicas en un espacio conceptual de pocas dimensiones, de modo que las distancias entre los puntos en el espacio concuerden al máximo con las similaridades (o disimilaridades) dadas.

Figura 76.

Diagramación del espacio común entre las variables analizadas.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

En este caso, y como se puede observar en la ilustración 76, los criterios de fiabilidad analizadas con base en los criterios establecidos para la validación del instrumento demuestran una distancia mínima entre los mismos, por lo que su relevancia es alta y su representatividad estadística solventa la aplicación del cuestionario a los 25 expertos en total.

Para el análisis y tabulación de los datos generados por los cuestionarios se utilizaron los softwares de SPSS y Excel, tratando así de dar un sentido más adecuado y facilitar la transmisibilidad de la información obtenida.

Cabe recalcar que se hicieron dos rondas de aplicación del cuestionario, debido a que, en la primera, aparecieron algunas disparidades relevantes en ciertas preguntas del instrumento, lo que generó valores estadísticos poco relevantes en cuanto al nivel de concordancia entre los expertos.

En lo que respecta a la primera ronda de aplicación del instrumento, el mismo se llevó a cabo en el mes de julio del año 2022, enviando vía correo electrónico a los 25 expertos el cuestionario para su respectiva cumplimentación.

Adicionalmente a las 59 preguntas que conformaron el cuestionario, se hizo el análisis de 58 de ellas, ya que la última pregunta se utilizó para poder identificar los niveles de importancia porcentual que tomarían ciertos criterios de valoración de la vocación turística del territorio y que serán utilizados en el apartado 7.3.1 del presente capítulo.

De la misma forma, y con base a las respuestas generadas dentro del primer acercamiento establecido con los expertos (véase Anexo 2), el cuestionario resultante se lo dividió en tres secciones que son:

- Turismo y Territorio: esta sección está compuesta por 10 preguntas que relacionan al fenómeno turístico con el territorio en el cual las mismas se desenvuelven;
- Vocación y Gestión Pública del Turismo: en esta sección vamos a encontrar a 15 preguntas que relacionan la incidencia del sector público con el proceso vocacional que pueda presentar un determinado lugar; y
- Metodología de Vocación Turística del Territorio: en la cual se encuentran 33 preguntas que tratan de identificar todos los aspectos determinísticos que deben ser tomados en cuenta a la hora de establecer si un territorio tiene o no vocación para el turismo.

Por lo tanto, se realizará un análisis por cada sección del cuestionario, así como por cada ronda. Incluyendo una tabulación de los datos y el análisis estadístico correspondiente el cuál se compone de:

- La media aritmética, medida de tendencia central que permite identificar el promedio de respuesta escogida por los expertos en cada una de las preguntas;
- La desviación típica, medida de dispersión que permite identificar el comportamiento de los datos recogidos y su proximidad, mientras más cercano su valor a 0 menor dispersión de los datos y mayor nivel de concordancia;
- La varianza, medida de dispersión que permite identificar la variabilidad de los datos con respecto a la media aritmética; y
- El coeficiente de variación de Pearson, estadístico que permite identificar la variabilidad existente entre un grupo de observaciones; mientras más cercano a 0 menor nivel de variabilidad en las respuestas generadas.

7.2.1.1. La perspectiva de los expertos académicos (método Delphi): primera ronda.

A continuación, se realiza el análisis de los resultados obtenidos en la primera ronda de aplicación del instrumento. Iniciando con la sección de Turismo y territorio.

Tabla 55.

Tabulación de datos, grupo "Turismo y Territorio", primera ronda.

Preguntas	Frecuencia Relativa				
	1	2	3	4	5
1. La identidad territorial deben estar presentes y ser evidentes, tanto en su población, tener concordancia con los recursos territoriales y con base en ello generar actividades turísticas potencializadoras.	0%	0%	0%	24%	76%
2. El territorio se encuentra caracterizado por los significados, memorias, actuaciones y/o experiencias otorgadas por sus residentes.	0%	0%	0%	8%	92%

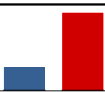
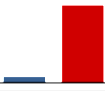
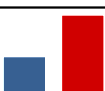
3. El territorio se encuentra caracterizado por los significados, memorias, actuaciones y/o experiencias otorgadas por sus visitantes	0%	0%	0%	0%	100%
4. Las actividades en favor del turismo permiten la aparición de procesos de territorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.	0%	0%	0%	32%	68%
5. La actividad en favor del turismo permite la aparición de procesos de reterritorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.	0%	0%	0%	8%	92%
6. La actividad en favor del turismo permite la aparición de procesos de desterritorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.	0%	0%	0%	0%	100%
7. El turismo puede fortalecer la generación de espacios turísticos con significado, contruidos a partir de la visión de los residentes y los visitantes.	0%	0%	0%	24%	76%
8. El turismo es una actividad que puede configurar y/o reconfigurar la dinámica social y espacial en un territorio.	0%	0%	0%	0%	100%
9. La dinámica económica del turismo evidenciable para el desarrollo de un determinado territorio debe responder a las características con las que cuenta el mismo, así como al grado de apertura de la sociedad para el desarrollo de dichas actividades.	0%	0%	0%	12%	88%
10. El análisis adecuado de las actividades turísticas que se pueden desarrollar en un determinado lugar facilitan el desarrollo sostenible del sitio.	0%	0%	0%	8%	92%

Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

A primera vista se puede inferir que el nivel de concordancia entre los expertos en este grupo de preguntas es bastante aceptable, ya que las opciones escogidas entre los expertos se ubican solamente en los niveles de acuerdo denominados: parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 56.

Análisis estadístico, grupo "Turismo y Territorio", primera ronda.

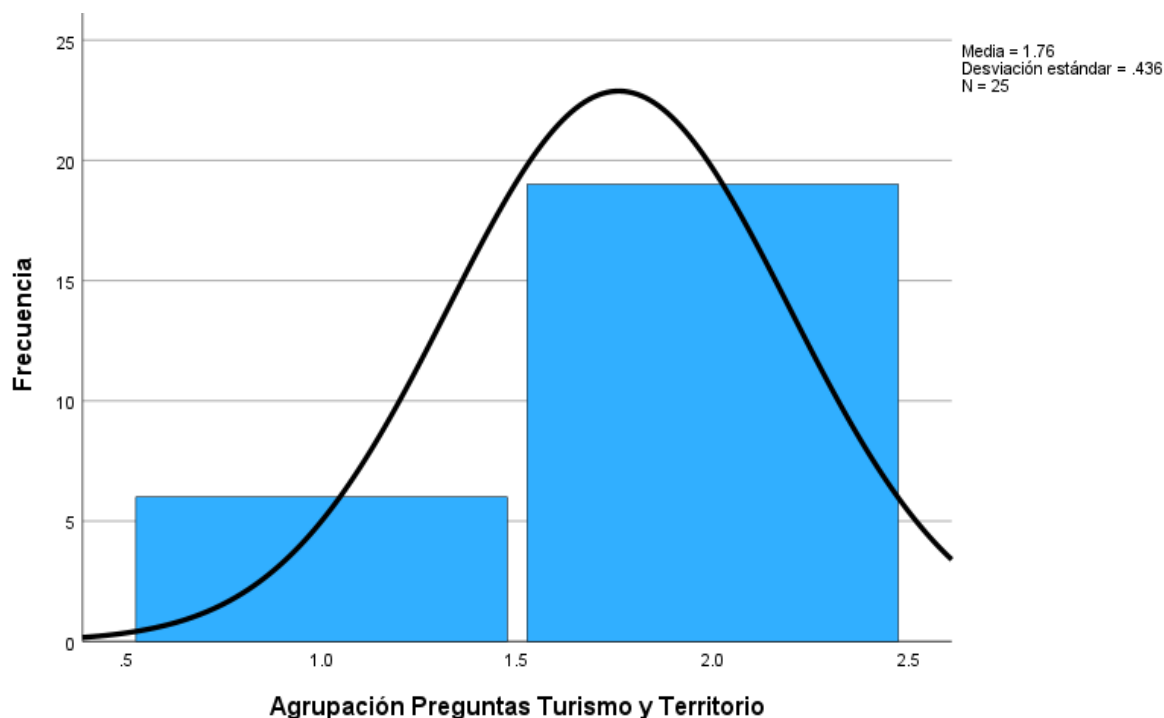
Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 1	4.76	0.436	0.190	 0.092	
Pregunta 2	4.92	0.277	0.077	 0.056	
Pregunta 3	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 4	4.68	0.476	0.277	 0.102	
Pregunta 5	4.92	0.277	0.770	 0.056	
Pregunta 6	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 7	4.76	0.436	0.190	 0.092	
Pregunta 8	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 9	4.88	0.332	0.110	 0.068	
Pregunta 10	4.92	0.277	0.770	 0.056	

Nota: Elaboración propia

En lo que respecta al análisis estadístico del primer grupo del cuestionario se puede inferir con los datos observados que no existe una variación relevante en las respuestas obtenidas en el instrumento que identifiquen una dispersión grande entre la opinión de los expertos, teniendo un coeficiente de variación de Pearson promedio de 0.051, valor que se encuentra cercano a 0 por lo que la variabilidad de los datos en las 10 primeras preguntas no demuestra ser representativa.

Figura 77.

Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de turismo y territorio, primera ronda.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

Finalmente, se generó una reagrupación estadística de las preguntas que conforman el grupo de Turismo y Territorio para poder identificar su comportamiento, pudiendo identificar que su desviación estándar corresponde a 0.436 lo cual demuestra una agrupación mayoritaria de las opciones escogidas por los expertos, situadas en los dos rangos más elevados del cuestionario, relacionados con el nivel de acuerdo más importante del instrumento.

Por otra parte, se encuentra el grupo de preguntas que tratan de analizar la relación existente entre la Vocación Turística y la Gestión Pública del Turismo en un territorio determinado, teniendo en este apartado un total de 15 preguntas direccionadas a identificar el rol del sector público.

Tabla 57.

Tabulación de datos, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", primera ronda.

Preguntas	Acuerdo/Desacuerdo				
	1	2	3	4	5
1. La vocación turística del territorio es una construcción social y el fenómeno turístico es un hecho social.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
2. Para la valoración de una vocación turística que tome en cuenta a todos los actores y gestores de la actividad en un determinado territorio permitirá mejorar las acciones de gobernanza en el sitio.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
3. El generar una función integrativa en el análisis de la vocación turística del territorio, permitirá que todos los involucrados se sientan parte activa del proceso y por ende se genere una responsabilidad compartida en el desarrollo de la actividad turística.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
4. Considera usted, que la toma de decisiones públicas en un territorio debe ser lo más descentralizadas y desconcentradas, tomando en consideración todas las opiniones de los actores clave (directos e indirectos) como válidas.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
5. El papel principal de los gestores públicos del turismo en cuanto a la determinación de la vocación turística será el de guiar, socializar y generar espacios para que la discusión sobre el tema se llegue a dar dentro de su territorio.	0.00%	0.00%	0.00%	12.00%	88.00%
6. Considera usted que el manejo de una metodología de vocación turística del territorio puede coadyuvar con el	0.00%	0.00%	0.00%	24.00%	76.00%

desarrollo de nuevos procesos de planificación turística más competitivos y centrados en el territorio y la sociedad.					
7. El hecho de establecer o determinar la vocación turística de un territorio por parte de todos los actores claves de un lugar permite generar una acción de participación colaborativa que fundamenta un proceso de planificación colaborativa.	0.00%	0.00%	0.00%	24.00%	76.00%
8. Considera usted, que, al contar con una metodología de valoración de la vocación turística del territorio, se puede disminuir el efecto del "discurso político" en un determinado lugar, para la identificación realista de sí se puede o no llevar a cabo dicha actividad en el sitio.	0.00%	0.00%	0.00%	8.00%	92.00%
9. Definir de forma clara la vocación turística de un territorio permitirá el mejoramiento en la definición, estructuración y/o construcción de productos turísticos reales y acordes con el entorno o contexto del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	24.00%	76.00%
10. La determinación de la vocación turística del territorio es una herramienta que se debe utilizar en la fase denominada "Diagnóstico" o "Diagnosis", dentro del proceso de planificación turística.	0.00%	0.00%	0.00%	8.00%	92.00%
11. La vocación turística del territorio debe definirse antes de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.	0.00%	0.00%	8.00%	52.00%	40.00%
12. La vocación turística del territorio debe definirse durante de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.	0.00%	0.00%	56.00%	4.00%	40.00%
13. La vocación turística del territorio debe definirse después de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.	0.00%	0.00%	8.00%	52.00%	40.00%

14. La determinación adecuada de la vocación turística del territorio puede colaborar con el mejoramiento continuo de las reconfiguraciones de la actividad en un lugar determinado.	0.00%	0.00%	0.00%	80.00%	20.00%
15. Considera que el grado necesario de apertura, escucha y participación por parte de los involucrados (directos e indirectos) con el desarrollo de la actividad turística en el territorio debe ser óptimo, propositivo y prospectivo.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

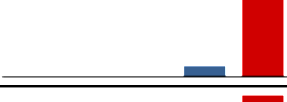
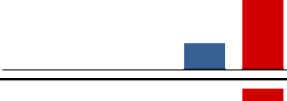
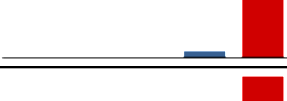
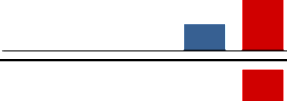
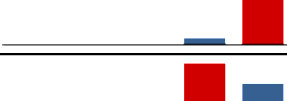
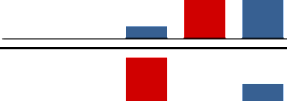
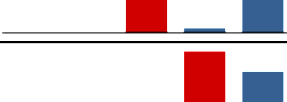
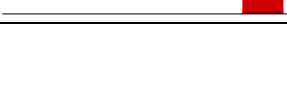
En la tabulación del presente grupo se puede identificar por primera vez la aparición del grado de acuerdo denominado neutral, en las preguntas 11, 12 y 13, lo que genera un nivel de variación entre los expertos que puede colocar en una posición no muy favorable para el análisis estadístico correspondiente.

Se trató de identificar las principales razones por las cuales se presentó dicha discrepancia y se pudo identificar que el momento en el cual identificar dicho factor en un determinado territorio se vuelve inconsciente, debido a que se mantiene aún un problema teórico en el tratar de diferenciar el término de vocación y potencialidad turística de un territorio determinado, ya que los expertos supieron expresar que ellos conocían sobre la vocación territorial y que con base en ello tratan de relacionar dichos preceptos.

Tabla 58.

Análisis estadístico, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", primera ronda.

Preguntas	Análisis Estadístico					Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson		
Pregunta 1	5.00	0.000	0.000	 0.000		

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 2	5.00	0.000	0.000	0.000	
Pregunta 3	5.00	0.000	0.000	0.000	
Pregunta 4	5.00	0.000	0.000	0.000	
Pregunta 5	4.88	0.332	0.110	0.068	
Pregunta 6	4.76	0.436	0.190	0.092	
Pregunta 7	4.76	0.436	0.190	0.092	
Pregunta 8	4.92	0.277	0.770	0.056	
Pregunta 9	4.76	0.436	0.190	0.092	
Pregunta 10	4.92	0.277	0.770	0.056	
Pregunta 11	4.32	0.627	0.393	0.145	
Pregunta 12	3.84	0.987	0.973	0.257	
Pregunta 13	2.32	0.627	0.393	0.270	
Pregunta 14	4.80	0.408	0.167	0.085	
Pregunta 15	5.00	0.000	0.000	0.000	

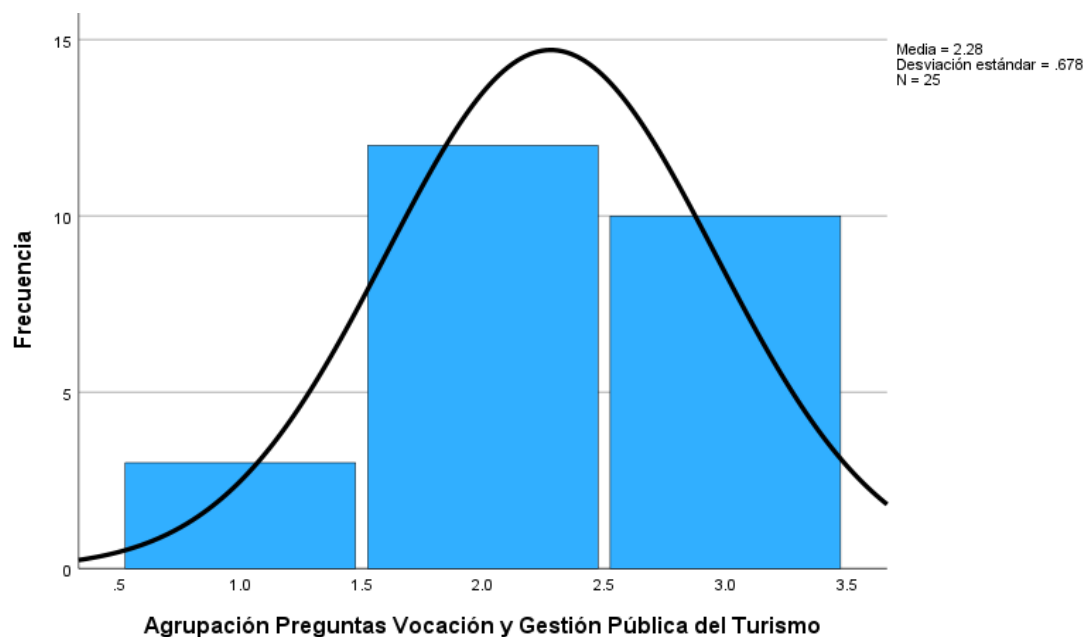
Nota: Elaboración propia

En lo que respecta a los estadísticos correspondientes al grupo se puede identificar que solamente las preguntas 12 (0.257) y la pregunta 13 (0.270) presentan un coeficiente de variación que demuestra una dispersión moderada, lo que permite inferir que se debe

profundizar el abordaje de la misma con los expertos para poder determinar de mejor manera su aportación en dichos cuestionamientos, pero a pesar de ello el coeficiente de variación del grupo es del 0.102, lo cual responde a un nivel de variación mínima.

Figura 78.

Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de vocación turística y gestión pública del turismo, primera ronda.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

Como se puede observar en la ilustración 78 la dispersión es más evidente por la aparición de la categoría denominada “neutral”, lo que genera una dispersión del grupo correspondiente al 0.678, la cual estadísticamente hablando es una dispersión aceptable para dar por aceptado la coincidencia entre las respuestas brindadas por los expertos, pero para efectos de clarificación el investigador considera necesario volver a correr una segunda vez el instrumento y retroalimentar los resultados obtenidos en la primera para evidenciar si se podría dar una disminución en la dispersión actual.

Por último, en esta primera ronda, se encuentra el grupo correspondiente al conjunto de 33 preguntas que tratan de identificar los principales elementos a ser considerados para la determinación de la vocación turística del territorio, a dicho grupo se lo denomina “Metodología Vocación Turística del Territorio”.

Tabla 59.

Tabulación de datos, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", primera ronda.

Preguntas	Acuerdo/Desacuerdo				
	1	2	3	4	5
1. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los recursos territoriales del turismo (recursos y/o atractivos turísticos)	0.00%	0.00%	0.00%	12.00%	88.00%
2. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los prestadores de servicios turísticos (actividades o planta turística) del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
3. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los productos turísticos (reales y/o potenciales) con los que cuenta el lugar.	0.00%	0.00%	32.00%	28.00%	40.00%
4. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los servicios turísticos complementarios del lugar (aquellos que no cuentan con una normativa de regulación específica).	0.00%	0.00%	24.00%	24.00%	52.00%
5. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a las facilidades y equipamientos establecidos para el desarrollo de actividades turísticas del sitio.	0.00%	0.00%	8.00%	16.00%	76.00%
6. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de los flujos turísticos reales del lugar.	0.00%	0.00%	8.00%	20.00%	72.00%

7. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de los flujos turísticos potenciales del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	68.00%	32.00%
8. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de la estadía promedio del lugar.	0.00%	0.00%	28.00%	32.00%	40.00%
9. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el sistema de transporte, hacia y en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	8.00%	92.00%
10. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la red vial del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	8.00%	92.00%
11. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir a los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica) y tratamiento de residuos y aguas en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	36.00%	64.00%
12. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir las telecomunicaciones del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	52.00%	48.00%
13. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir los servicios de salud del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	24.00%	76.00%
14. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la conectividad del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
15. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la señalética del lugar.	0.00%	0.00%	28.00%	28.00%	44.00%

16. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la señalización del lugar.	0.00%	24.00%	24.00%	20.00%	32.00%
17. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la imagen percibida del lugar, por parte de los visitantes.	0.00%	0.00%	0.00%	20.00%	80.00%
18. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la imagen percibida del lugar, por parte de los residentes.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
19. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el derecho al espacio público, por parte de los residentes.	0.00%	0.00%	24.00%	16.00%	60.00%
20. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la publicidad y promoción del lugar.	0.00%	0.00%	44.00%	24.00%	32.00%
21. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la publicidad y promoción digital del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	52.00%	48.00%
22. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de tendencias de mercados actuales a nivel internacional.	0.00%	32.00%	48.00%	16.00%	4.00%
23. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la política turística nacional.	0.00%	0.00%	24.00%	32.00%	44.00%
24. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la política turística territorial del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	32.00%	68.00%

25. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de organismos públicos territoriales relacionados con la actividad turística.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
26. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de mecanismos de fomento a la actividad turística en el lugar.	0.00%	0.00%	4.00%	44.00%	52.00%
27. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la planificación turística del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
28. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de mecanismos de participación ciudadana en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
29. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis del modelo de gestión turística en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
30. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de elementos tecnológicos utilizados por los prestadores de servicios turísticos en el lugar.	0.00%	28.00%	44.00%	28.00%	0.00%
31. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de elementos tecnológicos utilizados por los gestores públicos en el lugar.	0.00%	0.00%	28.00%	72.00%	0.00%
32. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la perspectiva de los residentes	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%

acerca de los impactos del turismo en el lugar.

33. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el grado de apertura hacia el turismo por parte de los residentes en el lugar.

0.00% 0.00% 0.00% 20.00% 80.00%

Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

Este grupo, es el que mayor nivel de dispersión ha presentado, ya que aparece por primera vez la categoría denominada “Parcialmente en Desacuerdo”, principalmente en las preguntas 16, 22 y 30, pero además se puede identificar una variación considerable en las respuestas 3 y 20. Al tratarse de varias preguntas que requieren una segunda revisión con los expertos, ésta sección fundamenta el llevar a cabo una segunda ronda con los mismos, luego de entregarles el *feedback* correspondiente sobre los resultados obtenidos con el instrumento.

En lo que respecta a los estadísticos del grupo, se los puede visualizar en la tabla 60.

Tabla 60.

Análisis estadístico, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", primera ronda.

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 1	<u>4.88</u>	<u>0.332</u>	0.110	🟢 0.068	
Pregunta 2	<u>5.00</u>	<u>0.000</u>	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 3	<u>4.08</u>	<u>0.862</u>	0.743	🟡 0.211	
Pregunta 4	<u>4.28</u>	<u>0.843</u>	0.710	🟢 0.197	
Pregunta 5	<u>4.68</u>	<u>0.627</u>	0.393	🟢 0.134	

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 6	<u>4.64</u>	<u>0.638</u>	0.407	🟢 0.138	
Pregunta 7	<u>4.32</u>	<u>0.476</u>	0.227	🟢 0.110	
Pregunta 8	<u>4.12</u>	<u>0.833</u>	0.693	🟢 0.202	
Pregunta 9	<u>4.92</u>	<u>0.277</u>	0.770	🟢 0.056	
Pregunta 10	<u>4.92</u>	<u>0.277</u>	0.770	🟢 0.056	
Pregunta 11	<u>4.64</u>	<u>0.490</u>	0.240	🟢 0.106	
Pregunta 12	<u>4.48</u>	<u>0.510</u>	0.260	🟢 0.114	
Pregunta 13	<u>4.76</u>	<u>0.436</u>	0.190	🟢 0.092	
Pregunta 14	<u>5.00</u>	<u>0.000</u>	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 15	<u>4.16</u>	<u>0.850</u>	0.723	🟢 0.204	
Pregunta 16	<u>3.60</u>	<u>1.190</u>	1.142	🟡 0.331	
Pregunta 17	<u>4.80</u>	<u>0.408</u>	0.167	🟢 0.085	
Pregunta 18	<u>5.00</u>	<u>0.000</u>	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 19	<u>4.36</u>	<u>0.860</u>	0.740	🟢 0.197	
Pregunta 20	<u>3.88</u>	<u>0.881</u>	0.777	🟡 0.227	
Pregunta 21	<u>4.48</u>	<u>0.510</u>	0.260	🟢 0.114	
Pregunta 22	<u>2.92</u>	<u>0.812</u>	0.660	🟡 0.278	

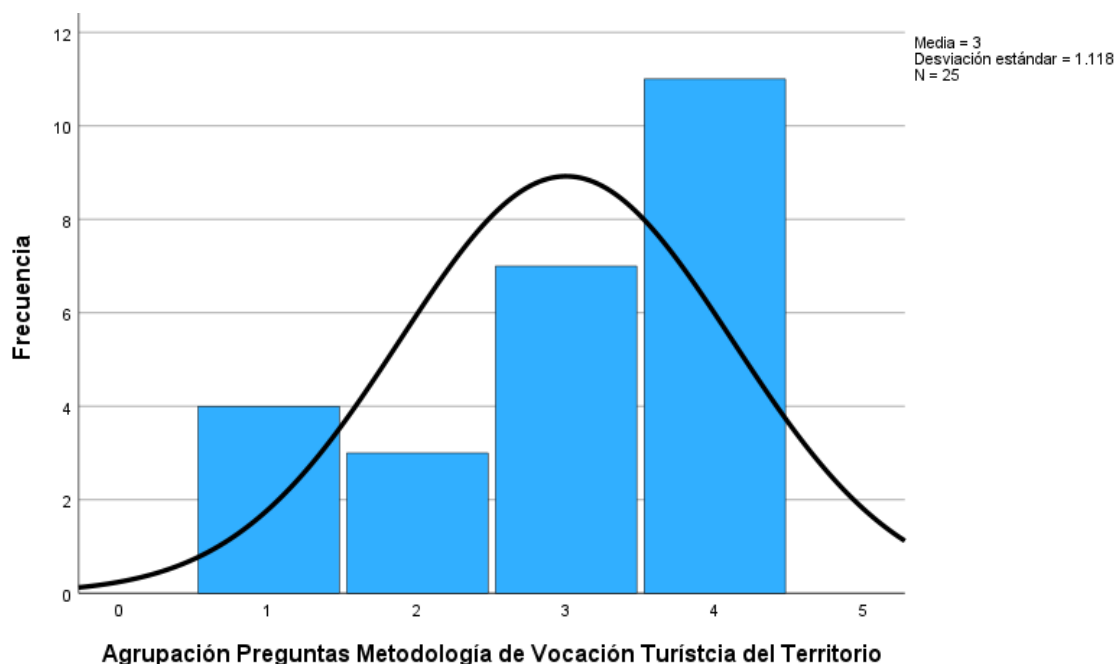
Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 23	<u>4.20</u>	<u>0.816</u>	0.667	🟢 0.194	
Pregunta 24	<u>4.68</u>	<u>0.476</u>	0.227	🟢 0.102	
Pregunta 25	<u>5.00</u>	<u>0.000</u>	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 26	<u>4.48</u>	<u>0.586</u>	0.343	🟢 0.131	
Pregunta 27	<u>5.00</u>	<u>0.000</u>	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 28	<u>4.84</u>	<u>0.374</u>	0.140	🟢 0.077	
Pregunta 29	<u>5.00</u>	<u>0.000</u>	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 30	<u>3.00</u>	<u>0.764</u>	0.583	🟡 0.255	
Pregunta 31	<u>3.72</u>	<u>0.458</u>	0.210	🟢 0.123	
Pregunta 32	<u>4.84</u>	<u>0.374</u>	0.140	🟢 0.077	
Pregunta 33	4.80	0.408	0.167	🟢 0.085	

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al coeficiente de variación promedio del grupo se puede evidenciar que se encuentra en un 0.076 lo que, en comparación a la cantidad de preguntas con relación a las respuestas brindadas por los expertos, la reconoce como una variación aceptable.

Figura 79.

Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de metodología vocación turística del territorio, primera ronda.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

Finalmente, se puede evidenciar que la dispersión de los datos se distribuye entre cuatro de las cinco categorías disponibles, por lo que la desviación correspondiente del grupo asciende a 1.118, lo cual para mantener la fiabilidad del instrumento no es lo más recomendable.

Por lo anteriormente expuesto se decidió generar una segunda ronda del instrumento, para lo cual, previamente se envió a los expertos el resumen estadístico obtenido por cada grupo y pregunta. La misma se llevó a cabo la primera semana de agosto del 2022. Cabe recalcar que la demora en el llenado del instrumento se redujo de manera considerable principalmente porque el grupo de expertos ya lo conocía, tanto en contenido como en manejo. Para incrementar el rendimiento del instrumento se adjuntó algunos de los principales conceptos y/o definiciones técnicas manejadas en el mismo para que todos se encuentren dentro de la misma línea.

7.2.1.2. La perspectiva de los expertos académicos (método Delphi): segunda ronda.

El análisis de los resultados de la segunda ronda de aplicación del instrumento se lo realizará en el mismo orden que el mostrado con la primera ronda.

Tabla 61.

Tabulación de datos, grupo "Turismo y Territorio", segunda ronda.

Preguntas	Frecuencia Relativa				
	1	2	3	4	5
1. La identidad territorial deben estar presentes y ser evidentes, tanto en su población, tener concordancia con los recursos territoriales y con base en ello generar actividades turísticas potencializadoras.	0%	0%	0%	8%	92%
2. El territorio se encuentra caracterizado por los significados, memorias, actuaciones y/o experiencias otorgadas por sus residentes.	0%	0%	0%	0%	100%
3. El territorio se encuentra caracterizado por los significados, memorias, actuaciones y/o experiencias otorgadas por sus visitantes	0%	0%	0%	0%	100%
4. Las actividades en favor del turismo permiten la aparición de procesos de territorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.	0%	0%	0%	12%	88%
5. La actividad en favor del turismo permite la aparición de procesos de reterritorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.	0%	0%	0%	0%	100%
6. La actividad en favor del turismo permite la aparición de procesos de desterritorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.	0%	0%	0%	0%	100%
7. El turismo puede fortalecer la generación de espacios turísticos con significado, construidos a partir de la visión de los residentes y los visitantes.	0%	0%	0%	12%	88%
8. El turismo es una actividad que puede configurar y/o reconfigurar la dinámica social y espacial en un territorio.	0%	0%	0%	0%	100%

9. La dinámica económica del turismo evidenciable para el desarrollo de un determinado territorio debe responder a las características con las que cuenta el mismo, así como al grado de apertura de la sociedad para el desarrollo de dichas actividades.	0%	0%	0%	4%	96%
10. El análisis adecuado de las actividades turísticas que se pueden desarrollar en un determinado lugar facilitan el desarrollo sostenible del sitio.	0%	0%	0%	4%	96%

Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

En lo que corresponde al primer grupo de preguntas, lo que se consiguió con esta segunda aplicación del instrumento fue normalizar mucho más las respuestas de los expertos, así como disminuir la variación de los datos, generando un consenso mucho más sólido.

A continuación, se desagrega el análisis estadístico del grupo correspondiente, respetando los mismos descriptores de la primera ronda.

Tabla 62.

Análisis estadístico, grupo "Turismo y Territorio", segunda ronda.

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 1	4.92	0.277	0.077	 0.056	
Pregunta 2	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 3	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 4	4.88	0.332	0.110	 0.068	
Pregunta 5	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 6	5.00	0.000	0.000	 0.000	

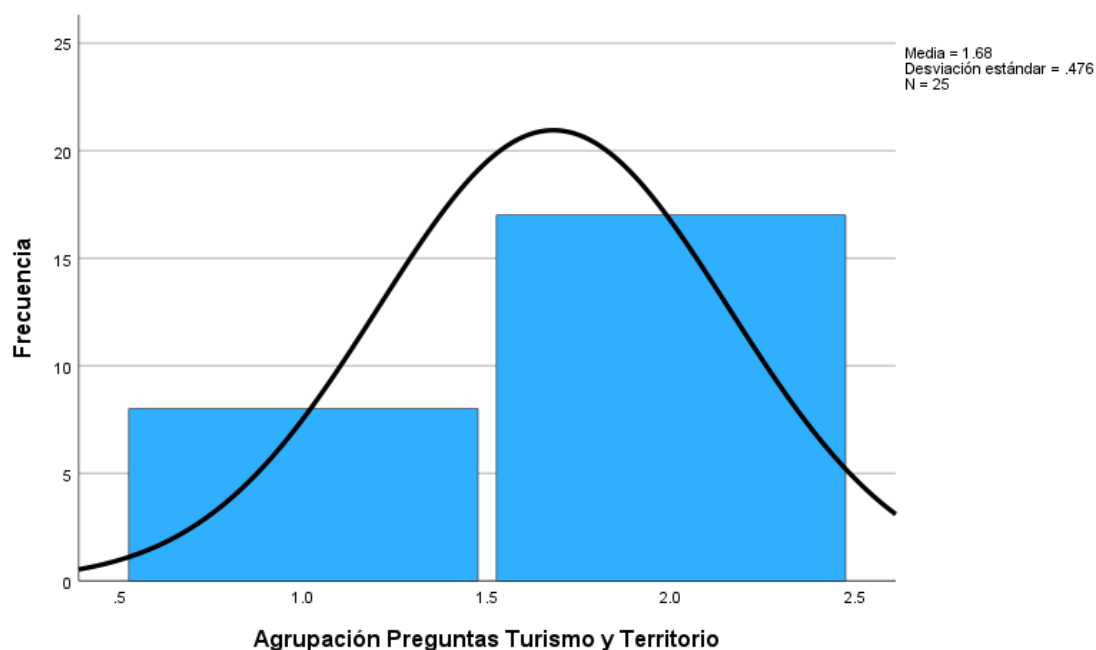
Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 7	4.92	0.277	0.077	0.056	
Pregunta 8	5.00	0.000	0.000	0.000	
Pregunta 9	4.96	0.200	0.040	0.040	
Pregunta 10	4.96	0.200	0.040	0.040	

Fuente: Elaboración propia

La significatividad estadística en el grupo de 10 preguntas que corresponden a “Turismo y Territorio” se ve fortalecida en la segunda ronda, ya que el coeficiente de variación promedio del grupo disminuyó en un 49.02%, siendo ahora de 0.026, siendo un valor bastante cercano a 0 por lo que el grado de variación de los valores es mínima.

Figura 80.

Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de turismo y territorio, segunda ronda.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

Como se puede evidenciar en la ilustración 80, la simetría de los datos establecidos en la segunda ronda aumenta y permite establecer una normalización de la curva de los datos registrados por los expertos, manteniendo su concentración en las dos principales categorías, permitiendo validar estadísticamente los grados de consenso alcanzados para el grupo anteriormente analizado.

Cabe destacar que a pesar de que, en la segunda aplicación del instrumento aún se podía evidenciar discrepancias entre algunos de los expertos considerados para el estudio, principalmente en el abordaje relacional entre el turismo y el territorio.

Ahora se procederá a realizar el análisis del segundo grupo de preguntas del instrumento, el cual tenía como objetivo reducir la variación.

Tabla 63.

Tabulación de datos, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", segunda ronda.

Preguntas	Acuerdo/Desacuerdo				
	1	2	3	4	5
1. La vocación turística del territorio es una construcción social y el fenómeno turístico es un hecho social.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
2. Para la valoración de una vocación turística que tome en cuenta a todos los actores y gestores de la actividad en un determinado territorio permitirá mejorar las acciones de gobernanza en el sitio.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
3. El generar una función integrativa en el análisis de la vocación turística del territorio, permitirá que todos los involucrados se sientan parte activa del proceso y por ende se genere una responsabilidad compartida en el desarrollo de la actividad turística.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

4. Considera usted, que la toma de decisiones públicas en un territorio debe ser lo más descentralizadas y desconcentradas, tomando en consideración todas las opiniones de los actores clave (directos e indirectos) como válidas.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
5. El papel principal de los gestores públicos del turismo en cuanto a la determinación de la vocación turística será el de guiar, socializar y generar espacios para que la discusión sobre el tema se llegue a dar dentro de su territorio.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
6. Considera usted que el manejo de una metodología de vocación turística del territorio puede coadyuvar con el desarrollo de nuevos procesos de planificación turística más competitivos y centrados en el territorio y la sociedad.	0.00%	0.00%	0.00%	12.00%	88.00%
7. El hecho de establecer o determinar la vocación turística de un territorio por parte de todos los actores claves de un lugar permite generar una acción de participación colaborativa que fundamenta un proceso de planificación colaborativa.	0.00%	0.00%	0.00%	12.00%	88.00%
8. Considera usted, que, al contar con una metodología de valoración de la vocación turística del territorio, se puede disminuir el efecto del "discurso político" en un determinado lugar, para la identificación realista de sí se puede o no llevar a cabo dicha actividad en el sitio.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
9. Definir de forma clara la vocación turística de un territorio permitirá el mejoramiento en la definición, estructuración y/o construcción de productos turísticos reales y acordes con el entorno o contexto del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%

10. La determinación de la vocación turística del territorio es una herramienta que se debe utilizar en la fase denominada "Diagnóstico" o "Diagnosis", dentro del proceso de planificación turística.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
11. La vocación turística del territorio debe definirse antes de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.	0.00%	0.00%	0.00%	20.00%	80.00%
12. La vocación turística del territorio debe definirse durante de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
13. La vocación turística del territorio debe definirse después de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.	0.00%	8.00%	0.00%	88.00%	4.00%
14. La determinación adecuada de la vocación turística del territorio puede colaborar con el mejoramiento continuo de las reconfiguraciones de la actividad en un lugar determinado.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
15. Considera que el grado necesario de apertura, escucha y participación por parte de los involucrados (directos e indirectos) con el desarrollo de la actividad turística en el territorio debe ser óptimo, propositivo y prospectivo.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

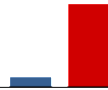
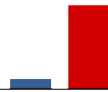
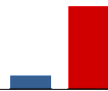
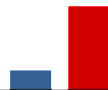
Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

En esta segunda ronda, el grupo de Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo demostró mejorar considerablemente su rango de coincidencia entre las respuestas de los expertos, especialmente en las preguntas 11, 12 y 13, las cuales habían generado el mayor impacto de dispersión.

En la tabla 64 se puede identificar la armonización de los datos y su respectiva representación estadística.

Tabla 64.

Análisis estadístico, grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo", segunda ronda.

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 1	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 2	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 3	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 4	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 5	4.96	0.200	0.040	 0.040	
Pregunta 6	4.88	0.322	0.110	 0.066	
Pregunta 7	4.88	0.332	0.110	 0.068	
Pregunta 8	4.96	0.200	0.040	 0.040	
Pregunta 9	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 10	4.96	0.200	0.040	 0.040	
Pregunta 11	4.80	0.408	0.167	 0.085	
Pregunta 12	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 13	1.96	0.351	0.123	 0.179	
Pregunta 14	4.96	0.200	0.040	 0.040	
Pregunta 15	5.00	0.000	0.000	 0.000	

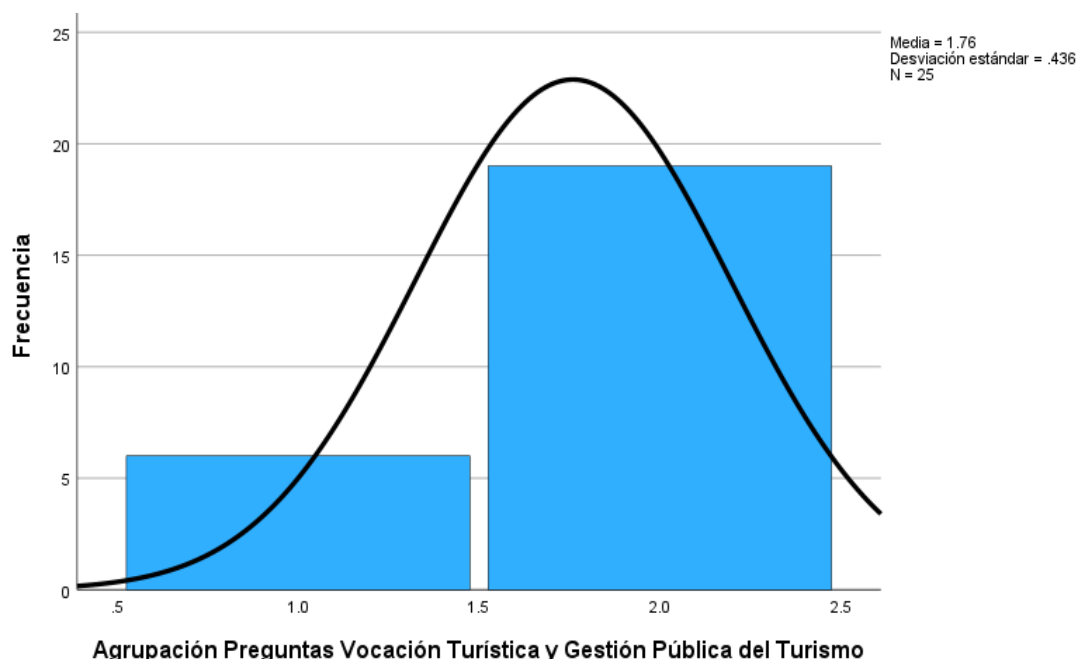
Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, los rangos de variación entre las preguntas son aceptables (0.060), permitiendo identificar una concordancia mucho más sólida entre los expertos, pero cabe recalcar la incidencia ocurrida con la pregunta 13, ya que los expertos, si bien no se encuentran totalmente de acuerdo, aun así, consideran que la afirmación interrogativa puede ser aplicada dentro del entorno de la investigación planteada. Aun así, sigue siendo la interrogante con mayor variabilidad.

La representación gráfica del comportamiento del grupo lo encontramos en la figura 81.

Figura 81.

Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de vocación turística y gestión pública del turismo, segunda ronda.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

Como se puede observar en la figura 81, existe una mayor armonización de los datos generados por los expertos, disminuyendo su desviación estándar a un 0.436, lo que para la representatividad de las 15 preguntas que conforman el grupo, corresponde a un nivel de dispersión mínima.

Por otro lado, se establecen los nuevos datos generados por los expertos para el grupo de 33 preguntas denominado “Metodología Vocación Turística del Territorio”. Recordemos que, en la primera ronda, este grupo fue el que presentó la mayor cantidad de variabilidad y dispersión en los datos brindados por los expertos, y fue el factor decisivo para impulsar la aplicación del instrumento por una segunda vez.

Para mejorar los resultados del grupo, se incluyeron con el instrumento un grupo de conceptos y definiciones relevantes relacionadas con el grupo de preguntas, permitiendo así establecer un mismo discurso teórico entre los expertos.

Tabla 65.

Tabulación de datos, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", segunda ronda.

Preguntas	Acuerdo/Desacuerdo				
	1	2	3	4	5
1. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los recursos territoriales del turismo (recursos y/o atractivos turísticos)	0.00%	0.00%	0.00%	8.00%	92.00%
2. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los prestadores de servicios turísticos (actividades o planta turística) del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
3. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los productos turísticos (reales y/o potenciales) con los que cuenta el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	32.00%	68.00%
4. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los servicios turísticos complementarios del lugar (aquellos	0.00%	0.00%	0.00%	8.00%	92.00%

que no cuentan con una normativa de regulación específica).					
5. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a las facilidades y equipamientos establecidos para el desarrollo de actividades turísticas del sitio.	0.00%	0.00%	4.00%	8.00%	88.00%
6. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de los flujos turísticos reales del lugar.	0.00%	0.00%	4.00%	8.00%	88.00%
7. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de los flujos turísticos potenciales del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	24.00%	76.00%
8. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de la estadía promedio del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	20.00%	80.00%
9. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el sistema de transporte, hacia y en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
10. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la red vial del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
11. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir a los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica) y tratamiento de residuos y aguas en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
12. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%

incluir las telecomunicaciones del lugar.					
13. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir los servicios de salud del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	12.00%	88.00%
14. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la conectividad del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
15. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la señalética del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	20.00%	80.00%
16. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la señalización del lugar.	0.00%	84.00%	0.00%	16.00%	0.00%
17. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la imagen percibida del lugar, por parte de los visitantes.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%
18. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la imagen percibida del lugar, por parte de los residentes.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
19. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el derecho al espacio público, por parte de los residentes.	0.00%	0.00%	4.00%	20.00%	76.00%
20. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la publicidad y promoción del lugar.	0.00%	0.00%	4.00%	32.00%	64.00%
21. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la publicidad y promoción digital del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
22. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe	0.00%	0.00%	4.00%	36.00%	60.00%

incluir el análisis de tendencias de mercados actuales a nivel internacional.					
23. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la política turística nacional.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
24. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la política turística territorial del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
25. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de organismos públicos territoriales relacionados con la actividad turística.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
26. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de mecanismos de fomento a la actividad turística en el lugar.	0.00%	0.00%	4.00%	20.00%	76.00%
27. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la planificación turística del lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
28. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de mecanismos de participación ciudadana en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
29. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis del modelo de gestión turística en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
30. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de elementos tecnológicos utilizados por los	0.00%	0.00%	4.00%	48.00%	48.00%

prestadores de servicios turísticos en el lugar.					
31. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de elementos tecnológicos utilizados por los gestores públicos en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	84.00%	16.00%
32. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la perspectiva de los residentes acerca de los impactos del turismo en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	84.00%
33. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el grado de apertura hacia el turismo por parte de los residentes en el lugar.	0.00%	0.00%	0.00%	4.00%	96.00%

Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

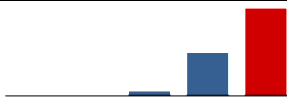
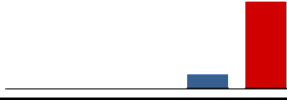
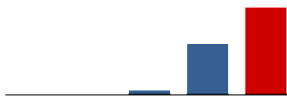
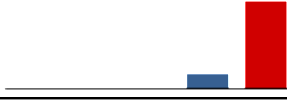
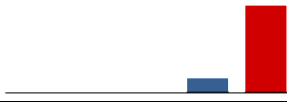
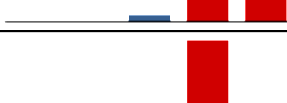
De los tres grupos de preguntas en las que se distribuyó al instrumento, éste fue el de mayor índice de cambio, ya que, gracias al análisis pormenorizado de cada pregunta, realizado por el grupo de expertos, se logró mejorar considerablemente los indicadores de variabilidad y dispersión de los datos, aunque sigue siendo el único grupo que presenta la utilización de otras categorías tales como Neutral, y para el caso de la pregunta 16 se alcanzó un consenso mayoritario importante.

Tabla 66.

Análisis estadístico, grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio", segunda ronda.

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 1	4.92	0.277	0.077	 0.056	
Pregunta 2	5.00	0.000	0.000	 0.000	

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 3	4.68	0.476	0.227	🟢 0.102	
Pregunta 4	4.92	0.277	0.077	🟢 0.056	
Pregunta 5	4.84	0.473	0.223	🟢 0.098	
Pregunta 6	4.84	0.473	0.223	🟢 0.098	
Pregunta 7	4.76	0.436	0.190	🟢 0.092	
Pregunta 8	4.80	0.408	0.167	🟢 0.085	
Pregunta 9	4.96	0.200	0.040	🟢 0.040	
Pregunta 10	4.96	0.200	0.040	🟢 0.040	
Pregunta 11	4.84	0.374	0.140	🟢 0.077	
Pregunta 12	4.84	0.374	0.140	🟢 0.077	
Pregunta 13	4.88	0.332	0.110	🟢 0.068	
Pregunta 14	5.00	0.000	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 15	4.80	0.408	0.167	🟢 0.085	
Pregunta 16	2.32	0.748	0.560	🟡 0.322	
Pregunta 17	4.96	0.200	0.040	🟢 0.040	
Pregunta 18	5.00	0.000	0.000	🟢 0.000	
Pregunta 19	4.72	0.542	0.293	🟢 0.115	

Preguntas	Análisis Estadístico				Gráfico Posicionamiento
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Varianza	Coefficiente Pearson	
Pregunta 20	4.60	0.577	0.333	 0.125	
Pregunta 21	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 22	4.56	0.583	0.340	 0.128	
Pregunta 23	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 24	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 25	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 26	4.72	0.542	0.293	 0.115	
Pregunta 27	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 28	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 29	5.00	0.000	0.000	 0.000	
Pregunta 30	4.44	0.583	0.340	 0.131	
Pregunta 31	4.16	0.374	0.140	 0.090	
Pregunta 32	4.84	0.374	0.140	 0.077	
Pregunta 33	4.96	0.200	0.040	 0.040	

Fuente: Elaboración propia

Cómo se puede evidenciar en la tabla 66, todos los coeficientes de variación de Pearson se encuentran en una categoría de aceptable, pero solamente la pregunta

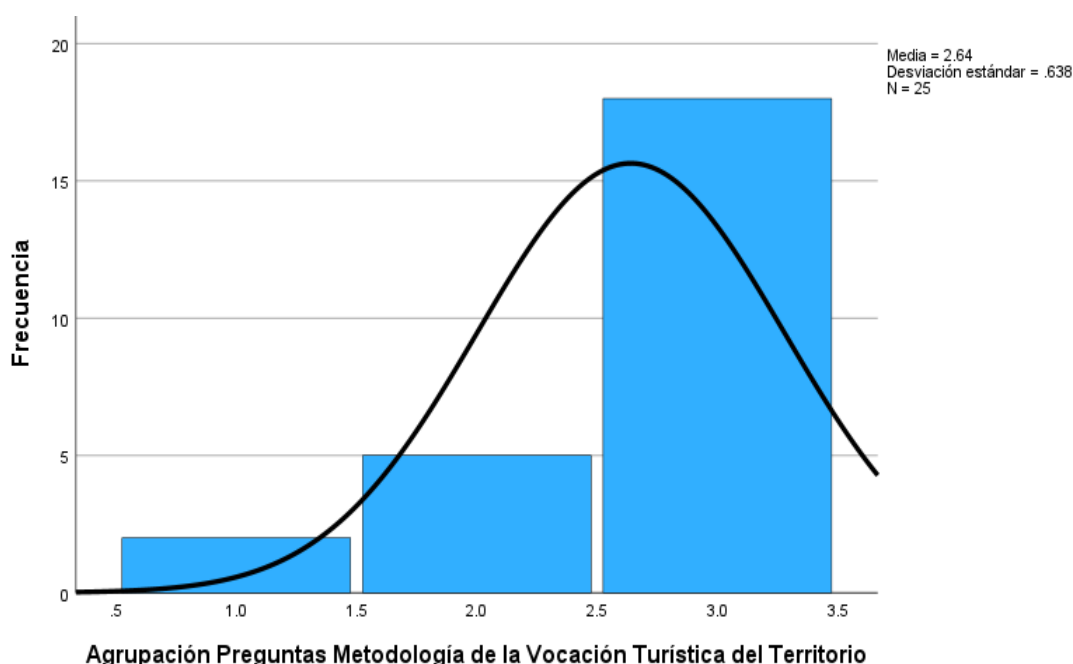
16 es la única que presenta un coeficiente elevado (0.322), pero justamente con este nivel de coincidencia de los expertos, permite que para el planteamiento de la herramienta metodológica no se tome en consideración a la señalización del lugar como elemento de medición determinante.

Adicionalmente, en las preguntas 30 y 31 que miden la incidencia de la tecnología en el sitio, presenta aún un nivel de variabilidad considerable, pero las respuestas se encuentran dentro de los rangos que indican su inclusión en el análisis a posteriori para la delimitación metodológica. De acuerdo con lo expresado por los expertos esas preguntas no responden a la realidad nacional, debido a la variabilidad en la infraestructura tecnológica que soporta los procesos de comercialización, mercadeo, publicidad y operación de cada uno de los actores y/o gestores de la actividad turística.

Finalmente, se analiza el comportamiento gráfico de la distribución de los datos brindados por los expertos, en la que se identifica una disminución considerable de la asimetría de los datos.

Figura 82.

Histograma descriptivo del comportamiento del grupo de preguntas de metodología vocación turística del territorio, segunda ronda.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa SPSS versión 29.

La imagen 82 demuestra una disminución relevante en la desviación estándar de los datos del grupo, siendo ahora de un 0.638, lo cual permite identificar que los datos se encuentran en un nivel de aceptación válida y un consenso considerable, para las 33 preguntas que conforman el mismo.

Además, la disminución de opciones categóricas escogidas por los expertos permite solventar lo anteriormente mencionado; así también se puede visualizar que el nivel de concentración de la curva se ubica en las categorías de concordancia más alta.

Ahora se expone la relación de variación entre los datos obtenidos en las dos rondas de aplicación del instrumento con los 25 expertos.

Tabla 67.

Análisis estadístico de variación del grupo "Turismo y Territorio".

Preguntas	Estadísticos Primera Ronda		Estadísticos Segunda Ronda		Variabilidad de las Mediciones	
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Media Aritmética	Desviación Estándar	Variación Med.	Variación Desv. Est.
Pregunta 1	4.76	0.436	4.92	0.277	▲ 3.36%	▼ -36.47%
Pregunta 2	4.92	0.277	5.00	0.000	▲ 1.63%	▼ -100.00%
Pregunta 3	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 4	4.68	0.476	4.88	0.332	▲ 4.27%	▼ -30.25%
Pregunta 5	4.92	0.277	5.00	0.000	▲ 1.63%	▼ -100.00%
Pregunta 6	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 7	4.76	0.436	4.92	0.277	▲ 3.36%	▼ -36.47%
Pregunta 8	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 9	4.88	0.332	4.96	0.200	▲ 1.64%	▼ -39.76%
Pregunta 10	4.92	0.277	4.96	0.200	▲ 0.81%	▼ -27.80%

Nota: Elaboración propia

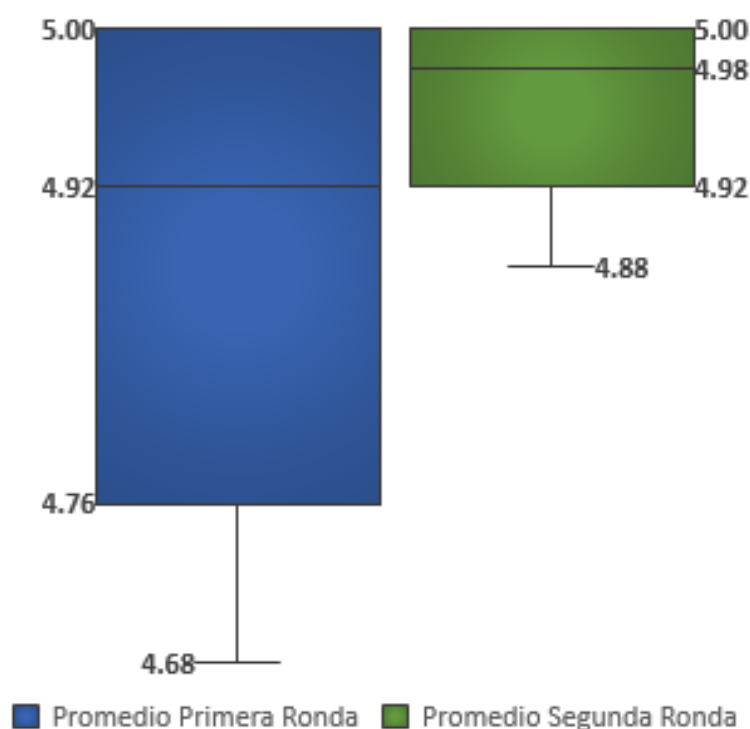
El primer grupo de preguntas demuestra haber tenido una mejora significativa en sus promedios de respuesta, así como una disminución considerable para la desviación de las categorías escogidas por los expertos, resaltando la mejora en la concordancia de las preguntas 1, 4 y 7; que se logró mejorar la coincidencia

de una manera significativa, solidificando así la decisión de no volver a correr otra ronda del instrumento.

Adicionalmente, cómo se puede observar en la figura 84, la disminución en la variabilidad de los datos es evidente, logrando pasar de una media de 4.92 a 4.98, acercándose al valor máximo de categorización aplicado en el instrumento, y minimizando la dispersión de las respuestas. Dicho comportamiento permite establecer la validez del instrumento en cuánto al primer grupo de preguntas analizadas, tomando en consideración los elementos descritos en los párrafos anteriores.

Figura 83.

Representación gráfica de la dispersión del grupo de preguntas “Turismo y Territorio”.



Nota: Elaboración propia

En lo que respecta al grupo de preguntas correspondiente a “vocación turística y gestión pública del turismo” presentó una variabilidad evidente en la primera razón, presentando una gran dispersión de respuestas por parte de los expertos, razón por la cual se hizo necesaria una segunda ronda con del instrumento para alcanzar un nivel de coincidencia mucho mayor y que beneficie al estudio.

Tabla 68.

Análisis estadístico de variación del grupo "Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo".

Preguntas	Estadísticos Primera Ronda		Estadísticos Segunda Ronda		Variabilidad de las Mediciones	
	Media	Desviación	Media	Desviación	Variación	Variación
	Aritmética	Estándar	Aritmética	Estándar	Med.	Desv. Est.
Pregunta 1	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 2	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 3	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 4	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 5	4.88	0.332	4.96	0.200	▲ 1.64%	▼ -39.76%
Pregunta 6	4.76	0.436	4.88	0.322	▲ 2.52%	No Aplica
Pregunta 7	4.76	0.436	4.88	0.332	▲ 2.52%	▼ -23.85%
Pregunta 8	4.92	0.277	4.96	0.200	▲ 0.81%	No Aplica
Pregunta 9	4.76	0.436	4.84	0.374	▲ 1.68%	▼ -14.22%
Pregunta 10	4.92	0.277	4.96	0.200	▲ 0.81%	▼ -27.80%
Pregunta 11	4.32	0.627	4.80	0.408	▲ 11.11%	▼ -34.93%
Pregunta 12	3.84	0.987	4.84	0.374	▲ 26.04%	▼ -62.11%
Pregunta 13	2.32	0.627	1.96	0.351	▼ -15.52%	▼ -44.02%
Pregunta 14	4.80	0.408	4.96	0.200	▲ 3.33%	▼ -50.98%
Pregunta 15	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica

Nota: Elaboración propia

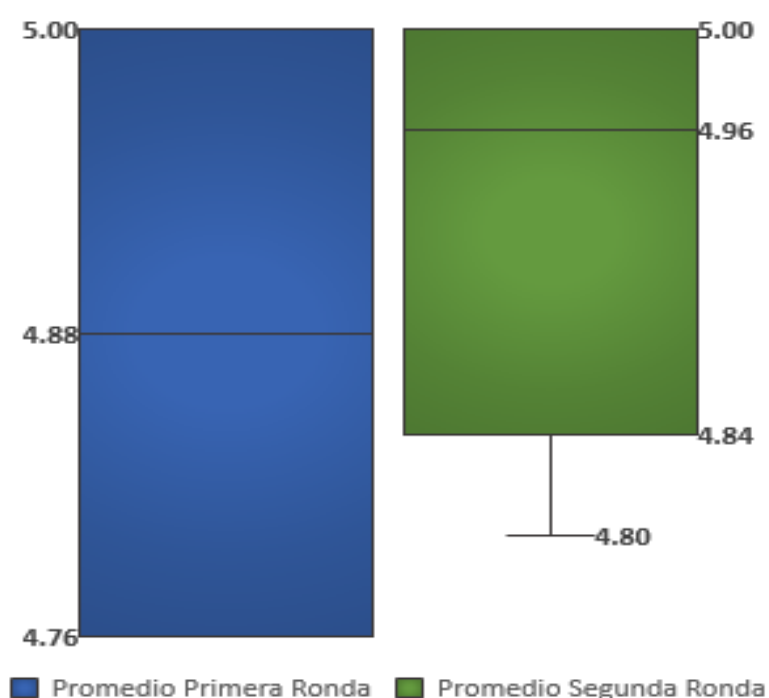
Del conjunto de 15 preguntas, solamente en 10 de ellas se puede evidenciar una variación, ya que los expertos se mantuvieron en sus respuestas originales para el caso de las preguntas 1, 2, 3, 4 y 15. Se pudo evidenciar una mejora muy considerable en el caso de las demás preguntas, con excepción de la número 13, ya que en este caso en particular los expertos consideran que la vocación turística del territorio no debería definirse después de que el hecho turístico esté presente y desarrollado en un determinado lugar.

La disminución de la dispersión de los datos es importante, ya que la mayoría de ellas se ubican en porcentajes que van desde el 14% al 63% aproximadamente.

A continuación, se realiza la representación gráfica de la dispersión de los datos correspondientes al grupo, comparando la primera y segunda ronda de aplicación del instrumento a los expertos, recordando que la misma se ve afectada por los valores máximos y mínimos obtenidos en cada una de las respuestas que conforman el grupo.

Figura 84.

Representación gráfica de la dispersión del grupo de preguntas “Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo”.



Nota: Elaboración propia

La condensación de las 15 preguntas del grupo demuestra ser congruente, ya que los expertos optaron por las dos categorías más elevadas del instrumento, y se logró incrementar el promedio de opiniones, pasando de un 4.88 a un 4.96, por lo que el grado de coincidencia se ha fortalecido.

Por último, tenemos al grupo de 33 preguntas correspondientes a la Metodología de Vocación Turística del Territorio, las cuáles son la clave para el desarrollo de la metodología objeto de investigación de la presente tesis, por lo que el alcanzar los medios de consenso necesarios estadísticamente hablando, resultan ser el pilar fundamental que guíe el enfoque instrumental de la propuesta.

Tabla 69.

Análisis estadístico de variación del grupo "Metodología Vocación Turística del Territorio".

Preguntas	Estadísticos Primera Ronda		Estadísticos Segunda Ronda		Variabilidad de las Mediciones	
	Media Aritmética	Desviación Estándar	Media Aritmética	Desviación Estándar	Variación Med.	Variación Desv. Est.
Pregunta 1	4.88	0.332	4.92	0.277	▲ 0.82%	▼ -16.57%
Pregunta 2	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 3	4.08	0.862	4.68	0.476	▲ 14.71%	▼ -44.78%
Pregunta 4	4.28	0.843	4.92	0.277	▲ 14.95%	▼ -67.14%
Pregunta 5	4.68	0.627	4.84	0.473	▲ 3.42%	▼ -24.56%
Pregunta 6	4.64	0.638	4.84	0.473	▲ 4.31%	▼ -25.86%
Pregunta 7	4.32	0.476	4.76	0.436	▲ 10.19%	▼ -8.40%
Pregunta 8	4.12	0.833	4.80	0.408	▲ 16.50%	▼ -51.02%
Pregunta 9	4.92	0.277	4.96	0.200	▲ 0.81%	▼ -27.80%
Pregunta 10	4.92	0.277	4.96	0.200	▲ 0.81%	▼ -27.80%
Pregunta 11	4.64	0.490	4.84	0.374	▲ 4.31%	▼ -23.67%
Pregunta 12	4.48	0.510	4.84	0.374	▲ 8.04%	▼ -26.67%
Pregunta 13	4.76	0.436	4.88	0.332	▲ 2.52%	▼ -23.85%
Pregunta 14	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 15	4.16	0.850	4.80	0.408	▲ 15.38%	▼ -52.00%
Pregunta 16	3.60	1.190	2.32	0.748	▼ -35.56%	▼ -37.14%
Pregunta 17	4.80	0.408	4.96	0.200	▲ 3.33%	▼ -50.98%
Pregunta 18	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 19	4.36	0.860	4.72	0.542	▲ 8.26%	▼ -36.98%
Pregunta 20	3.88	0.881	4.60	0.577	▲ 18.56%	▼ -34.51%
Pregunta 21	4.48	0.510	4.84	0.374	▲ 8.04%	▼ -26.67%
Pregunta 22	2.92	0.812	4.56	0.583	▲ 56.16%	▼ -28.20%
Pregunta 23	4.20	0.816	4.84	0.374	▲ 15.24%	▼ -54.17%
Pregunta 24	4.68	0.476	4.84	0.374	▲ 3.42%	▼ -21.43%
Pregunta 25	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 26	4.48	0.586	4.72	0.542	▲ 5.36%	▼ -7.51%
Pregunta 27	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 28	4.84	0.374	4.84	0.374	No Aplica	No Aplica
Pregunta 29	5.00	0.000	5.00	0.000	No Aplica	No Aplica
Pregunta 30	3.00	0.764	4.44	0.583	▲ 48.00%	▼ -23.69%

Preguntas	Estadísticos Primera Ronda		Estadísticos Segunda Ronda		Variabilidad de las Mediciones	
	Media	Desviación	Media	Desviación	Variación	Variación
	Aritmética	Estándar	Aritmética	Estándar	Med.	Desv. Est.
Pregunta 31	3.72	0.458	4.16	0.374	▲ 11.83%	▼ -18.34%
Pregunta 32	4.84	0.374	4.84	0.374	No Aplica	No Aplica
Pregunta 33	4.80	0.408	4.96	0.200	▲ 3.33%	▼ -50.98%

Nota: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla 69, 32 de las 33 preguntas tuvieron un comportamiento adecuado, siendo éste, el mantenerse en su primera valoración o mejorando su nivel de consenso con respecto a la primera ronda, pero cabe destacar aquí el comportamiento de la pregunta 16, que como se explicó anteriormente, los expertos consideran y están de acuerdo, de que el factor de “señalización” no debería ser tomado en consideración al momento de establecer la metodología.

Las preguntas que sostienen un estadístico que evidencie el cambio en el consenso de los expertos son considerados positivos y reafirmativos con los parámetros de validación estadística utilizados en la presente investigación y explicados con antelación, recalando que la columna de medición de variación de la media aritmética resulta tener un comportamiento incremental, la cual debe ser inversamente proporcional al resultado obtenido en la columna de variación de la desviación estándar.

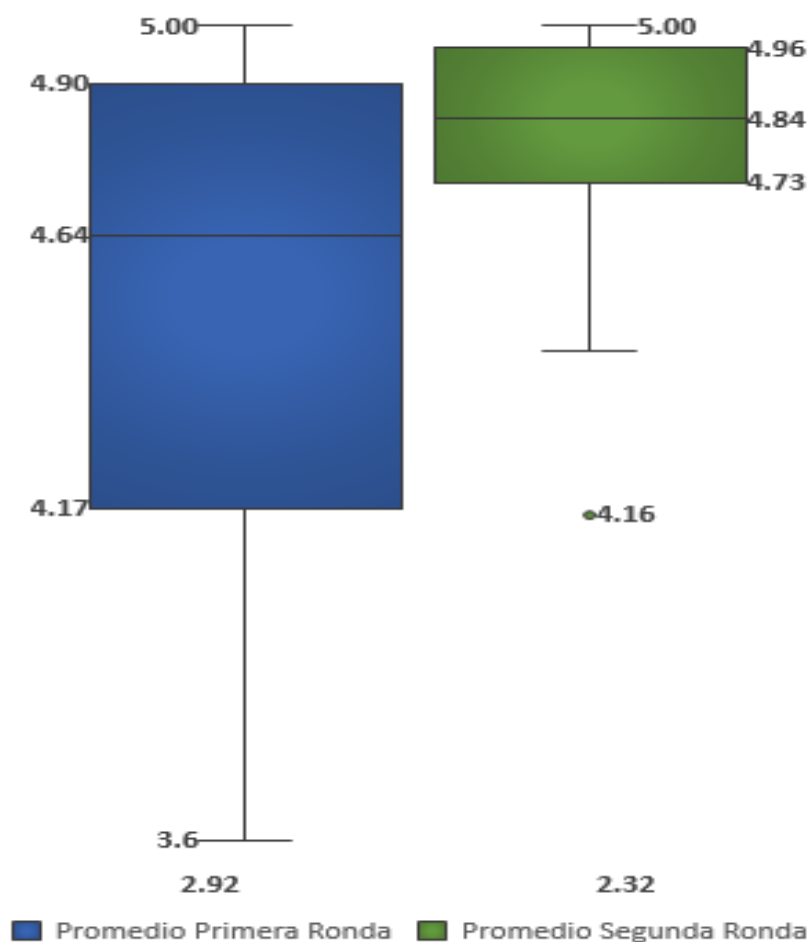
Las preguntas en las cuáles aparece la leyenda “No Aplica” abarcan a todas aquellas interrogantes que por el criterio de respuesta de los expertos no demostraron variación en su categoría de clasificación inicial (primera ronda versus segunda ronda).

La ilustración 86 nos permite identificar el gran cambio favorable entre las dos rondas de aplicación del instrumento, ya que se logró mantener un nivel de coincidencia y concordancia de las categorías mucho más fuertes y condensadas en los rangos más elevados del instrumento, si bien es cierto aún se pueden encontrar datos extremos, fuera del promedio de concentración, los mismo no afectan la confiabilidad de los mismo ni tampoco disminuye la solidez de los resultados.

Para este grupo se logró mejorar el promedio entre las rondas, pasando de un 4.64 a un 4.84, que, al tratarse de un total de 33 preguntas, en realidad se considera un avance significativo.

Figura 85.

Representación gráfica de la dispersión del grupo de preguntas “Metodología Vocación Turística del Territorio”.



Fuente: Elaboración propia

7.2.2. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas).

En lo que respecta a la aplicación de las entrevistas semiestructuradas, esto llevó un tiempo bastante considerable, ya que el acercamiento a los miembros del sector público de las diferentes ciudades se lo hizo desde mayo del año 2021, logrando realizar las entrevistas durante el periodo comprendido entre mayo a septiembre del año 2022, con un formato híbrido, ya que para el levantamiento de algunas de ellas se lo hizo de forma presencial y en otros casos se logró realizarlo de manera virtual.

El promedio de duración de cada entrevista fue de 60 minutos aproximadamente, siendo un tiempo prudente para el abordaje y profundización de las 13 preguntas establecidas en el instrumento correspondiente (véase Anexo 4).

Una vez realizadas las entrevistas, se procedió a realizar las respectivas transcripciones para poder aplicar el análisis cualitativo correspondiente. Para dicho efecto se utilizó el software ATLAS.ti en su versión 22.

De acuerdo con Miles et al. (2014), para elaborar un análisis cualitativo se debe seguir tres pasos principales que son:

1. Definir la tipología de codificación a aplicar (inductivo o deductivo),
2. Establecer los códigos principales relacionados con las variables de análisis,
3. Revisar de forma detallada cada una de las entrevistas realizadas y asignar los códigos preliminares,
4. Realizar un contraste de los códigos asignados en las entrevistas,
5. Fusionar códigos similares,
6. Establecer las categorías a las que van a pertenecer cada uno de los códigos, y
7. Analizar el comportamiento y repetición de las categorías y los códigos.

Siguiendo el proceso establecido anteriormente, y con base a las características de la investigación, se ha propuesto trabajar con un modelo de codificación deductivo, el cual fundamenta la construcción de las categorías en las teorías existentes acerca de la temática de investigación planteada (Saldaña, 2013).

En lo que respecta al proceso, una vez elaboradas las categorías y los códigos pertenecientes a las mismas, se elaboraron tres rondas de validación de los códigos que eviten la superposición, por lo que se partió de un catálogo de códigos general de 30 y se fusionaron los mismos hasta quedar en un total de 12, como se puede observar en la tabla 70.

Tabla 70.

Catálogo de codificación deductiva.

Catálogo de Códigos Iniciales	Catálogo de Códigos Intermedios	Catálogo de Códigos Resultantes
1. Análisis Territorial	1. Análisis Territorial	1. Marco Normativo
2. Diagnóstico Territorial	2. Enfoque Territorial	2. Gobernanza
3. Enfoque Territorial	3. Sistema Territorial	3. Política Pública
4. Sistema Territorial	4. Ordenamiento	4. Indicadores de Gestión
5. Modelo Territorial	Territorial	5. Proceso de
6. Planificación Territorial	5. Planificación	Planificación
7. Ordenamiento	Territorial	6. Herramientas de
Territorial	6. Proceso de	Planificación
8. Proceso de Planificación	Planificación	7. Enfoque de
9. Sistema Turístico	7. Sistema Turístico	Planificación
10. Presupuesto	8. Gobernanza	8. Sistema Turístico
11. Gobernanza	9. Enfoque de	9. Sistema Territorial
12. Gobernabilidad	Planificación	10. Desarrollo Territorial
13. Prestadores de	10. Herramientas de	11. Diagnóstico
Servicios	Planificación	Territorial
14. Residentes	11. Modelo de	12. Comunidad Local
15. Flujos Turísticos	Planificación	
16. Enfoque de	12. Marco Normativo	
planificación	13. Indicadores de	
17. Herramientas de	Gestión	
Planificación	14. Política Pública	
18. Teoría de Planificación	15. Comunidad Local	
19. Modelo de	16. Desarrollo Territorial	
Planificación	17. Aptitud Territorial	
20. Demanda Turística	18. Capacidad Territorial	
21. Marco Normativo		
22. Indicadores de Gestión		
23. Política Pública		
24. Comunidad Local		
25. Oferta Turística		

-
- 26. Infraestructura
 - 27. Organismos públicos
 - 28. Desarrollo Territorial
 - 29. Aptitud Territorial
 - 30. Capacidad Territorial
-

Nota: Elaboración propia

Los códigos utilizados se sustentan en la revisión bibliográfica realizada en capítulos anteriores, que permiten identificar, variables, criterios, parámetros y/o componentes que se deben tomar en consideración para el diagnóstico de la vocación turística de un territorio.

Luego de establecidos los códigos finales, los cuales responden directamente a lo expresado por los gestores públicos entrevistados, se definieron tres categorías de códigos que contemplan a 4 elementos cada una, como se lo puede evidenciar en la tabla 71.

Tabla 71.

Categorías y códigos de análisis aplicados.

Categorías	Códigos de cada Categoría
Territorio	1) Diagnóstico Territorial
	2) Desarrollo Territorial
	3) Sistema Territorial
	4) Comunidad Local
Planificación Turística	1) Enfoque de Planificación
	2) Proceso de Planificación
	3) Herramientas de Planificación
	4) Sistema Turístico
Gestión Pública	1) Gobernanza
	2) Política Pública
	3) Marco Normativo
	4) Indicadores de Gestión

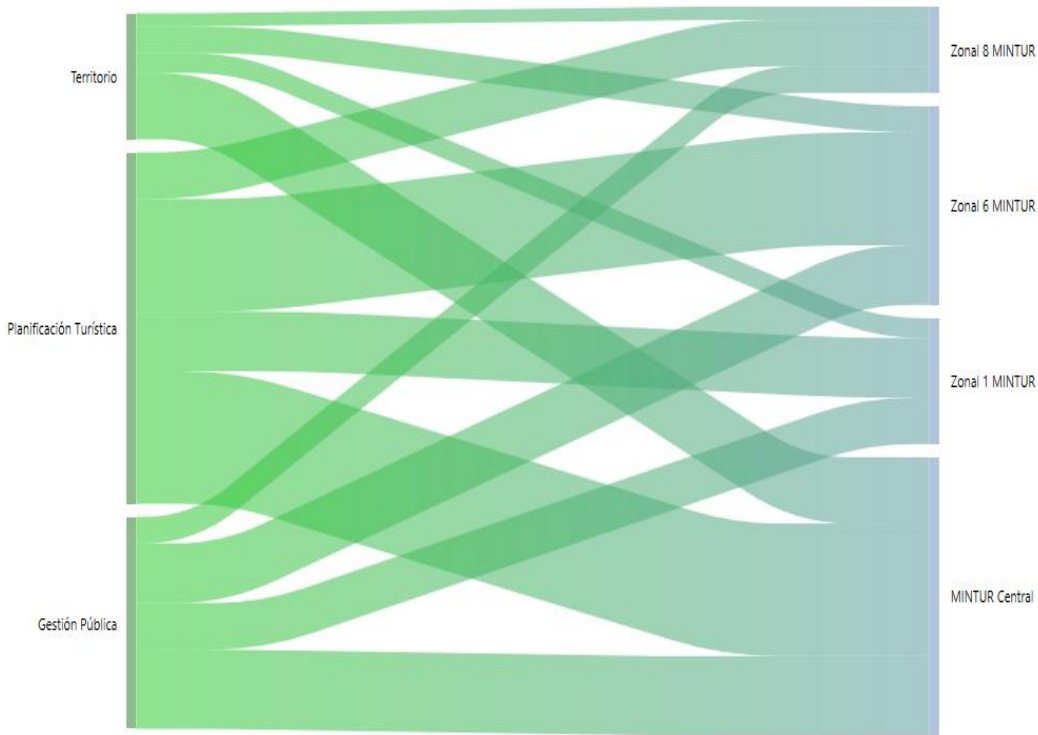
Nota: Elaboración propia

Una vez definidos los códigos resultantes se puede generar el análisis cualitativo correspondiente. A efectos de clarificar el análisis generado, se va a utilizar la división establecida en la tabla 52 de los 38 participantes del sector público del país. Dicho análisis incluye un diagrama de codificación por componente (general y específico). Cabe recalcar que el grado de apertura para la realización de las entrevistas varió de territorio a territorio, lo que se tomará en consideración más adelante para la aplicación de la metodología en el territorio.

7.2.2.1. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas): Ministerio de Turismo.

En lo que respecta al organismo público encargado del proceso de desarrollo, gestión, promoción, regulación y control del sector turístico en el país recae sobre dicha cartera de estado; Para poder conocer el grado de comprensión y/o aplicación del término “vocación turística” por parte de dichos funcionarios, se obtuvo el siguiente comportamiento:

Figura 86.
Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo del Ministerio de Turismo.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

De acuerdo con la ilustración 86, se puede identificar que la mayoría de los entrevistados consideran que la vocación turística del territorio pertenece al componente denominado “planificación turística”, ya que indican que la misma pertenece a un mecanismo que permite dinamizar las actividades turísticas del lugar o sitio, tomando en consideración que uno de los ejes centrales del ente rector es el coadyuvar con el desarrollo turístico de cada uno de estos sitios de forma eficiente y competitiva.

Se pudo encontrar que a pesar de que existe un consenso entre los sujetos al momento de ubicarlo, también se puede evidenciar que consideran que la gestión pública es la llamada a favorecer los procesos de determinación de la vocación turística, especialmente en espacios urbanos que requieren de una intervención mucho más fuerte.

A pesar de que el abordaje de la entrevista se fundamentó en la relación del turismo y territorio, muy pocos de los entrevistados pudieron referirse al territorio como un elemento clave para la toma de decisiones, e incluso como un elemento de análisis para la toma de decisiones, dando por sentado que el turismo en los destinos urbanos se ha dado de forma espontánea y que no han dependido del tratamiento ni armonización territorial turística.

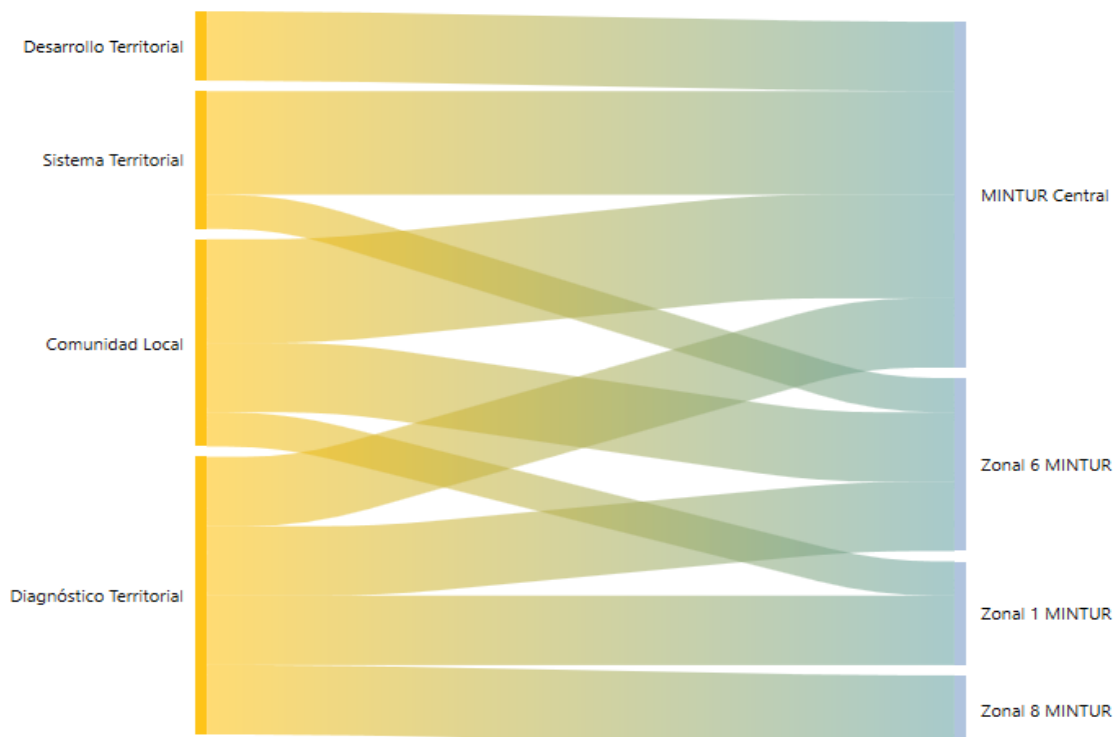
Si bien es cierto, existe un nivel de consenso entre los organismos correspondientes, con respecto al tratamiento y abordaje de la vocación en sus zonas de influencia, se puede inferir que el Ministerio de Turismo es el organismo que coloca mayor empeño a nivel nacional para el despliegue de acciones que permitan mejorar la posición actual de cada uno de los territorios urbanos.

Luego podemos encontrar que la Zonal 6, la cual tiene a su cargo 10 provincias del país, es la segunda entidad pública que ha puesto especial énfasis en el manejo adecuado de la vocación turística, siguiendo una tendencia descendente entre sus similares en el territorio nacional. Lamentablemente eso ha permitido que los procesos de desarrollo turístico se hagan centralizados principalmente en la promoción.

Cabe recalcar que, todos los miembros públicos del Ministerio supieron indicar que es una acción pendiente que tienen con los territorios el mejorar el abordaje del término de vocación turística con los mismos, ya que ha sido utilizado como parte de los discursos políticos o promesas de campaña para el desarrollo de actividades turísticas en los territorios a nivel nacional, colocando al turismo como un elemento discursivo utópico, que coloca a la actividad como “la panacea” que permitirá solucionar los diversos y complejos problemas territoriales que son evidentes en dichos sitios.

Figura 87.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Territorio” del Ministerio de Turismo.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En lo que respecta a la categoría “territorio”, se puede identificar cuál es el abordaje y relación que presenta el término de vocación turística por parte de los entrevistados, encontrando por una parte que solamente el Ministerio de Turismo toma en consideración al desarrollo territorial en consideración, entendido como un proceso de construcción social del entorno, impulsado por la interacción entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y

colectivas de distintos actores y la operación de las fuerzas económicas, tecnológicas, sociopolíticas, culturales y ambientales en el territorio limitando el accionar público a menor escala, ya que dicha perspectiva no es transmitida a las direcciones zonales correspondientes en el país, debido a que en los territorios urbanos se evidencia un trabajo mayoritariamente aislado entre sus componentes, e incluso sus vecinos cercanos que permitan potencializar los resultados.

En lo que corresponde al sistema territorial, es una construcción social que representa el estilo de desarrollo de una sociedad; se forma mediante las actividades que la población practica sobre el medio físico y de las interacciones entre ellas a través de los canales de relación que proporcionan funcionalidad al sistema. Se puede observar que el Ministerio de Turismo y la Dirección Zonal 6 lo consideran para sus procesos de contextualización turística en espacios urbanos; las otras dos zonales (8 y 1) dan por sentado que dicho análisis se encuentra ya generado en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de cada lugar y que sería redundante incluirlo en sus procesos institucionales.

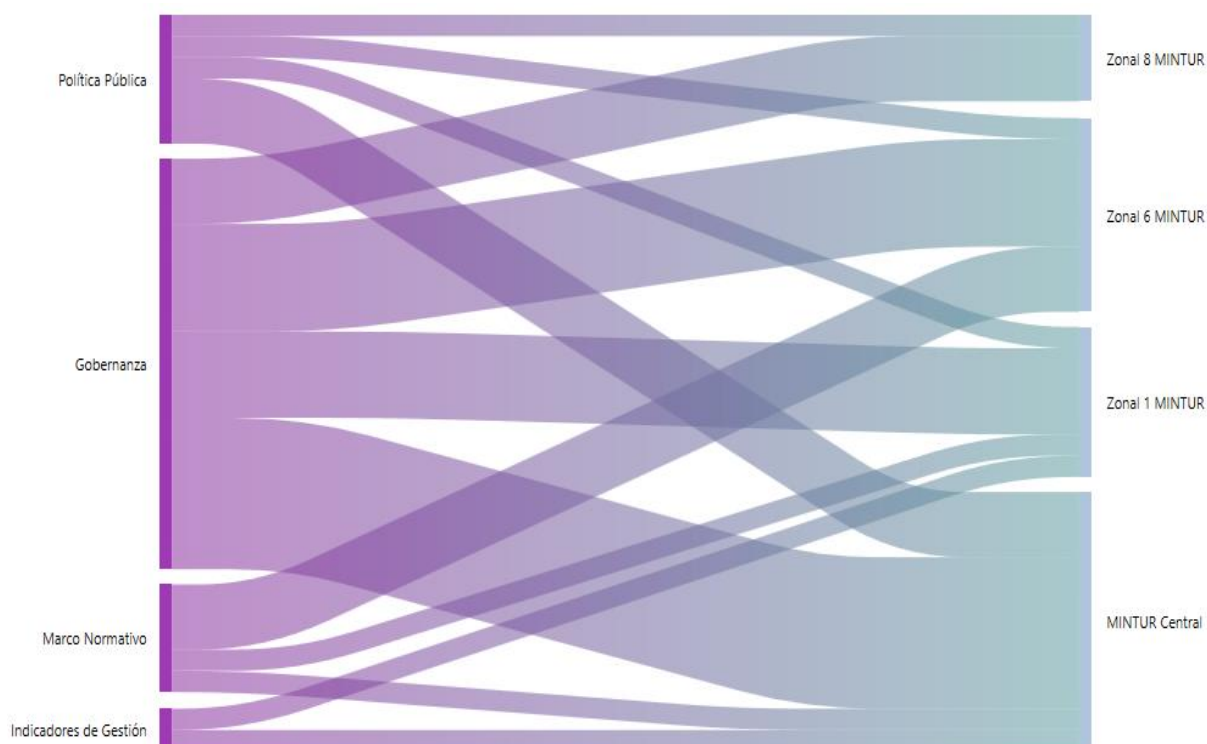
La comunidad local o residentes del sitio, que son aquellas personas que realizan sus actividades cotidianas y de recreación en un determinado territorio, sí se encuentran siendo tomadas en cuenta por parte de 3 de los 4 representantes públicos, los cuales han indicado que cada vez ha tomado mayor protagonismo el análisis e inclusión de las personas que habitan los espacios turísticos urbanos para conocer sus percepciones, resguardos e incluso aportaciones dentro del ámbito turístico.

En lo que respecta al diagnóstico territorial, entendido como el estudio descriptivo de una problemática y/o proceso que recoge, analiza e interpreta información referente a un objeto, contexto o situación para evaluar los problemas que lo caracterizan y buscar una solución, o describir las características que lo identifican como tal en un determinado territorio, es el único componente citado por todos los organismos analizados, ya que expresan que el comprender las problemáticas que genera el desarrollo de la actividad

turística en un espacio urbano es crucial para identificar las alternativas de solución más factibles para el sitio, pero a su vez expresan que la principal limitante del mismo, es el nivel de compromiso y participación activa de todos los involucrados en el proceso.

Figura 88.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Gestión Pública” del Ministerio de Turismo.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En lo que respecta a la categoría denominada “gestión pública”, se puede identificar que el enfoque de la gobernanza, entendida como el arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el estado, la sociedad civil y el mercado, está incorporada por parte de ésta cartera de estado en todas sus jurisdicciones, ya que es la codificación más importante y recurrente citada por los involucrados. Adicionalmente supieron indicar que existe un problema de continuidad en la misma, ya que cada vez que existe un cambio en la representación de la cartera, se dan por finalizados los procesos anteriores, lo que dificulta el tener un direccionamiento a largo plazo sostenido.

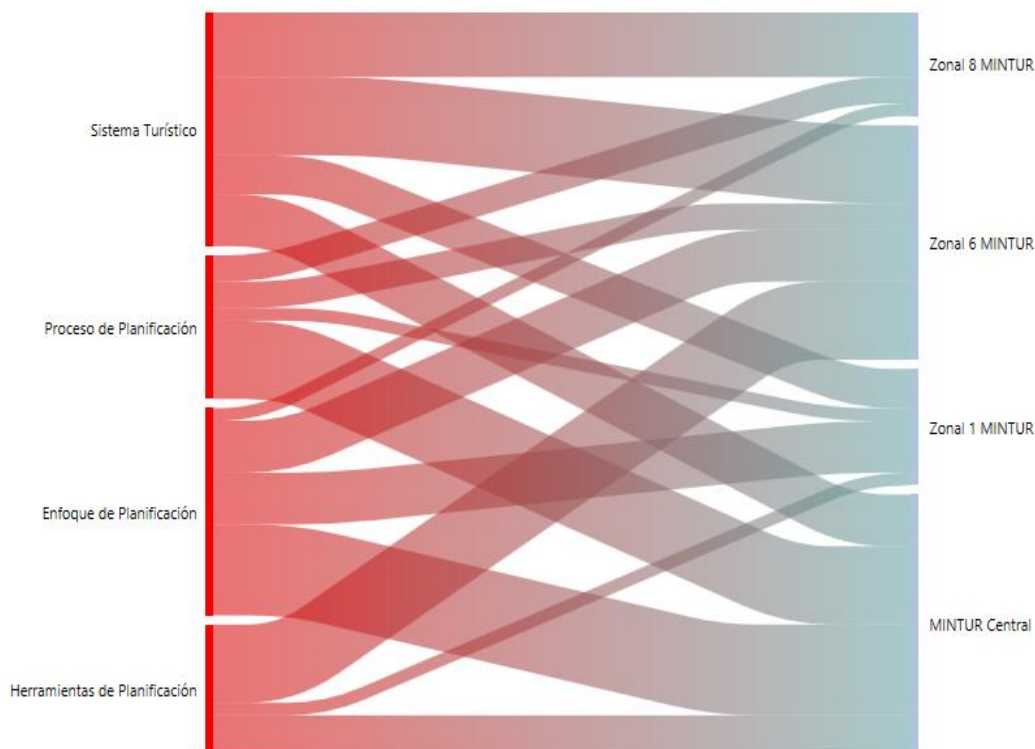
El segundo código mayoritariamente citado por los entrevistados corresponde a la política pública relacionada con el turismo, entendida como al conjunto de actividades que se asocian con la toma de decisiones en grupo, u otras formas de relaciones de poder entre individuos, a la acción política netamente, al enfoque de funcionamiento público y la distribución de recursos públicos a favor de la sociedad, formando parte importante que permite direccionar la toma de decisiones institucionales, especialmente para aportar y apoyar a la actividad turística en un entorno urbano, pero al igual que el componente anterior, la continuidad de la misma es limitada.

En lo que respecta al marco normativo, que corresponde al conjunto de normas jurídicas que permiten generar un espacio de desarrollo turístico adecuado en todo el territorio nacional, los entrevistados indican que vacíos, inconsistencias, desactualización y falta de aplicación, sumado a la ausencia del control público, son las principales causas que afectan al desarrollo turístico de un territorio, especialmente urbano, debido a que la extensión territorial, densidad poblacional y desigualdades económicas evidentes en espacios urbanos generan una limitada acción pública en éste aspecto, reconociendo que es parte de la deuda pendiente con el sector turístico nacional. Dichos inconvenientes pueden llegar a limitar la delimitación acertada de la vocación turística del lugar.

Finalmente, en lo que respecta a los indicadores de gestión, que hacen referencia a los mecanismos de medición de la eficiencia, eficacia y efectividad de las acciones públicas turísticas en un territorio determinado, se puede evidenciar que la central del Ministerio es la que se enfoca en el mismo, ya que más que ser una herramienta para tomar decisiones se toma como elementos de control público para evaluar el rendimiento de los servidores dentro de un determinado periodo de tiempo. Cabe aclarar que hasta la fecha no existe ningún indicador de gestión pública en el turismo que permita evaluar la vocación turística de un territorio urbano, por lo que se lo incluye como parte del discurso político y los procesos de rendición de cuentas.

Figura 89.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Planificación Turística” del Ministerio de Turismo.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En lo que respecta a la categoría “planificación turística”, esta es la que menos concordancia y consistencia presentó dentro de los entrevistados, debido a que dicho hecho se lo ha relegado como actividad exclusiva del ente central, por lo que las zonales no lo identifican como un factor relevante al momento de establecer su gestión institucional.

El código utilizado con mayor frecuencia por los involucrados corresponde al sistema turístico, el cual establece la estructuración de los elementos y/o variables fundamentales para que se pueda desarrollar la actividad turística en un lugar determinado, por lo que expresan que lo más relevante para la delimitación de la vocación turística del territorio debe ser la identificación y análisis de los atractivos turísticos que posee el lugar, los prestadores de servicios turísticos existentes en el sitio, los flujos turísticos que llegan al sitio, la conectividad, accesibilidad y red de soporte que favorece la realización de actividades turísticas en el lugar.

En lo que respecta al enfoque de planificación, supieron expresar en su mayoría que ésta es su limitante más palpable, ya que lamentablemente en el Ministerio se ha tenido asignaciones políticas más que meritocráticas, lo que se traduce en un abordaje superficial y poco tecnificado en la toma de decisiones referentes al sector turístico. Manifestaron además que sus esfuerzos se han centralizado en procesos de promoción y publicidad de destinos consolidados.

Por otra parte, todos los entrevistados indicaron que la vocación turística del territorio debería estar incluida dentro de los procesos de planificación turística institucional nacional y local. Algunos de ellos expresaron que hasta la fecha no han encontrado la aplicación de alguna herramienta que permita determinar dicho factor en sus territorios, lo que en algunos casos ha podido repercutir en las acciones favorables al espacio urbano.

En cuanto al código correspondiente a herramientas de planificación turística, 3 de las 4 instituciones expresan que el contar con un instrumento técnico que permita valorar la vocación turística de espacios urbanos permitirá mejorar los procesos de gestión turística del lugar, diversificar la oferta de sitios de visita y mantener una visión real del contexto turístico existente en el sitio de análisis, pero también expresaron que debería manejarse dicho tecnicismo de la forma más sencilla posible, en lo que se refiere a la claridad y sencillez en su aplicación, ya que la mayoría del personal operativo que trabaja en estas instituciones no cuenta con una formación turística sólida.

7.2.2.2. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas): Organizaciones de Gestión de Destino.

Para el proceso de investigación se consideró incluir a los mecanismos de descentralización de la actividad turística nacional. De acuerdo con el marco normativo nacional, los Gobiernos Autónomos Descentralizados tienen la capacidad de poder crear instituciones públicas (propias o en concesión) encargadas específicamente de los procesos de desarrollo turístico. Se cuentan hasta la fecha con 3 OGD's ubicadas en: Quito, Cuenca y Guayaquil.

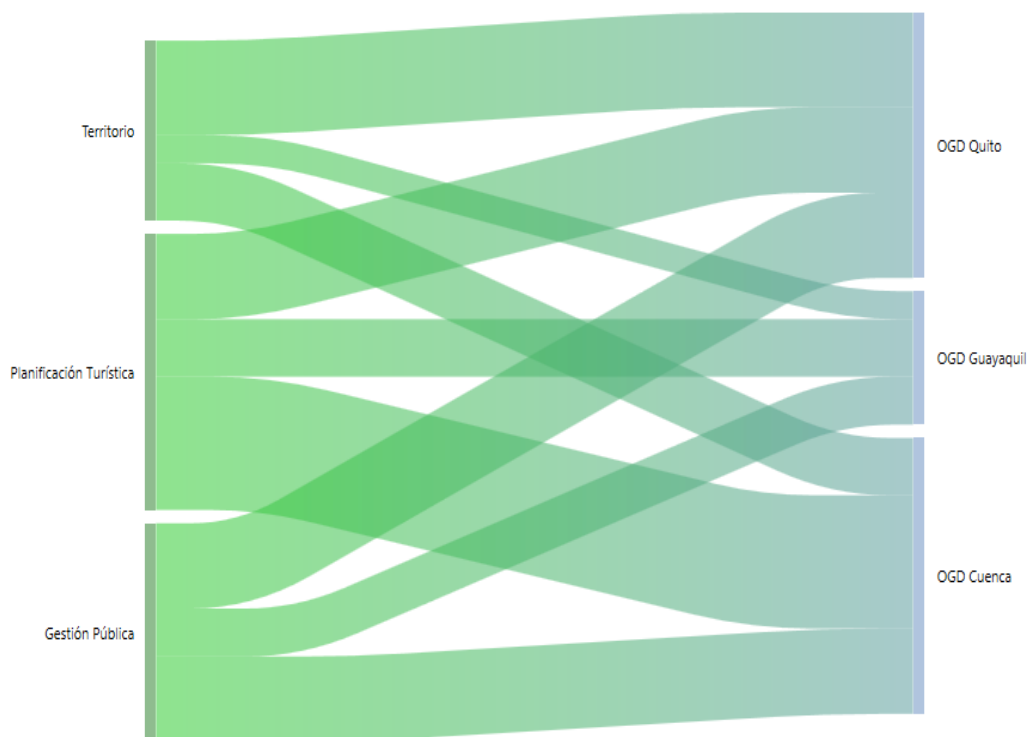
En la figura 90, se puede identificar con qué categorías se están asociando el término vocación turística, que en este caso se focaliza en la planificación turística, ya que como parte de sus funciones y competencias las OGD's tienen la capacidad de generar los procesos de planificación del espacio en el cual ejercen su actividad. Pero solamente Quito y Cuenca lo han realizado, Guayaquil aún no ha generado procesos de planificación turística.

En lo que respecta a la categoría correspondiente a la gestión pública, se puede inferir que las organizaciones se han enfocado en direccionar y fortalecer la actividad turística en cada uno de los espacios urbanos a su cargo, pero en su caso particular se han enfocado principalmente en mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos ofertados en el lugar y orientar las actividades del destino para encuadrarse en los nuevos requerimientos de la demanda de cada lugar. En lo que respecta a la vocación turística, supieron indicar que no cuentan con una herramienta de medición, valoración o determinación de la vocación turística del lugar, pero que con la trayectoria en turismo que cada uno cuenta se fundamenta el fortalecimiento de dicha actividad.

Finalmente, en lo que respecta a la asociación con la categoría denominada territorio, cada uno de los organismos han tratado de relacionar al territorio con la actividad turística, recalando la visión de cada lugar, ya que se encuentran ciertas discrepancias en el abordaje. Para los casos de Quito y Cuenca, conciben que la vocación turística se fundamenta principalmente con el componente territorial, ya que el mismo fundamenta la estructuración de los procesos de planificación, gestión y creación de parámetros válidos para el funcionamiento turístico. En cambio, para el caso de la ciudad de Guayaquil se especifica que el territorio no forma parte importante para el desarrollo de actividades turísticas en la ciudad, ya que es un componente intrínseco del lugar que no afecta a las modalidades turísticas del sitio.

Figura 90.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de las Organizaciones de Gestión de Destino en Ecuador.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

Las organizaciones de gestión de destino demuestran un abordaje disperso, ya que la orientación de las acciones públicas generadas por cada una en los territorios presenta diferentes enfoques y orientaciones las cuales direccionan su accionar relacionado con la vocación turística.

Partiendo del primer código, “desarrollo territorial”, correspondiente a la presente categoría, solamente la OGD de Quito identifica que debería ser un elemento por tomar en consideración para la determinación de la vocación turística del territorio, debido a que el conocer los lineamientos y orientaciones territoriales permitiría perfilar mejor las acciones públicas orientadas al fortalecimiento de las actividades turísticas en el lugar.

Para el código denominado “Comunidad Local”, las tres organizaciones coinciden que el trabajar de forma activa con los residentes. Sus percepciones, ideologías y temores sobre el desarrollo de la actividad turística en el lugar deben

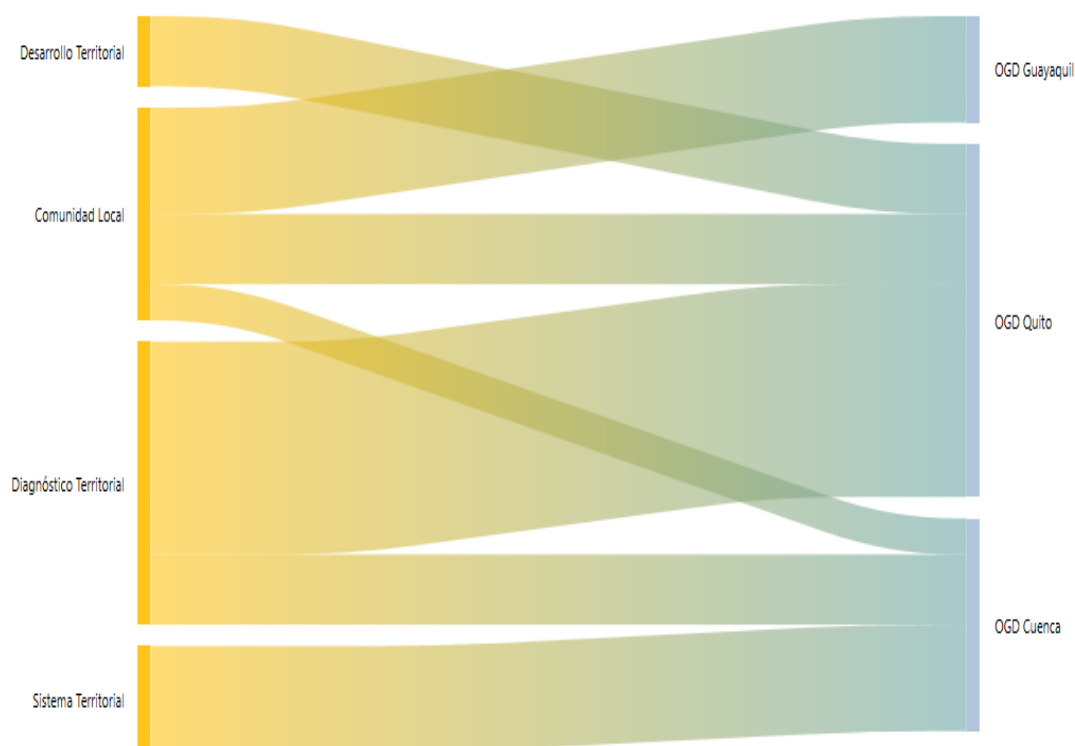
ser el punto crucial de análisis para alcanzar un grado de apertura adecuado que solvente las acciones de desarrollo turístico que se deseen implementar en el sitio.

En cuanto al “diagnóstico territorial”, las tres instituciones coinciden en que se debe analizar de forma pormenorizada a los elementos del sistema turístico (atractivos y prestadores) que en él se encuentran, definiendo claramente sus limitaciones y alcances, pero recalcan la importancia de que el abordaje del diagnóstico sea exclusivamente en el área turística.

En lo que corresponde al “sistema territorial”, solamente la OGD de Cuenca establece su incorporación en el análisis, pero porque lo relaciona con la aplicación de la política pública relacionada con el ordenamiento territorial, la cual es efectiva en el Ecuador desde el 2004.

Figura 91.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Territorio” de las Organizaciones de Gestión de Destino.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En lo que respecta a la categoría “gestión pública”, se puede evidenciar, al igual que la categoría anterior, que las OGD’s de Quito y Cuenca comparten el abordaje de la vocación turística con relación a las codificaciones asignadas, pero la OGD de Guayaquil no mantiene el mismo enfoque. Esto se debe a que las dos primeras organizaciones se encuentran en destinos turísticos urbanos posicionados a nivel internacional, mientras que el último corresponde a un destino turístico urbano de importancia mayoritariamente nacional.

En lo que corresponde al código denominado “marco normativo”, las OGD’s de Quito y Cuenca consideran que para fortalecer los procesos de determinación de vocación turística del territorio se debe tomar en cuenta los lineamientos establecidos dentro de las leyes y reglamentos nacionales relacionadas con la regulación de las actividades turísticas dentro del territorio, ya que en estos espacios la informalidad formó parte del lugar en sus primeros años, pero con las gestiones de control *in situ* se ha logrado minimizar los impactos negativos de dicha actividad.

En cuanto a la “política pública”, solamente la OGD de Guayaquil indicó que debería considerarse para el proceso de evaluación de la vocación turística del territorio, ya que indican que debería ser un direccionamiento centralizado y homogeneizado para todos los territorios a nivel nacional, evitando así las discrepancias territoriales que podrían surgir por efecto de su aplicación.

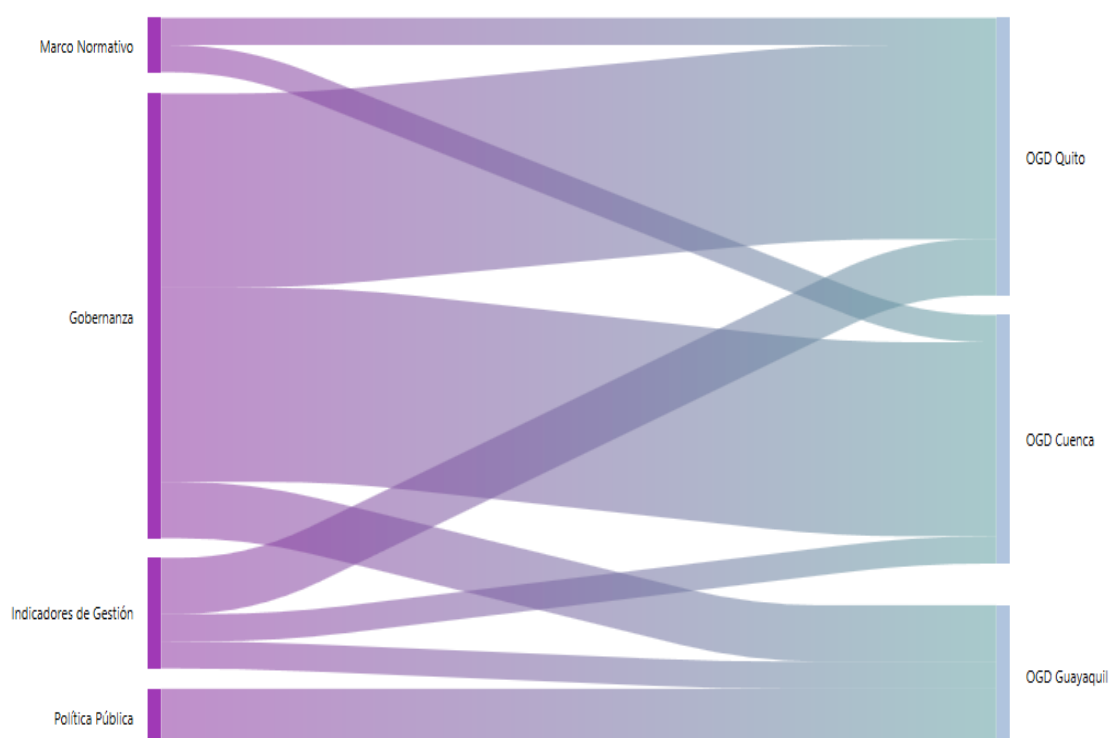
Por otra parte, el código denominado “indicadores de gestión”, al igual que el primer código analizado, solamente dos de los tres organismos lo nombran un elemento básico para el análisis de la vocación turística, ya que expresan que si no se cuenta con indicadores medibles sobre elementos clave de planificación, gestión y evolución de los principales aspectos relacionados con el sector turístico. Adicionalmente expresan que en el sector público es un requerimiento institucional actual el mantener y manejar variables turísticas locales urbanas.

Finalmente, en el código de “gobernanza” es el único en el cuál las tres organizaciones coinciden que debe ser una base fundamental para la determinación y/o evaluación de la vocación turística del territorio, debido a que

éstas son las llamadas a orientar y guiar la actividad turística en el destino urbano, y admiten que es una de las cuentas pendientes en su gestión, debido a que se han enfocado principalmente en la promoción, publicidad y mejoramiento de la calidad percibida de las ciudades.

Figura 92.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Gestión Pública” de las Organizaciones de Gestión de Destino



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

La última categoría de análisis del grupo establece una relacionalidad interesante entre los organismos de gestión de destino de las tres ciudades. E incluso se puede inferir que es la que mayor nivel de coincidencia se puede encontrar, principalmente porque tiene que ver directamente con la acción de planificación turística de los espacios urbanos, ya que dentro de la normativa legal vigente nacional indica que es una de sus competencias obligatorias a cumplir cada 4 años.

El único código que solamente fue citado por dos de las tres instituciones analizadas es el “proceso de planificación”. Dichas organizaciones indican que

es necesario contar con un instrumento técnico que permita mejorar los procesos de planificación y que armonice los elementos territoriales y turísticos, porque lamentablemente en estos procedimientos se toma en consideración solamente a los atractivos turísticos, los prestadores de servicios y los flujos de visitantes; y que en muchos de los casos no responden a la realidad territorial, debido a que los planes turísticos deben responder a una ideología política centralizada que se fundamenta en un discurso político recurrente.

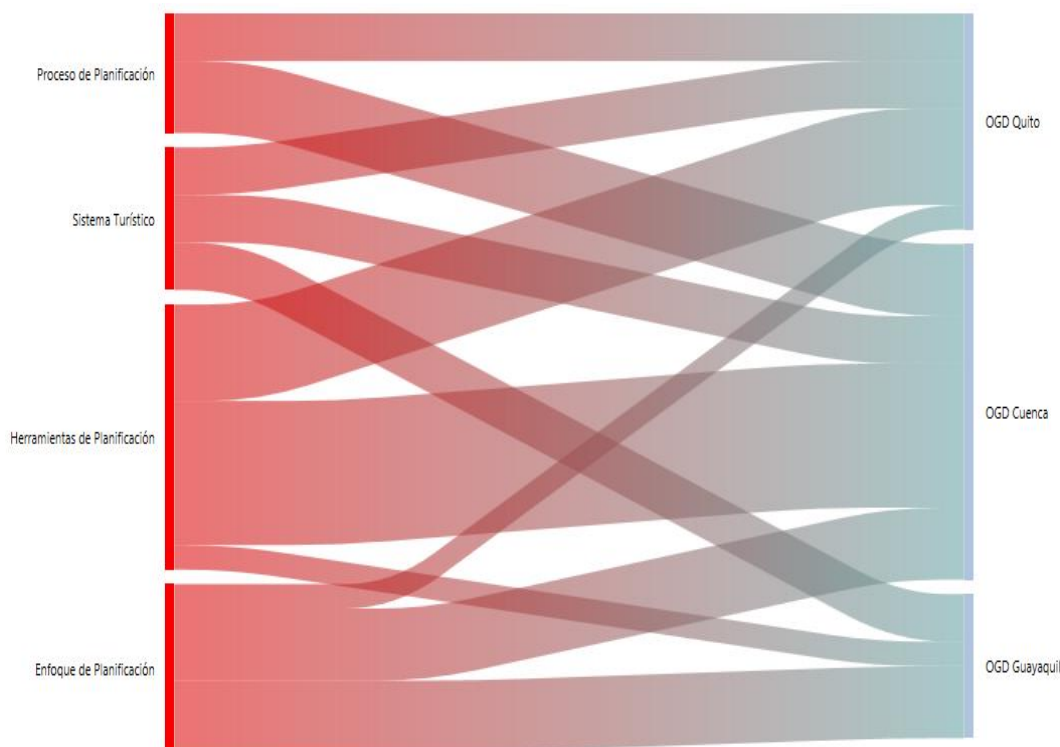
La primera coincidencia generalizada entre los actores se encuentra en el código correspondiente a “enfoque de planificación”, en el cual indican que es necesario contar para el desarrollo de estos procesos con profesionales técnicos que categoricen, analicen e identifiquen de manera correcta los componentes relacionados con la vocación turística del territorio.

En lo que corresponde al “sistema turístico” las tres organizaciones concuerdan con que se debe establecer lineamientos claros y una delimitación específica de los elementos que deben formar parte de la determinación de la vocación turística de un territorio, ya que los niveles de importancia entre los elementos que conforman el sistema son dispersos en la actualidad, e incluso no siguen la misma modalidad de integración de elementos.

Por último, en el código correspondiente a “herramientas de planificación”, los involucrados establecen que la determinación de la vocación turística del territorio se debería utilizar para fortalecer los procesos de planificación turística en los territorios urbanos, pero indican también que, debido a la complejidad del análisis, se debe mantener una línea de aplicación sencilla, evitando complejizar la herramienta, para favorecer su utilización y adopción por parte de los servidores públicos.

Figura 93.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Planificación Turística” de las Organizaciones de Gestión de Destino.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

7.2.2.3. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevista semiestructurada): Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Son instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana. En el caso de las 9 ciudades incluidas en el presente estudio, cada uno de los GAD's cuentan con un departamento de turismo el cual está encargado del fortalecimiento de la actividad turística del sitio.

Figura 94.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.



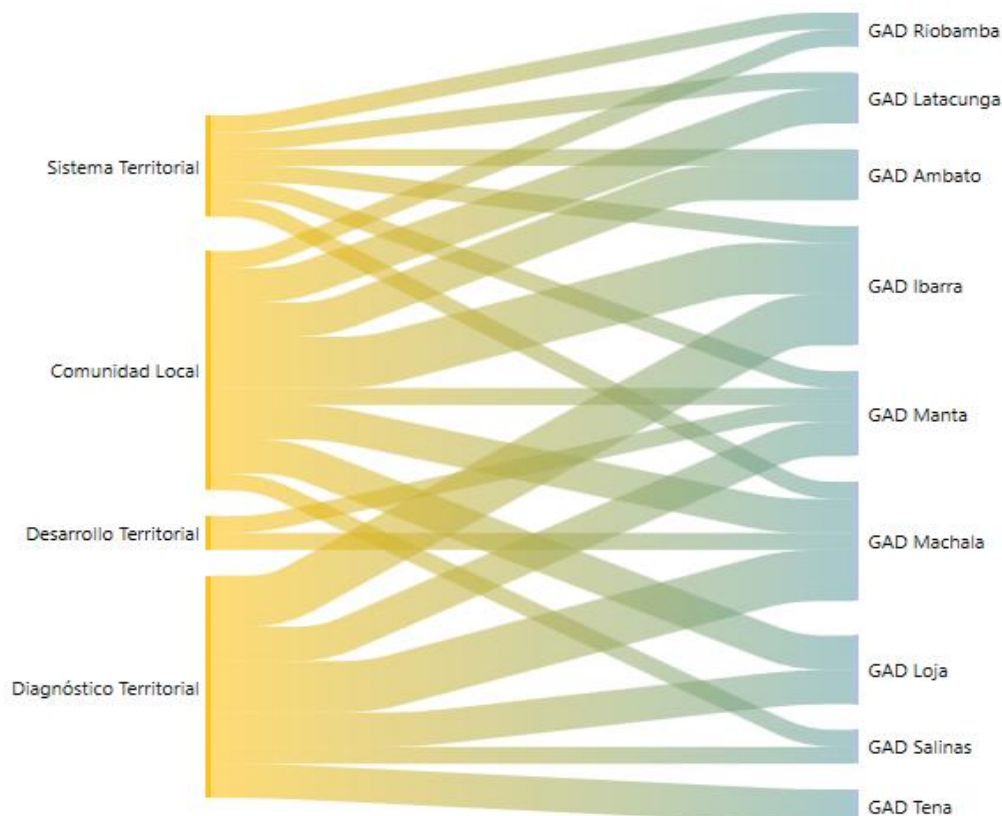
Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

El análisis correspondiente a los 9 gobiernos autónomos descentralizados de las ciudades que integran la presente investigación mantiene la misma línea de concordancia que se puede visualizar en el análisis de las organizaciones de gestión de destino.

Enfocan su mayor nivel de coincidencia en las categorías de gestión pública y planificación turística, expresando que el territorio es fundamental para el desarrollo de la actividad turística pero que el mismo sirve para dinamizar las acciones públicas turísticas en espacios urbanos, y se resalta que los involucrados indican que la determinación de la vocación turística del territorio es fundamental.

Figura 95.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Territorio” de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

De acuerdo con lo que aparece en la ilustración 95, se puede observar el abordaje y cómo relacionan el término vocación turística del territorio con la categoría “territorio”. Cabe recalcar que este grupo de involucrados del sector público solicitó de manera expresa y conjunta que las preguntas del instrumento se las haga llegar con al menos dos semanas de antelación a la fecha de esta.

El código “desarrollo territorial” fue solamente citado por 2 de las 9 organizaciones públicas, ya que indican que el ítem debería formar parte de los procesos relacionados con el desarrollo turístico de un lugar, pero que los mismos no sean cien por ciento territoriales, sino que presenten un enfoque turístico para mejorar la gestión pública de los representantes públicos.

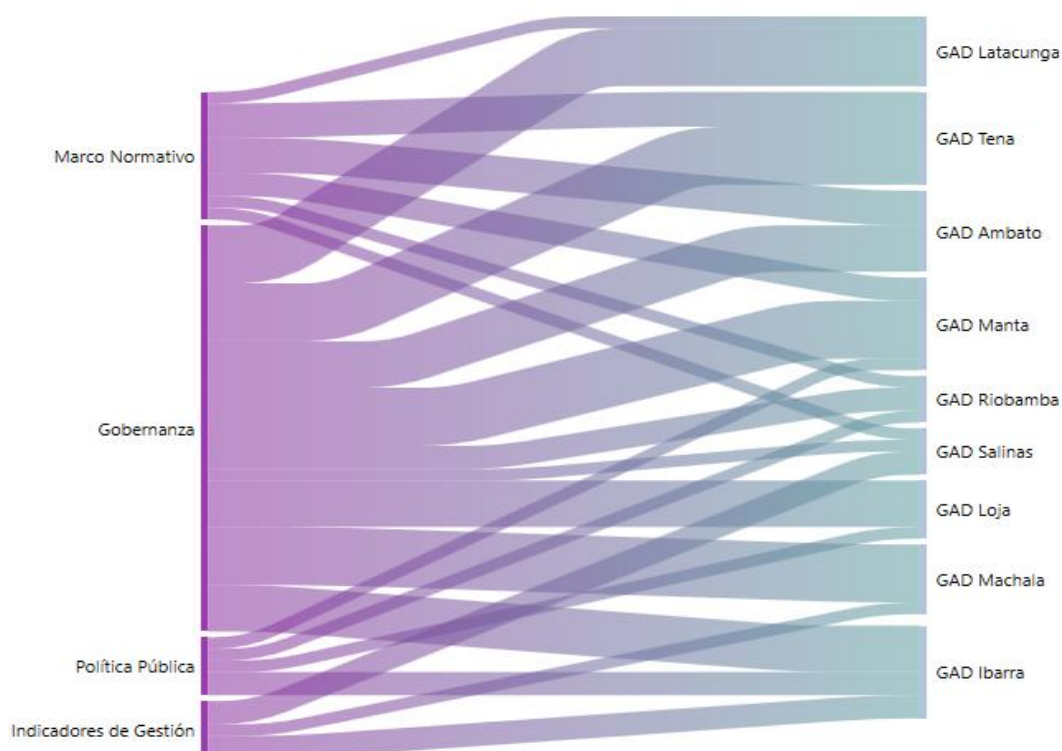
En lo que respecta al código “sistema territorial” se puede señalar que 6 de las 9 organizaciones lo toman en consideración, pero más que tomarlo como una

relación con el proceso de determinación de la vocación turística del territorio sino más bien como un requerimiento nacional de los procesos de planificación y ordenamiento territorial establecidos como política pública, por lo que expresan que los espacios urbanos cuentan con dicha información actualizada, pero que la misma no tiene un enfoque turístico. En este mismo contexto se encuentra el código “diagnóstico territorial”, por lo que además supieron expresar que el término y enfoque de la investigación actual, lo interpretan más desde una perspectiva de territorio más que un análisis turístico aplicado.

Por otro lado, se encuentra el código “comunidad local”, que es el único citado por todos los miembros del sector público, ya que expresan que es necesario socializar los beneficios, impactos y lineamientos relacionados con el desarrollo de la actividad turística que se pretende realizar o efectuar en el territorio urbano, enfatizando que de su nivel de apertura depende el éxito de la gestión turística en el sitio.

Figura 96.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Gestión Pública” de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

La categoría correspondiente a “gestión pública” condensa la mayoría de las coincidencias en el código “gobernanza”, ya que todos los encargados indican que es competencia específica de los gobiernos autónomos descentralizados el mejorar el entorno y contexto del lugar para el desarrollo continuo favorable de las actividades turísticas, expresando además que su principal función es armonizar los direccionamientos estratégicos nacionales aterrizándolos con la realidad del espacio urbano bajo su dirección, relacionándolo estrechamente con el código “indicadores de gestión”, expresando que van de la mano.

Luego podemos observar la implicación del código “marco normativo”, en la cual la mayoría de las instituciones públicas expresan que su labor se fundamenta principalmente en los límites que les permite ejercer, tanto las leyes como los reglamentos nacionales relacionados con el sector turístico, pero también expresan que la ley orgánica de turismo nacional está desactualizada y descontextualizada, lo que ha limitado mucho sus competencias turísticas en el territorio, limitándose a la identificación, control y regulación de los prestadores de servicios turísticos e inventarios.

En lo que respecta a “política pública”, algunos de los miembros del sector turístico indican que su principal labor es socializar y aplicar la política turística nacional en el territorio, pero solamente lo hacen con los prestadores de servicios y las agremiaciones turísticas del sitio.

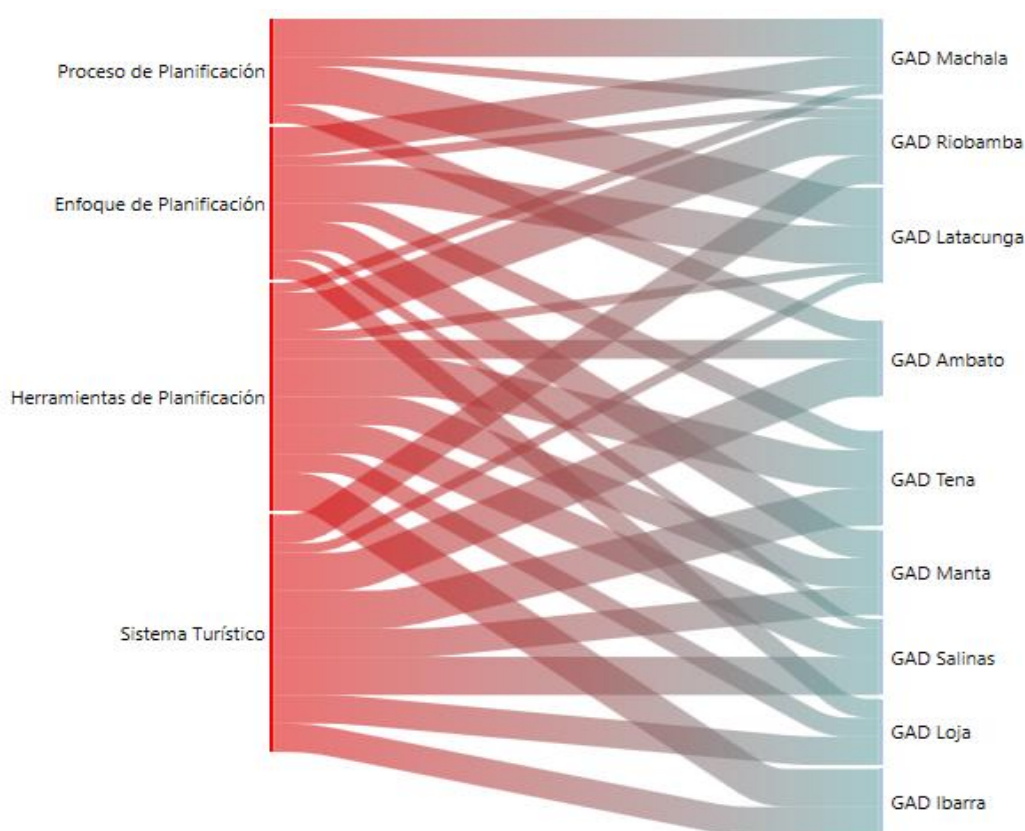
Por último, encontramos la categoría de “planificación turística”, en la cual se visualiza el mayor número de consistencia entre los involucrados, principalmente porque es la categoría que más se relaciona con el sector turístico principalmente, pero también cabe recalcar que los agentes públicos supieron disculparse en un inicio al indicar que no cuentan con una formación profesional en el ámbito del turismo, pero que se han preocupado por tomar cursos de capacitación que les permitan mejorar sus conocimientos en el área.

El código denominado “proceso de planificación” expresa que se debe incluir como parte de este a la vocación turística del territorio, incluyéndose como elemento fundamental en la fase de diagnóstico turístico aplicado al lugar.

Adicionalmente establecen que, debido a las diferencias en el protocolo de planificación turística en espacios urbanos en el país, la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME) ha tratado de generar una metodología que se aplique a nivel nacional por parte de cada uno de los involucrados; la misma ha sido consensuada en el mes de junio de 2022.

Figura 97.

Diagrama de Sankey sobre las categorías de análisis deductivo de la categoría “Planificación Turística” de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

El “enfoque de planificación” es uno de los elementos críticos para las organizaciones públicas correspondientes, ya que expresan que el direccionamiento de las acciones en el sector turístico parte del sector público, en concordancia y trabajo conjunto con los actores directos del sector, pero liderados por la parte pública.

En lo que corresponde al “sistema turístico” se puede encontrar un nivel de concordancia relevante, debido a que expresan que para poder establecer

claramente si un territorio cuenta o no con una vocación turística es necesario analizar a los componentes clave del sector turístico, expresando que deben estar ahí los atractivos turísticos, los prestadores de servicios, las modalidades de turismo del lugar y la conectividad del sitio.

Finalmente, el código correspondiente a “herramientas de planificación”, existe un consenso generalizado entre todas las instituciones públicas, las mismas expresan que la metodología para valorar la vocación turística de un territorio urbano debe formar parte directa de los instrumentos técnicos a ser aplicados en un determinado lugar, pero expresan que el mismo sea claro y de fácil aplicación.

7.2.2.4. La perspectiva de los gestores turísticos (entrevistas semiestructuradas): Redes Semánticas.

Por otra parte, una vez finalizados los análisis individualizados de las aportaciones de cada uno de los miembros del sector público, se estableció la importancia de elaborar las redes semánticas por categoría que permitan profundizar el análisis correspondiente, entendiendo que las redes semánticas son esquemas que pretenden identificar relaciones, interrelaciones y comportamientos entre los códigos de cada categoría asignada para el análisis cuantitativo (Saldaña, 2013).

Para el efecto se elaboraron 4 redes semánticas, una por cada categoría de análisis y una general que engloba la relación existente entre los códigos, categorías y el factor de investigación central.

En la ilustración 98 se encuentra la relación entre los códigos de la categoría “territorio”. Se puede identificar la relación bidireccional entre el sistema territorial y el diagnóstico territorial, ya que los mismos trabajan de forma armónica, debido a que en el sistema se incluyen los elementos que se evidencian en el lugar y el cómo funcionan en un contexto real, mientras que en el diagnóstico se utilizan técnicas de análisis de las interrelaciones de los componentes sistémicos por lo cual se han determinado como elementos

interdependientes, ya que para hacer un buen diagnóstico territorial se parte de una delimitación e identificación clara de los componentes del sistema.

De la misma manera, se evidencia que la identificación clara de los componentes del sistema territorial de un lugar genera espacios adecuados que permitan establecer herramientas que fortalezcan el desarrollo territorial del sitio; en este aspecto la relacionalidad de los lineamientos planteados propician o limitan el desenvolvimiento adecuado de la actividad turística en el sitio.

Adicionalmente, la base para la toma de decisiones estratégicas territoriales debe estar en concordancia con los resultados obtenidos del diagnóstico territorial, aquí se debe rescatar que en los planes de desarrollo y ordenamiento territorial de las principales ciudades del Ecuador el abordaje del sector turístico se ve limitado, ya que dicha información se limita principalmente a la contribución económica de la actividad, sin establecer indicadores integrativos.

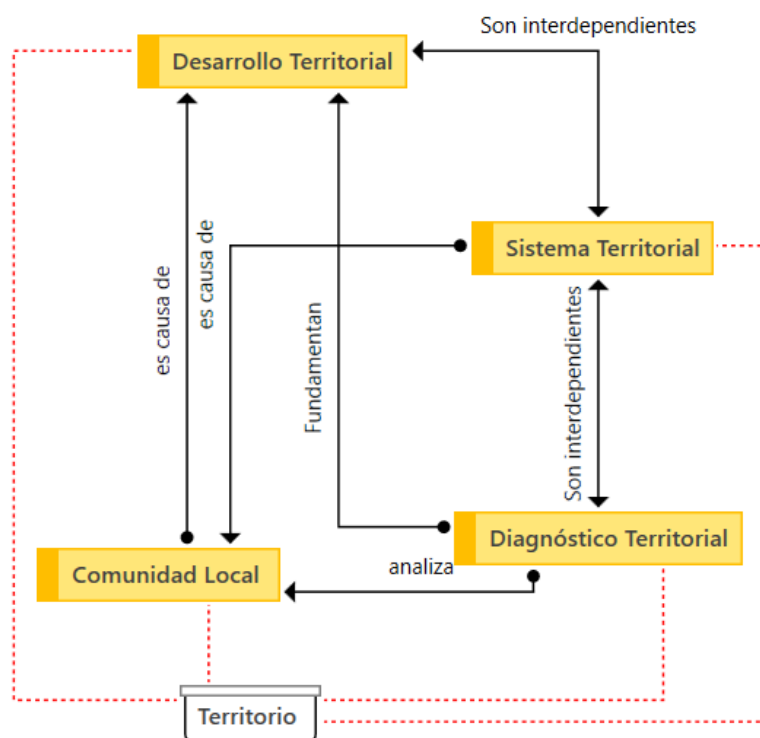
Pero el resultado más interesante de la red corresponde a la comunidad local, ya que se convierte en el eje estratégico de la misma, debido a que el conocimiento, análisis e incorporación de la comunidad local para el desarrollo de actividades turísticas en el territorio resulta ser fundamental, y una deuda pendiente de la gestión pública en su accionar.

En este aspecto, los residentes del sitio forman parte activa del sistema territorial establecido, por lo cual en el proceso para la determinación del diagnóstico territorial requiere que se involucren herramientas claras para la medición e identificación de este, convirtiéndose la comunidad en el eje crítico de desarrollo territorial de cualquier espacio urbano.

Armonizando los resultados establecidos en la investigación, se determina que como elemento básico para la determinación de la metodología de medición de la vocación turística del territorio se debe incluir a la comunidad local del lugar.

Figura 98.

Red Semántica de la categoría “Territorio”.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En la ilustración 99, se analiza la relación de los códigos correspondientes a la gestión pública de los organismos en el ámbito turístico dentro de los espacios urbanos. Dentro de este aspecto, a pesar de que se abarcaron diversas jerarquías organizativas, se pudo encontrar puntos de consenso muy interesantes y bastante enfocados. Cada uno de los involucrados supo expresar su postura dentro de los distintos niveles de competencia territorial en los cuales tiene injerencia directa.

La base de la red se cimenta en el marco normativo nacional, ya que el mismo delimita las obligaciones, funciones y competencias en el sector turístico que cada uno puede realizar, pero supieron explicar que su principal aprehensión se centraliza en la desactualización de dichos elementos legislativos, principalmente con la Ley Orgánica de Turismo, cuya vigencia inició desde el año 2002.

Por ello, el marco normativo se relaciona directamente con el modelo de gobernanza y política turística que se instauran en el lugar; cabe recalcar que

lamentablemente existen vacíos técnicos legales que limitan el accionar de las instituciones públicas dentro del ámbito turístico nacional, pero eso no exime de responsabilidad a los mismos como los que lideran los procesos técnicos en turismo.

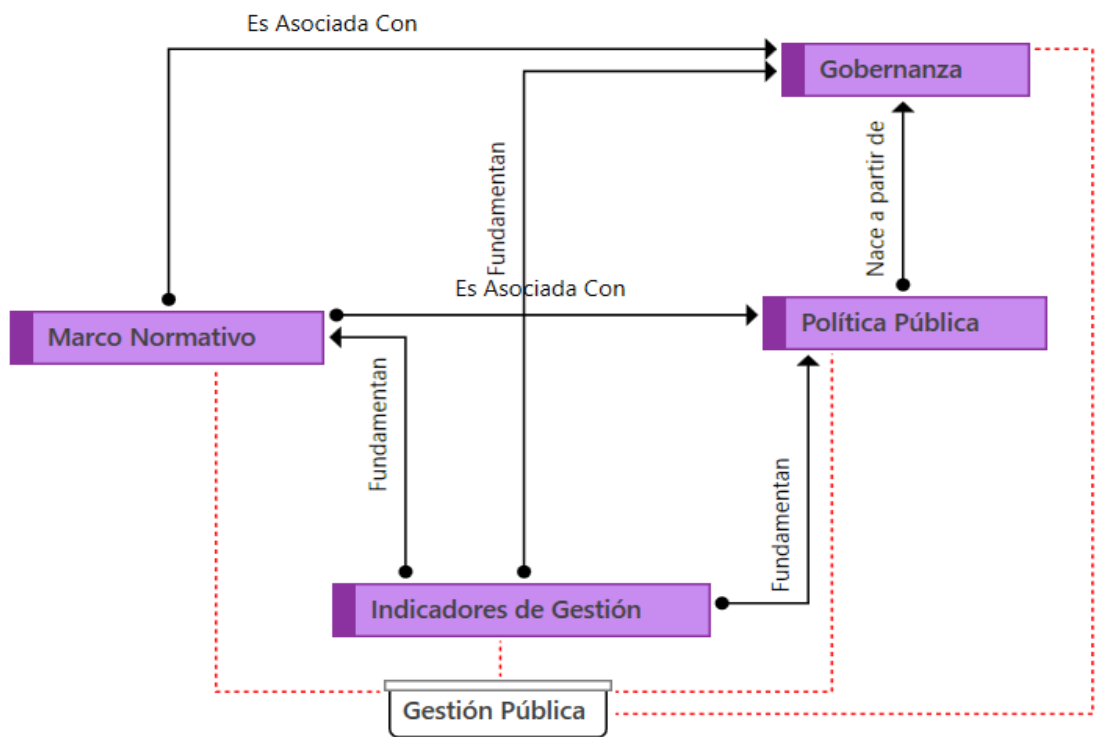
En lo que respecta a los indicadores de gestión, los entrevistados indican que son la base del análisis y un requerimiento público institucional, pero que los mismos se enfocan principalmente en los procesos de planificación organizacional, más que en algún enfoque específico relacionado con la actividad turística. Por lo que expresaron que se debería incluir indicadores específicos para mejorar el desarrollo turístico territorial, por lo que consideran que la elaboración de una herramienta que defina la vocación turística del territorio sería una aportación estratégica necesaria.

Pero el factor de mayor incidencia en la categoría corresponde a la gobernanza, ya que los entrevistados expresan que la delimitación, análisis y/o diagnóstico para la determinación de la vocación turística del territorio debe estar liderada por el sector público encargado del desarrollo del sector turístico en la ciudad o espacio urbano. Los indicadores de gestión territorial fundamentan los modelos de gobernanza local, las cuales deben estar asociadas y enmarcadas en lo establecido dentro del cuerpo legal a nivel nacional, provincial y municipal, pero el principal problema existente, de acuerdo con los actores públicos, se encuentra en el nivel de formación, profesionalización y conocimiento de los encargados de dicha actividad, en todos los niveles, estratégicos y operativos.

Finalmente, la política turística resulta ser una de las deudas pendientes en cuestiones turísticas, ya que las mismas han demostrado ser centralizadas y poco contextualizadas, debido a que la misma se plantea desde la cúpula ministerial y no se adapta a los requerimientos específicos de cada uno de los espacios urbanos. Teóricamente, se supone que la política turística establece los parámetros de gobernanza a ser aplicados, pero en la realidad nacional, funciona al revés, lo cual limita una adecuación real de las acciones públicas en el sector turístico.

Figura 99.

Red Semántica de la categoría “Gestión Pública”.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En lo que respecta a la red semántica que analiza la categoría denominada planificación turística (Véase ilustración 100), se puede identificar la relacionalidad existente entre los códigos de esta, resaltando que fue en la que en mayor nivel de concordancia existió entre los entrevistados, ya que todos expusieron que la metodología de vocación turística del territorio sería una herramienta que potencializa las acciones de planificación turística en los espacios urbanos, especialmente en ellos, debido a que en la mayoría de ellos ya cuentan con actividades avanzadas en el ámbito y que ellas no cuentan con dicha fundamentación.

En lo que corresponde al enfoque de planificación turística, los entrevistados indican que no existe una determinación clara del cómo realizar los procesos de planificación y tampoco se maneja una estandarización en el mismo, por lo que se puede encontrar discrepancias entre los diferentes niveles de gestión turística en los territorios, ya que lo expresado por el Ministerio se encuadra en un enfoque sostenible, las organizaciones de gestión de destino se orientan en un

enfoque accesible y finalmente los gobiernos autónomos descentralizados mantienen un enfoque estratégico. Ninguno de ellos comparte criterios claros orientados con el mejoramiento de la actividad turística de los diversos espacios urbanos.

Luego encontramos al proceso de planificación, que al igual que el código anterior, no cuenta con una armonización clara y estandarizada entre los diferentes niveles organizativos institucionales, pero establecen que como etapas comunes se encuentran las fases de diagnóstico, análisis, formulación, ejecución y evaluación.

Se puede recalcar que el enfoque y el proceso de planificación resultan ser interdependientes, es decir, que el enfoque establece los parámetros a ser aplicados dentro del proceso de planificación, los mismos que no son iguales entre ninguno de los territorios urbanos del país; llevando la delantera en esto las organizaciones de gestión de destino sobre los gobiernos autónomos descentralizados.

En lo que corresponde a las herramientas de planificación turística, resulta ser uno de los ejes puntales más relevantes para la planificación, ya que en su totalidad los entrevistados expresan que la metodología para la valoración de la vocación turística del territorio formaría parte trascendental de los procesos de planificación turística nacional y/o local, debido a que una de las exigencias de las planificaciones turísticas en el país, expresan que se debe contar con instrumentos técnicos que solventen el diagnóstico turístico generado en el espacio determinado.

De la misma manera, las herramientas de planificación parten del enfoque de planificación nacional, el cual a su vez es el que delinea las acciones específicas locales a ser aplicadas en los espacios urbanos por parte de los gestores públicos; las mismas fortalecen los abordajes técnicos que se efectúen en los procesos de planificación aplicados en el lugar. Por último, el análisis del sistema turístico del espacio urbano debe contar con elementos de valor que potencialicen la toma

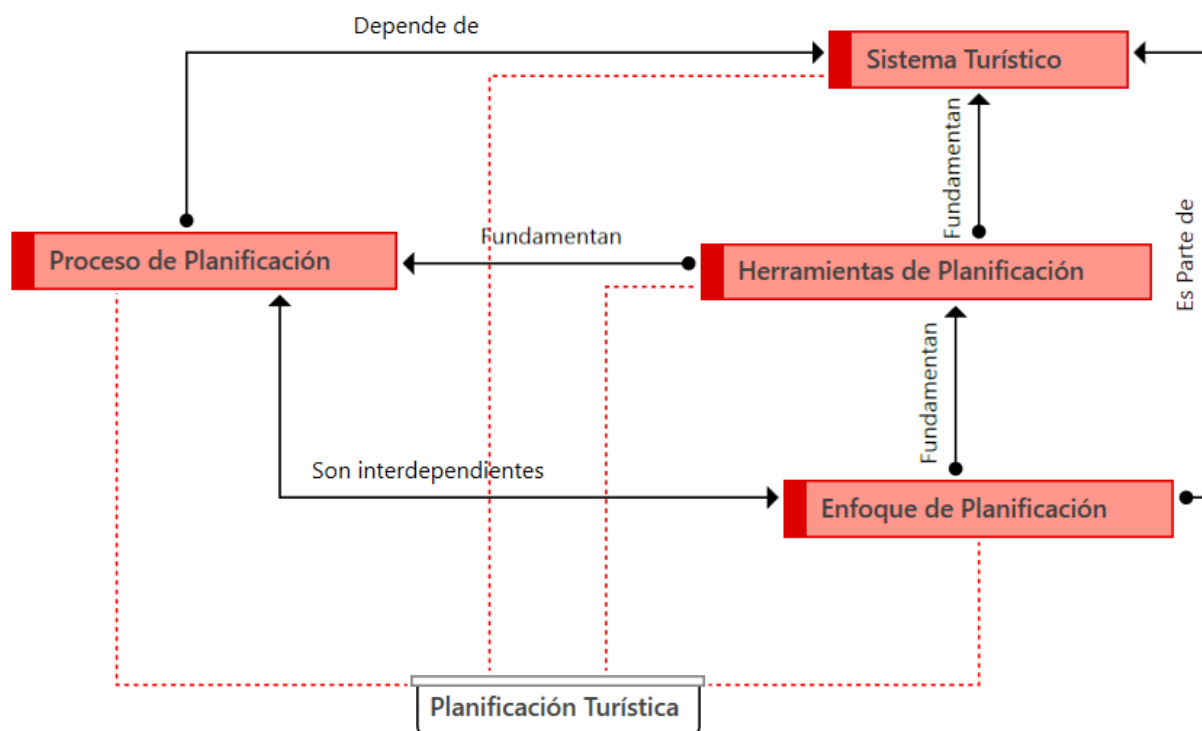
de decisiones, evitando que las mismas se queden establecidas en un papel sin ninguna ejecución real.

Finalmente, los entrevistados establecen la importancia de generar un análisis exhaustivo del sistema turístico real del lugar, el cual consta de los siguientes elementos: oferta (atractivos y prestadores de servicios), demanda (flujos turísticos), conectividad, accesibilidad e infraestructura del lugar.

Expresan su preocupación en este aspecto, ya que la informalidad, desactualización de los datos relacionados y la ineficiente aplicación de la normativa turística limita el contar con una base de datos coherente y consistente en cada uno de los territorios, encontrando discrepancias entre la información manejada por el Ministerio de Turismo y las organizaciones de gestión de destino o los gobiernos autónomos descentralizados.

Figura 100.

Red Semántica de la categoría “Planificación Turística”.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

En conclusión, se elaboró una red semántica general, la cual relaciona las categorías y códigos establecidos en el análisis cualitativo de la presente investigación.

La ilustración 101 establece la relación entre el tema de investigación y las categorías de análisis generado, en el cual se puede identificar que los 12 códigos generados de las 3 categorías se interrelacionan de una manera más amplia, robusteciendo el enfoque propuesto. Cabe destacar, que solamente se profundizará en la interrelación de los códigos de diferentes categorías, ya que la interrelación interna por categoría se la realizó en los párrafos anteriores.

Dentro de los principales hallazgos que se pueden encontrar está la relación entre la comunidad local, y cómo ésta forma parte integral del análisis del sistema turístico que proponen los entrevistados, ya que sus percepciones pueden afectar a la imagen percibida y la capacidad de recepción de los destinos urbanos.

Por otra parte, se recalca que la política turística debe ser el eje central de cualquier proceso de planificación, ya sea a nivel nacional o local, armonizando las acciones, abordajes y orientaciones del plan, evitando la duplicidad de esfuerzos, o en el peor de los casos, la contradicción entre las propuestas locales y lo establecido por el ente rector de la actividad turística del país. Además, establecen que la política debería ser el resultado del sistema territorial del lugar, tratando, en la medida de lo posible, de caracterizarlo de una forma real.

Otro hallazgo importante alude a que el enfoque de planificación turística a ser aplicado por un espacio urbano debe surgir de los lineamientos de desarrollo territorial específico de la actividad turística, comprendiendo que la misma es parte integrante de la dinámica territorial diversa de cualquier contexto, pero que al ser un sector estratégicamente priorizado por el sector público debe contar con un sustento fuertemente proactivo.

Del mismo modo, establecen que los enfoques de planificación son directamente dependientes de la gobernanza turística que se ejecute a nivel nacional y/o local, viéndose afectada la misma por el abordaje, profesionalismo y tecnicismo que

se pueda impregnar en las acciones de desarrollo turístico aplicado a los territorios urbanos, o en muchos de los casos la ausencia de gestión y orientación de promoción.

Otra relación por resaltar se obtiene de los indicadores de gestión, ya que los entrevistados indican que los resultados de estos deben ser tomados en cuenta como parte de las herramientas de planificación turística, concordando así el abordaje territorial, público y del sector de una forma integrativa real. En este aspecto, lastimosamente las herramientas de planificación turística actuales utilizadas por el sector público, no toman en consideración a los resultados obtenidos de la medición en la gestión pública de un determinado lugar, ya que, por efecto político, no se considera nada de lo que se ha realizado por parte de los otros periodos asignados en los diferentes cargos públicos. Esto se da tanto a nivel nacional como local, y es indistinto a la tipología de organización pública.

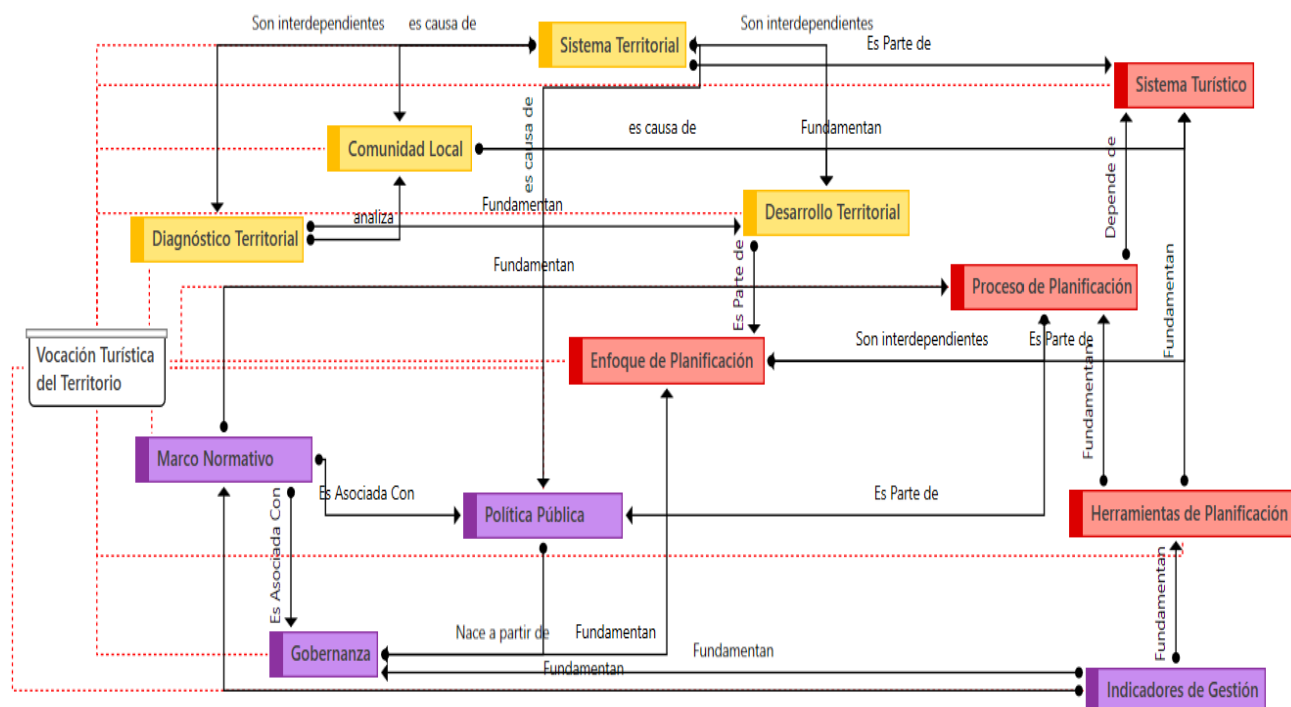
A modo de síntesis, los principales elementos a tomar en consideración para el planteamiento de la metodología valorativa de vocación turística del territorio contemplan la gobernanza, la política turística, la comunidad local y el sistema turístico, todos ellos expresados en una herramienta integrativa.

Los otros elementos codificados, si bien es cierto colaboran a tener un panorama más claro de la implicación pública en el sector turístico de los destinos urbanos, mayoritariamente se encuadran en acciones relacionadas con mecanismos de gobernanza, procesos de gobernabilidad y gestión pública, más que la identificación de elementos específicos factibles de inclusión dentro de la metodología.

Adicionalmente, la discrepancia en el abordaje cognoscitivo de los entrevistados, en cuanto a la fundamentación teórica de cada uno de los aspectos consultados es evidente. Lamentablemente, la realidad nacional demuestra que los gestores públicos de la actividad turística, en los niveles estratégicos y operativos, en su mayoría no poseen una formación técnica superior en turismo.

Figura 101.

Red Semántica de la Vocación Turística resultante de la aportación del sector público turístico del Ecuador.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa Atlas TI versión 22.

CAPÍTULO VIII.- DISEÑO Y APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA VALORATIVA DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA EN LOS DESTINOS URBANOS.

En el presente capítulo se toma en consideración los datos generados por la metodología de investigación aplicada en el capítulo VII, tomando en consideración lo que establecieron los expertos en los resultados de la metodología Delphi y el análisis de las entrevistas semiestructuradas realizadas a los gestores públicos de la actividad turística en las doce ciudades categorizadas para el presente estudio.

Tomando en consideración lo anteriormente mencionado, en el primer acápite del capítulo se va a encontrar la estructuración y definición de las variables y componentes que forman parte de la metodología resultante, así como el planteamiento de las fórmulas estadísticas que permitirán obtener los resultados de aplicación de una forma sencilla, clara y adecuada, con base en los requerimientos de los organismos públicos nacionales encargados del desarrollo del turismo nacional. Para completar la metodología se establecieron ordenadores gráficos que permitan identificar visualmente el alcance, limitación y comportamiento de cada uno de los elementos para poder direccionar las decisiones estratégicas que se apliquen en el territorio.

Finalmente, en el segundo acápite se encuentra la aplicación de la metodología en tres ciudades del país, que son: Cuenca, Loja y Latacunga, las cuales tienen una estrecha relación con la jerarquización turística de los destinos urbanos realizada en el capítulo VI de la presente investigación. Con ello se pretende identificar la relevancia, alcance y facilidad en la aplicación de la metodología en los destinos turísticos urbanos a nivel nacional.

8.1. Propuesta de una metodología valorativa para determinar la vocación turística del territorio.

Con base en los elementos característicos realizados en el capítulo II - ilustración 7, se puede identificar los elementos que la literatura establece que se deberían incluir para la definición o delimitación de la vocación turística de un territorio determinado. Adicionalmente, se ha procedido a la identificación de los componentes fundamentales considerados por los expertos para la medición de ésta, los cuales fueron analizados en el capítulo anterior.

En este contexto, se propone un abordaje para la determinación de la vocación turística territorial, objeto de la presente investigación, planteando en primer lugar los factores o elementos que conforman cada una de las variables clave y en segundo lugar el proceso más adecuado acorde con la realidad de los contextos urbanos del país.

En lo que respecta a los factores y/o variables que deben tomarse en consideración para la elaboración de la metodología, se parte desde lo establecido con antelación, de acuerdo con la revisión de la literatura (véase ilustración 7), los componentes que se deben considerar son:

- Oferta Turística, corresponde al conjunto de recursos territoriales, atractivos, prestadores de servicios y productos turísticos que se encuentran en un lugar y se ponen a disposición de los visitantes, actuales y/o potenciales;
- Demanda Turística, comprende al conjunto de viajeros que se desplazan desde un origen determinado hacia el lugar con una finalidad netamente turística (visitantes);
- Infraestructura básica y de apoyo para el turismo, abarca a las instalaciones y equipamientos de un lugar, que se utilizan para fines diversos, tanto para residentes como para visitantes, y de los que se apoya la actividad turística para su desarrollo;
- Superestructura del turismo, conformada por la regulación pública relacionada con el ámbito turístico, la misma abarca elementos relacionados con: política y gobernanza turística, marco normativo legal de la actividad y la institucionalidad del turismo evidenciable en el sitio;
- Imagen del Territorio, corresponde a la identificación, valoración y representatividad del significado que un lugar posee, el cual es brindado por los residentes y sus visitantes.
- Estructura Productiva del Territorio, permite establecer la importancia e injerencia de la actividad turística en cuanto a la estructuración productiva del lugar; y

- Elementos Simbólicos del Territorio, corresponden a las características físicas y/o culturales que generan unicidad, notoriedad y valor intrínseco que posee un lugar para poder destacar dentro de la actividad turística.

Dichos elementos fueron sujetos a evaluación por parte del grupo de expertos consultado, encontrando el resultado reflejado en la tabla 72.

Tabla 72.

Variables por considerar para la metodología de vocación turística del territorio.

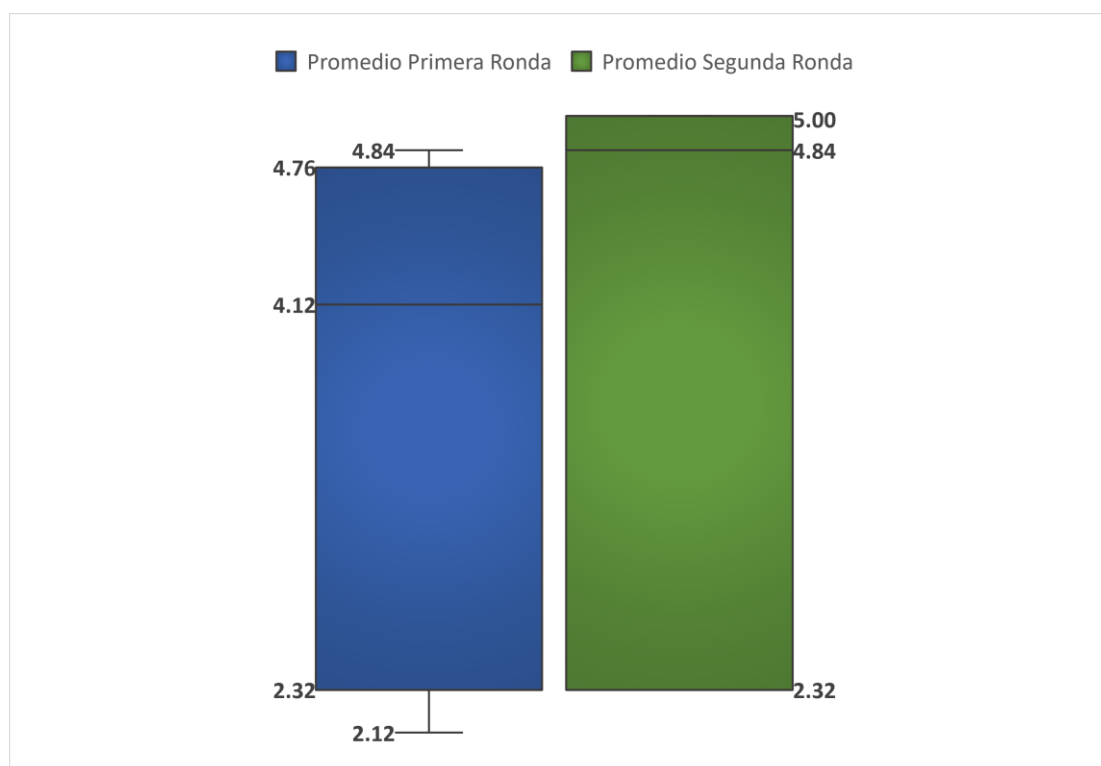
Pregunta 34	Estadísticos Primera Ronda		Estadísticos Segunda Ronda		Variabilidad de las Mediciones	
	Media	Desviación	Media	Desviación	Variación	Variación
	Aritmética	Estándar	Aritmética	Estándar	Med.	Desv. Est.
Oferta Turística	4.76	0.436	5.00	0.000	▲ 5.04%	No Aplica
Demanda Turística	4.84	0.473	5.00	0.000	▲ 3.31%	No Aplica
Infraestructura	4.32	0.843	4.92	0.277	▲ 13.89%	▼ -67.14%
Superestructura	4.12	0.833	4.84	0.473	▲ 17.48%	▼ -43.22%
Imagen	3.00	0.764	3.00	0.764	No Aplica	No Aplica
Estructura Productiva	2.12	1.357	2.32	0.833	▲ 9.43%	▼ -38.61%
Elementos Simbólicos del Territorio	2.32	0.833	2.32	0.833	No Aplica	No Aplica

Nota: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 72, el grupo de expertos presentó un mayor nivel de concordancia en los elementos correspondientes con los componentes básicos de los sistemas turísticos, pero no se logró tener un nivel aceptable para los tres últimos elementos medidos en las dos rondas; por lo que para poder tomar en consideración a la mayoría de los elementos establecidos en la literatura y en concordancia con la opinión de los expertos, se optó por considerar como elemento a formar parte de la metodología a todos aquellos que se encuentren en un nivel de acuerdo superior al neutral.

Figura 102.

Representación gráfica de la dispersión de la pregunta “Componentes de la Metodología Vocación Turística del Territorio”.



Nota: Elaboración propia

La ilustración 102 demuestra que el nivel de concordancia entre los expertos no fue adecuado, principalmente en los 3 últimos componentes medidos (imagen, estructura productiva y elementos simbólicos del territorio), por lo que las dos últimas no serán consideradas para la elaboración de la metodología correspondiente.

Para la estructuración de la metodología valorativa, se ha planteado su estructuración desde una perspectiva cuantitativa, la cual permitirá evitar el impacto del subjetivismo del aplicante dentro del proceso propuesto. Por ello se estructura claramente los componentes que conforman cada una de las variables del instrumento, como se puede observar en la tabla 73.

Tabla 73.

Componentes de las variables de la metodología de vocación turística del territorio.

Variable	Componentes
Oferta Turística	Recursos Turísticos Territoriales

	Atractivos Turísticos
	Prestadores de Servicios Turísticos
	Productos Turísticos Territoriales
Demanda Turística	Flujos Turísticos
	Estadía Promedio
Infraestructura	Básica
	Apoyo
Superestructura	Institucionalidad del Turismo
	Política Turística
	Planificación Turística
Imagen del Sitio	Grado de Apertura Comunidad Local
	Imagen Percibida Visitantes
	Marketing Turístico

Nota: Elaboración propia

Para armonizar el entendimiento de las variables y componentes, se procede a establecer una definición específica aplicable a cada una de ellas, evitando así el subjetivismo en la aplicación de esta; cabe recalcar que esta adición a la metodología se ve necesaria debido a la discrepancia de opiniones y/o abordajes que se pudo evidenciar con los expertos al momento de realizar los cuestionarios.

Tabla 74.

Definiciones de las variables y componentes de la metodología de vocación turística del territorio.

Variables	Definición	Componentes	Definición
Oferta Turística	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (OMT; 2022).	Recursos Turísticos Territoriales	Los bienes y servicios que presentan el potencial para ser utilizados dentro del desarrollo de actividades turísticas (OMT; 2008).
		Atractivos Turísticos	Los bienes y servicios que, gracias a la intervención de la mano del hombre y de los medios que lo sustentan, le dan vida a la actividad turística (OMT; 2008).
		Prestadores de Servicios Turísticos	Conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos (OMT; 2008).
		Productos Turísticos Territoriales	Corresponde a las modalidades de turismo que se pueden desarrollar en el lugar, con base en sus atractivos, actividades e instalaciones, los mismos que se encuentran inmersos en un destino determinado (Roa; 2012).

Tabla 74. Definiciones de las variables y componentes de la metodología de vocación turística del territorio

Variables	Definición	Componentes	Definición
Demanda Turística	Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar (OMT; 2022).	Flujos Turísticos	Es el resultado cuantificado del desplazamiento temporal y motivado de viajeros, que, desde el lugar de domicilio habitual, se dirigen a otros lugares de destino que ofrecen bienes y servicios turísticos (Barrado; 2004).
		Estadía Promedio	Es la aproximación de permanencia que los visitantes ejercen en un determinado lugar o sitio de visita, regularmente medido en días, lo cual permite identificar la diversificación de las actividades ofertadas por el sitio (Valenzuela; 2019).
Infraestructura	Conjunto de obras, estructuras, servicios e instalaciones necesarias para el desarrollo de las diversas actividades en un lugar determinado (Mikery; 2018).	Infraestructura Básica	Comprende a los servicios básicos, de salud, educativos, entre otros que soportan el desarrollo adecuado de la comunidad local residente del lugar (Valenzuela; 2019).
		Infraestructura Apoyo	Abarca los elementos clave que son utilizados por la actividad turística para el desarrollo adecuado de la actividad, entre las que se encuentran: aeropuertos, puertos, terminales y redes viales (Valenzuela; 2019).

Tabla 74. Definiciones de las variables y componentes de la metodología de vocación turística del territorio

Variables	Definición	Componentes	Definición
Superestructura	Conjunto de organismos públicos que regulan, fomentan y coordinan el desarrollo y el fomento turístico, incluye los instrumentos que permiten establecer que dicho funcionamiento sea adecuado y eficiente (Mikey; 2018).	Institucionalidad Turística	Conjunto de organismos, entidades, instituciones y/o agremiaciones encargadas del desarrollo de la actividad turística en un determinado territorio, las cuales principalmente pertenecen al sector público (Barrado; 2004).
		Política Turística	Conjunto de actividades que se asocian con la toma de decisiones en grupo, u otras formas de relaciones de poder entre individuos, a la acción política netamente, al enfoque de funcionamiento público y la distribución de recursos públicos a favor de la sociedad (Miratbell: 2019).
		Planificación Turística	La planificación del turismo en un destino debe ser abordada como un sistema en el que se interrelacionan factores de la demanda, oferta y el espacio geográfico, debido a dicha interrelación es importante que la planificación tenga un objetivo de desarrollo integrado (OMT; 1994).

Tabla 74. Definiciones de las variables y componentes de la metodología de vocación turística del territorio

Variables	Definición	Componentes	Definición
Imagen del Sitio	La imagen de un destino turístico es la suma de las creencias, ideas, impresiones y expectativas que un turista tiene del destino, considerando la imagen como una expresión general o total que se forma como resultado de la evaluación de atributos individuales que pudieran tener un contenido cognitivo y emocional (Buhalis; 2021).	Grado de Apertura de la Comunidad Local	Determinación del nivel de aceptación y/o rechazo que presentan los residentes acerca del desarrollo de la actividad turística que se puede desarrollar dentro del territorio en el que se desenvuelve (Pike; 2018).
		Imagen Percibida del Visitante	Conjunto de valores, ideas, ideologías, de imágenes preconcebidas, de experiencias, de conocimientos, de percepciones individuales, introspecciones subjetivas, únicas, que se construyen en la mente de los visitantes (Galí 2006).
		Marketing Turístico	Conjunto integral de objetivos, estrategias, tácticas y mediciones que se llevan a cabo por una localidad determinada con la finalidad de resaltar las cualidades intrínsecas de un espacio geográfico en particular, el cual se convertirá en sitio de visitación y atracción de flujos turísticos futuros (Buhalis; 2018).

Elaborado por: El Autor

Adicionalmente, se procede a generar una clasificación general de las variables correspondientes a la metodología, por lo que se propone la clasificación de la siguiente manera:

- **Factores Intrínsecos Territoriales:** corresponde a los elementos, turísticos y/o generales, que se pueden constatar en el territorio, convirtiéndose en los ejes de actuación turística predictiva o cocreativa a ser utilizada por la localidad, es decir, la identificación técnica de lo que posee el sitio. Conformado por la oferta turística y la infraestructura del lugar.
- **Factores Extrínsecos Territoriales:** comprende a los elementos, turísticos y/o generales, que no dependen del territorio como tal, sino más bien de la gestión y manejo de la actividad turística en el sitio, es decir, el cómo se pretende desarrollar turísticamente el lugar. Conformado por la demanda turística, la superestructura del turismo y la imagen del sitio.

Por otra parte, tomando en consideración las recomendaciones generadas, tanto por el grupo de expertos, así como los representantes del sector público de la actividad turística del país, se ha planteado la utilización de una escala de Likert que facilite su aplicabilidad en un territorio con contextos diferentes.

Para ello, cada uno de los componentes establecidos en la tabla 67 cuentan con una escala valorativa sencilla que permite seleccionar la realidad de cada una de ellas en el territorio analizado.

Para el caso del análisis de la oferta turística, en lo que corresponde a los componentes que la conforman se ha identificado la necesidad de establecer una subdivisión que permita medir de mejor manera a cada uno de los elementos contemplados para el desarrollo de esta, ya que dentro de cada uno de ellos se puede analizar a subcomponentes clave que facilitan la interpretación de los resultados obtenidos en un determinado territorio (Ver tabla 75).

Tabla 75.

Escala valorativa de los componentes intrínsecos de la oferta turística en la metodología.

Variable	Componente	Elemento	Escala Valorativa
Oferta Turística	Recursos	Culturales	0 = Carencia de recursos turísticos culturales tangibles e intangibles en el sitio.
	Turísticos	(tangibles e	
	Territoriales	intangibles)	

Oferta Turística	Atractivos Turísticos	Manifestaciones Culturales		1 = Presencia de recursos turísticos culturales poco diferenciados, sin reconocimiento de la comunidad local. 2 = Presencia de recursos turísticos culturales poco diferenciados, que genera un leve interés por parte del sector público. 3 = Presencia de recursos turísticos culturales tangibles e intangibles característicos e identitarios del lugar.
			Naturales (tangibles e intangibles)	0 = Carencia de recursos turísticos naturales tangibles e intangibles en el sitio. 1 = Presencia de recursos turísticos naturales poco diferenciados, sin reconocimiento de la comunidad local. 2 = Presencia de recursos turísticos naturales poco diferenciados, que genera un leve interés por parte del sector público. 3 = Presencia de recursos turísticos naturales tangibles e intangibles característicos e identitarios del lugar.
				0 = Carencia de atractivos turísticos culturales inventariados en el lugar a la fecha. 1 = Atractivos turísticos culturales con categoría uno y dos en el sitio. 2 = Atractivos turísticos culturales con jerarquía tres en el lugar.

Oferta Turística	Sitios Naturales	3 = Atractivos turísticos culturales con jerarquía cuatro en el sitio.
		0 = Carencia de atractivos turísticos naturales inventariados en el lugar a la fecha.
		1 = Atractivos turísticos naturales con categoría uno y dos en el sitio.
		2 = Atractivos turísticos naturales con jerarquía tres en el lugar.
		3 = Atractivos turísticos naturales con jerarquía cuatro en el sitio.
	Prestadores de Servicios Alojamiento Turísticos	0 = Ausencia de prestadores de servicios turísticos de alojamiento en el lugar.
		1 = Prestadores de servicios turísticos de alojamiento, principalmente comunales, comunitarios o familiares no catastrados.
		2 = Presencia de servicios de alojamiento poco diferenciados y con una limitada categorización.
		3 = Alta diversificación de los prestadores de servicios turísticos de alojamiento.
	Prestadores de Servicios Restauración Turísticos	0 = Ausencia de prestadores de servicios de restauración en el lugar.
		1 = Prestadores de servicios de restauración principalmente comunales, comunitarios o familiares no catastrados.
		2 = Presencia de servicios de restauración poco diferenciados y con una limitada categorización.

Oferta Turística			3 = Alta diversificación de los prestadores de servicios de restauración.
			0 = Ausencia de prestadores de servicios de transportación.
			1 = Servicios de transportación no turística utilizada para dichos fines en el lugar.
			2 = Prestadores de servicios turísticos de transportación catastrados.
			3 = Diversidad de prestadores de servicios turísticos de transportación en el sitio.
			0 = Ausencia de prestadores de servicios de intermediación en el lugar.
			1 = Operadores turísticos de sitios aledaños operan el lugar.
			2 = Presencia de operadores turísticos locales.
			3 = Diversidad de intermediarios turísticos en el lugar.
			0 = Ausencia de prestadores de servicios turísticos de guianza e interpretación en el lugar.
	Prestadores de Servicios Turísticos	Guianza e Interpretación Turística	1 = Presencia de guías locales no registrados ni con preparación.
			2 = Presencia de guías locales con preparación y/o formación, pero no registrados.
			3 = Presencia de guías e intérpretes turísticos con formación y acreditación.

Producto Turístico Territorial	0 = Ausencia de productos turísticos territoriales potenciales en el sitio.
	1 = Potencialidad para el desarrollo de un monoproducto turístico territorial.
	2 = Potencialidad para el desarrollo de multiproductos turísticos territoriales.
	3 = Productos turísticos territoriales que se comercializan en el sitio.

Nota: Elaboración propia

La descripción específica de la escala valorativa del componente de la oferta turística se ha ajustado a la realidad contextual de los destinos turísticos urbanos del país, evitando generar una subjetividad que podría perjudicar a la valoración de la vocación turística de los diferentes territorios. Cabe recalcar que la misma se contextualiza para el tipo de espacio turístico denominado urbano.

Por otra parte, se encuentra la escala valorativa para la infraestructura del territorio.

Tabla 76.

Escala valorativa de los componentes intrínsecos de la infraestructura en la metodología.

Variables	Componentes	Escala Valorativa
Infraestructura	Básica	0 = Ausencia de servicios básicos funcionales en el territorio.
		1 = Presencia de servicios de energía eléctrica, agua potable y telecomunicaciones adecuada en el lugar.
		2 = Adicional a lo anterior, se evidencia la presencia de servicios de salud (clínicas, hospitales, centros de salud).
		3 = Adicional a lo anterior, se evidencia la presencia de servicios de tratamiento de aguas

	residuales, recolección, alcantarillado y tratamiento de basura.
	0 = Ausencia de elementos clave para el desarrollo de la actividad turística en el lugar.
	1 = Presencia de redes viales (carreteras de segundo y tercer orden) y conectividad en transportación irregular hacia el lugar.
Apoyo	2 = Presencia de redes viales (carreteras de primer orden), terminales terrestres y conectividad en transportación regular hacia el lugar.
	3 = Presencia de terminales terrestres, puertos, aeropuertos, señalización vial y turística adecuada, con una red vial en buen estado.

Nota: Elaboración propia

En la tabla 76, se ha incluido el elemento denominado infraestructura, utilizando los mecanismos de clasificación general representada por los diferentes autores que sustentan la presente investigación.

En lo que respecta a los elementos extrínsecos se contempla lo siguiente:

Tabla 77.

Escala valorativa de los componentes extrínsecos en la metodología.

Variables	Componentes	Escala Valorativa
Demanda Turística	Flujos Turísticos	0 = Ausencia de visitación turística evidenciable en el sitio.
		1 = Presencia de flujos turísticos mayoritariamente locales en el lugar.
		2 = Presencia de flujos turísticos mayoritariamente regionales y/o nacionales en el lugar.

Superestructura	Estadía Promedio	3 = Presencia de flujos turísticos mayoritariamente internacionales en el lugar.
		0 = El sitio de visita no presenta una estadía en el lugar, mayoritariamente es un sitio de excursión.
		1 = El territorio presenta una estadía promedio superior a las 24 horas.
		2 = El territorio presenta un periodo de permanencia que va desde las 48 hasta las 72 horas.
		3 = El territorio presenta un periodo de estadía superior a las 73 horas.
	Institucionalidad del Turismo	0 = No existe una organización pública encargada de la actividad turística del lugar.
		1 = Existencia de un departamento, jefatura y/o comité vinculado con el turismo y otras áreas en el lugar, con formación profesional no relacionada con el área.
		2 = Existencia de un departamento, jefatura y/o comité encargado del desarrollo turístico del lugar, sin formación profesional en el área.
	Política Turística	3 = Existencia de un departamento, jefatura y/o comité encargado del desarrollo turístico del lugar, con formación profesional en el área.
		0 = Inexistencia de una política turística nacional aplicable al territorio.
		1 = Aplicación de la política turística nacional en el territorio.

Imagen del Sitio	Planificación Turística	2 = Aplicación de la política turística regional y/o local en el territorio.
		3 = Política turística propia del lugar alineada a los parámetros de la política nacional.
		0 = Inexistencia de un proceso de planificación turística del lugar.
		1 = El lugar cuenta con un plan de desarrollo y ordenamiento territorial en el que se aborda el área turística.
		2 = El lugar cuenta con un plan turístico genérico y poco relacionado con el contexto turístico en el sitio.
		3 = El lugar cuenta con un plan turístico con un enfoque, modelo y metodología adecuada y relacionada con la realidad territorial.
	Grado de Apertura de la Comunidad Local	0 = La comunidad local no se encuentra abierta para desarrollar actividades turísticas en el territorio.
		1 = La comunidad local tiene una percepción negativa de la actividad turística y sus efectos en el territorio.
		2 = La comunidad receptora reconoce y percibe a su territorio como un lugar turístico.
		3 = Las personas presentan un entusiasmo por desarrollar actividades turísticas en el lugar.
	Imagen Percibida de los Visitantes	0 = Los visitantes no tienen conocimiento ni reconocimiento del territorio.

	1 = Los visitantes presentan una imagen percibida negativa con respecto a la actividad turística en el territorio.
	2 = Los visitantes presentan un nivel de conocimiento y reconocimiento básico del territorio previo a su viaje.
	3 = Los visitantes identifican de forma clara los principales rasgos identitarios y turísticos del lugar previo a su viaje.
	0 = El lugar no cuenta con ninguna modalidad de marketing turístico.
	1 = El territorio forma parte de la promoción turística del cantón o la provincia.
Marketing Turístico	2 = El territorio cuenta con una investigación de mercados centralizada en los flujos de visita.
	3 = El territorio cuenta con un plan de marketing turístico contextualizado al territorio.

Nota: Elaboración propia

La utilización de una escala de Likert de 4 elementos (de 0 a 3), permite establecer los espacios generales para la aplicación de una gráfica de bandas que genere una visualización más clara de la posición territorial con respecto a los elementos de vocación turística establecidos.

En cuanto a la estructuración estadística de la metodología, se ha tomado en consideración lo expresado por el grupo de expertos para el peso porcentual de cada uno de los componentes, así como la realidad contextual de la actividad turística a nivel nacional. Estableciendo una fórmula general representada de la siguiente manera:

$$VTt = \sum \bar{x}_{(FIT)} * 60\% + \sum \bar{x}_{(FET)} * 40\%$$

Dónde:

VTt = Vocación Turística Territorial

$\sum \bar{x}_{(FIT)}$ = Suma promedio de los factores intrínsecos territoriales

$\sum \bar{x}_{(FET)}$ = Suma promedio de los factores extrínsecos territoriales

Esta valoración permite establecer a su vez el rango de ubicación de la vocación turística del territorio, como se observa a continuación:

Tabla 78.

Resultados de la valoración de la vocación turística del territorio.

Resultado Obtenido	Zona	Explicación
De 0 a 1	Baja Vocación Turística	El territorio, lugar y/o sitio no presenta las condiciones necesarias para poder desarrollar actividades turísticas en él.
De 1.1 a 2	Mediana Vocación Turística	El territorio, sitio y/o lugar cuenta con limitaciones para el desarrollo adecuado de actividades turísticas, pero las mismas pueden trabajarse de manera conjunta para alcanzar lo determinado.
De 2.1 a 3	Alta Vocación Turística	El territorio, sitio y/o lugar presenta las condiciones necesarias para poder desarrollar actividades turísticas de forma eficiente.

Nota: Elaboración propia

Adicionalmente, cada uno de los factores de la metodología cuenta con una fórmula propia, iniciando por las factores intrínsecos, la fórmula correspondiente esta expresada a continuación:

$$FIT = \sum \bar{x} f_{(RTi)} * 30\% + \sum \bar{x} f_{(Ati)} * 20\% + \sum \bar{x} f_{(PSi)} * 20\% + \sum \bar{x} f_{(PTi)} * 10\% + \sum \bar{x} f_{(i)} * 20\%$$

Dónde:

FIT = Factores Intrínsecos Territoriales

$\sum \bar{x} f_{(RTi)}$ = Suma promedio del factor “Recursos Turísticos Territoriales”

$\sum \bar{x} f_{(Ati)}$ = Suma promedio del factor “Atractivos Turísticos”

$\sum \bar{x} f_{(PSi)}$ = Suma promedio del factor “Prestadores de Servicios Turísticos”

$\sum \bar{x} f_{(PTi)}$ = Suma promedio del factor “Productos Turísticos Territoriales”

$\sum \bar{x} f_{(i)}$ = Suma promedio del factor “Infraestructura”

Para proceder con los cálculos correspondientes, lo que se realiza primero es la utilización de las escalas valorativas correspondientes a la oferta turística (véase tabla 69 y 70); una vez establecida la categoría correspondiente al territorio, se procede a realizar el promedio correspondiente a cada factor, para luego multiplicar dicho resultado por el porcentaje asignado para el grupo o categoría, teniendo en consideración que el peso porcentual se estableció con base en el consenso correspondiente a lo expresado por el grupo de expertos.

Por otra parte, la fórmula correspondiente a los factores extrínsecos territoriales se expresa de la siguiente manera:

$$FET = \sum \bar{x} f_{(Dt)} * 40\% + \sum \bar{x} f_{(S)} * 30\% + \sum \bar{x} f_{(Is)} * 30\%$$

Dónde:

FET = Factores Extrínsecos Territoriales

$\sum \bar{x} f_{(Dt)}$ = Suma promedio del factor “Demanda Turística”

$\sum \bar{x} f_{(S)}$ = Suma promedio del factor “Superestructura”

$\sum \bar{x} f_{(Is)}$ = Suma promedio del factor “Imagen del Sitio”

La forma de trabajar cuantitativamente la fórmula de los factores extrínsecos persigue la misma lógica explicada en los párrafos anteriores para la aplicación de la ecuación establecida para los elementos intrínsecos de la metodología.

Para poder trabajar de forma práctica la metodología se ha establecido un documento en el programa informático “Excel”, el cual cuenta con la información correspondiente a las escalas valorativas, fórmulas, tablas de cálculo y gráficas que permitan facilitar la comprensión en la aplicación de esta en un territorio determinado.

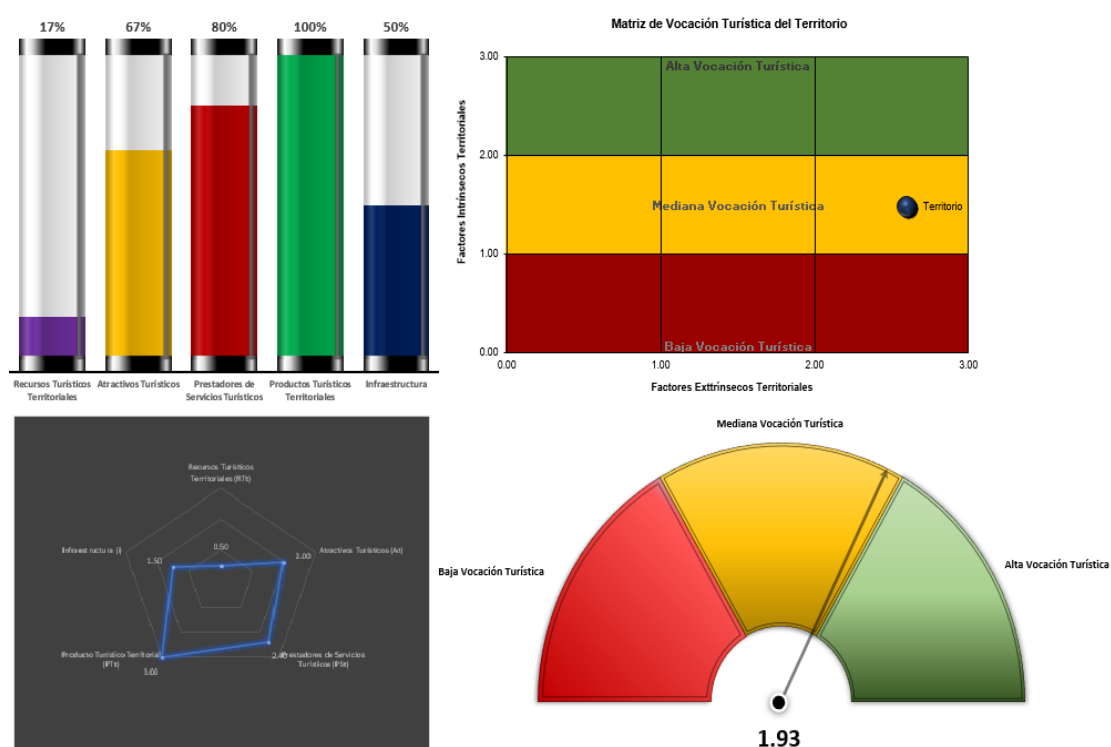
Entre las gráficas que se han propuesto utilizar para esta se encuentran las siguientes:

- Histograma, representada en una gráfica de cilindros que permita evaluar la posición porcentual de cada uno de los componentes de la metodología en el territorio;

- Gráfica de Red, que permita identificar la confluencia de las variables que componen la metodología de una forma integral;
- Gráfica de Indicadores, la cual permite identificar visualmente la posición obtenida por el territorio luego de la aplicación de la metodología; y
- Gráfica de Bandas, la cual permite establecer el posicionamiento específico del territorio con base en los resultados de las escalas valorativas y fórmulas establecidas.

Figura 103.

Representaciones gráficas generadas para la Metodología Vocación Turística del Territorio.



Nota: Elaboración propia

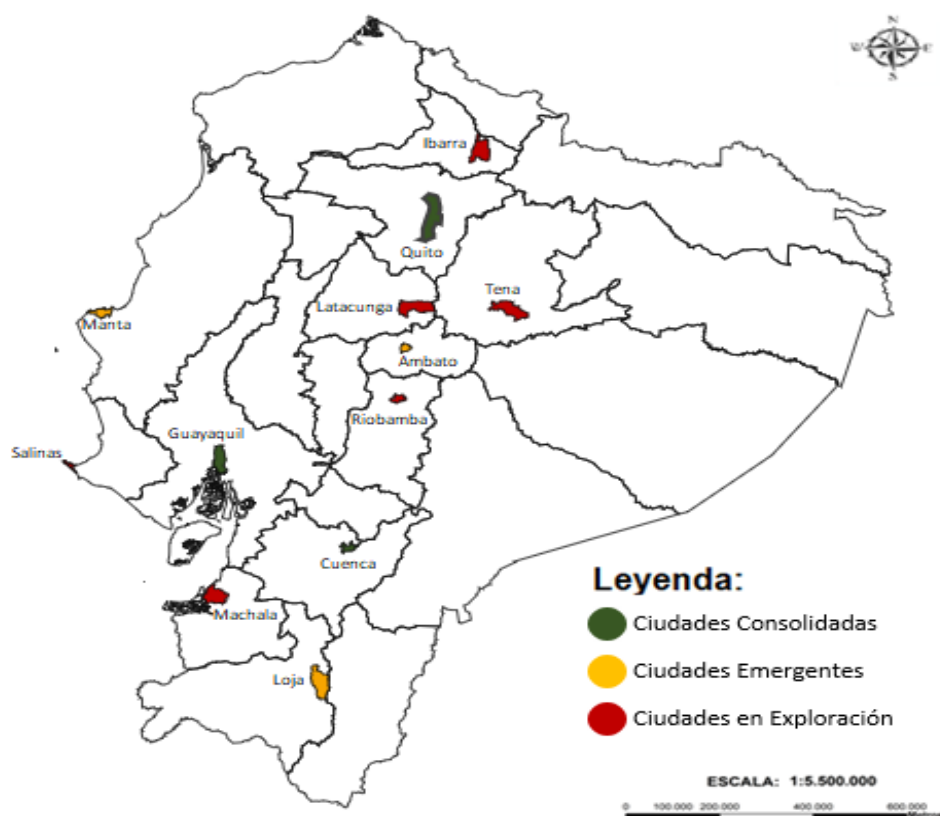
8.2. Aplicación de la metodología en distintos tipos de destinos urbanos del Ecuador.

En lo que respecta a la definición de los espacios urbanos en los que se aplicará la metodología se ha alineado dicho requerimiento con lo establecido en el acápite anterior, tomando en consideración a la jerarquización de las ciudades resultante (véase tabla 48), en la cual, de los 12 destinos urbanos o ciudades del Ecuador, se estableció una categorización correspondiente a ciudades consolidadas, emergentes y en exploración con respecto al funcionamiento turístico de dichos territorios. El periodo de levantamiento de información se efectuó entre los meses de octubre a noviembre del año 2022.

Para la aplicación de la metodología se contó con el apoyo técnico de los organismos públicos encargados del desarrollo de la actividad turística en cada una de las ciudades. Este grado de apertura resultó vital para el levantamiento y contraste de información requerida para la metodología; de la misma manera, con su apoyo se logró contar con el acercamiento con los prestadores de servicios turísticos y la comunidad local.

Figura 104.

Mapa de Jerarquización de las Ciudades Turísticas del Ecuador.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

Para tal efecto la ilustración 104 permite visualizar de mejor manera la ubicación territorial nacional de los destinos urbanos, así como su categorización respectiva.

Para la aplicación de la metodología en territorio, se han establecido los siguientes criterios a ser considerados:

- i. Caracterización geográfica. Para evitar una generación de resultados sesgados para la investigación, se ha propuesto utilizar a las ciudades y/o destinos urbanos ubicados dentro de una misma región en el país, la cual corresponde a la región turística denominada Andes.
- ii. Apertura institucional. Cuando se realizó el levantamiento de la información del capítulo VII de la presente investigación, se logró establecer un acercamiento con las instituciones públicas encargadas de la actividad turística en los territorios, logrando contar con una aceptación por su parte para colaborar con el levantamiento y análisis de la información que conforma la metodología.
- iii. Grado de importancia del turismo en el territorio dentro de los procesos públicos. Al momento de generar las entrevistas con los representantes del sector público en los destinos urbanos, los mismos supieron indicar que las acciones turísticas a realizarse en el lugar necesitan de una fundamentación metodológica que permita guiar las acciones a proponer de manera apremiante.

Tomando en consideración los puntos anteriormente descritos, se ha decidido optar por aplicar la metodología en una de las ciudades que corresponden a cada categoría establecida en la tabla 50 e ilustración 75 del capítulo VI.

8.2.1. Aplicación de la metodología en destinos turísticos urbanos consolidados.

Para la presente investigación Se va a trabajar con la ciudad de Cuenca, la cual se encuentra en un proceso de replantear el accionar turístico en el lugar, cuyo objetivo es la diversificación de la oferta turística a través de la identificación de nuevos espacios que permitan la generación de productos, servicios y/o actividades que profundicen y amplifiquen el portafolio actual.

En el caso de las ciudades consolidadas, se estableció como aplicación de la metodología, que la misma sirve para identificar nuevos espacios urbanos en las

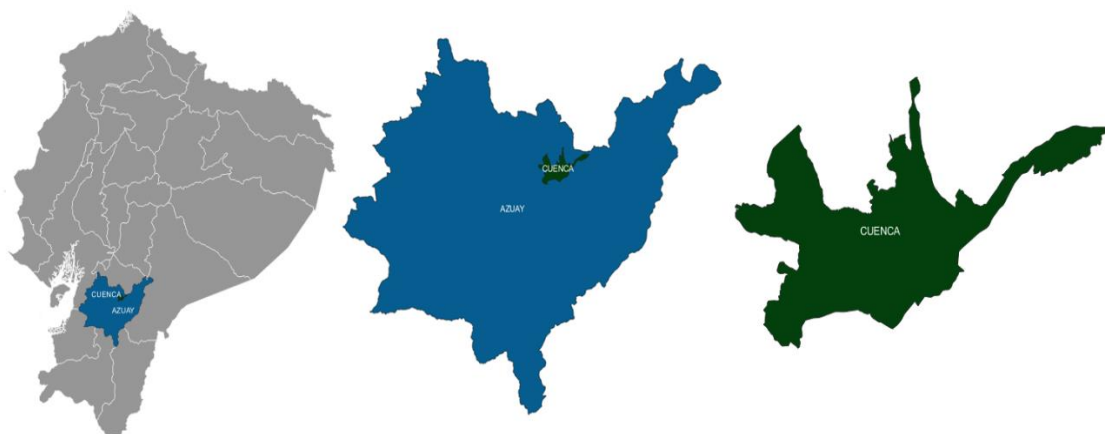
ciudades para poder desconcentrar la actividad turística y los flujos de visitación para evitar la saturación del destino de una forma adecuada y técnica, tomando en cuenta a los componentes del sistema turístico del lugar, evitando la saturación de los sitios y sus efectos negativos.

De acuerdo con Farfán (2013), la ciudad de Cuenca empezó a desarrollar sus actividades turísticas a partir de su declaratorio internacional por parte de la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad, en diciembre del 1999; ya que, dicha declaratoria comenzó a generar flujos turísticos importantes hacia la ciudad, por lo que sus dinámicas territoriales se fueron ajustando a los requerimientos de esta.

Estos cambios relacionados con la importancia, desarrollo y fomento de la actividad turística en la ciudad han generado la identificación de procesos adecuados para el manejo turístico del territorio. Por ello la ciudad cuenta con una organización de gestión de destino (OGD/DMO) denominada “Fundación Municipal de Turismo para Cuenca”, de la cual ya se abordaron algunos acápites que permitieron evidenciar el manejo de la información relacionada con el sector turístico en el lugar.

Figura 105.

Mapas de ubicación nacional, provincial y local de la ciudad de Cuenca.



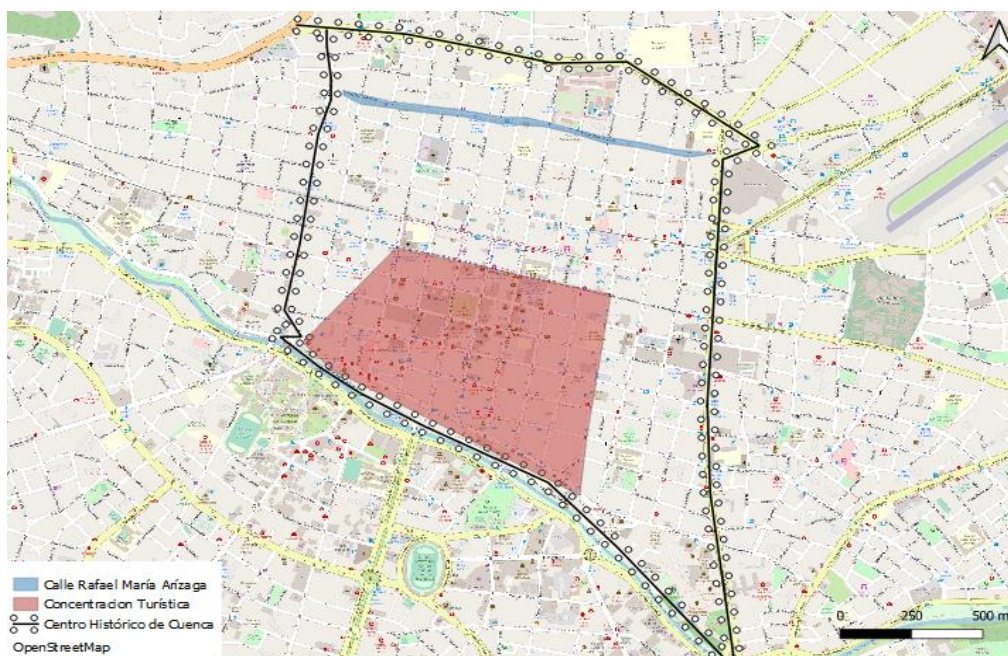
Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

Dentro del ámbito que corresponde a la utilización de la metodología planteada, se ha propuesto aplicar la misma dentro de uno de los barrios tradicionales de la ciudad de Cuenca, el cual a su vez se convierte en el límite geográfico en el que se termina el centro histórico de la ciudad de Cuenca. Dicho barrio se llama “El Vecino”, uno de los

barrios más antiguos de la ciudad, el cual acoge a una de las calles emblemáticas de la ciudad, la Calle Rafael María Arizaga, un conglomerado de 10 cuadras en estilo de judería que recalca la incidencia de los procesos históricos por los que ha pasado la ciudad, evidenciado en los estilos arquitectónicos de sus casas y el empedrado de su calle; se ha optado por trabajar con dicho lugar, ya que se cuenta con la apertura de la comunidad local, además que es parte de la priorización de los sitios sujetos de análisis para la diversificación de la oferta llevada a cabo por parte del ente gestor público.

Figura 106.

Mapas del centro histórico de Cuenca.



Nota: Elaboración propia, a partir de la información brindada por la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca (2022), utilizando el programa QGIS versión 3.28.

En la ilustración 106 se puede identificar la aglomeración de la oferta turística y visitación dentro de la ciudad de Cuenca. Como se puede observar la misma se concentra en el centro histórico de la ciudad, entre sus límites Calle Paseo 3 de Noviembre al Sur, la calle Héroes de Verdeloma en el Norte, al Oeste la calle Estévez de Toral y al Este la calle Huayna Capac.

La información de concentración turística fue otorgada por la OGD del destino, estableciendo además los límites geográficos de aplicación de la metodología,

encontrándose la calle dentro del centro histórico de la ciudad, por lo que su área de influencia turística es directa.

Cabe recalcar que, para la aplicación de la metodología en el caso de los destinos turísticos urbanos emergentes, algunos de los componentes establecidos para la aplicación metodológica se tendrán que relacionar con el contexto general de la ciudad, como es el caso de la infraestructura, demanda turística, superestructura e imagen del destino, permitiendo de esa manera nutrir al nuevo lugar objeto de análisis de los beneficios de que la ciudad que lo alberga ya cuente con una actividad turística desarrollada.

En la tabla 79 se muestra la información del barrio priorizado por la OGD.

Tabla 79.

Resultados de la vocación turística del territorio, componentes intrínsecos, en la ciudad de Cuenca, Barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".

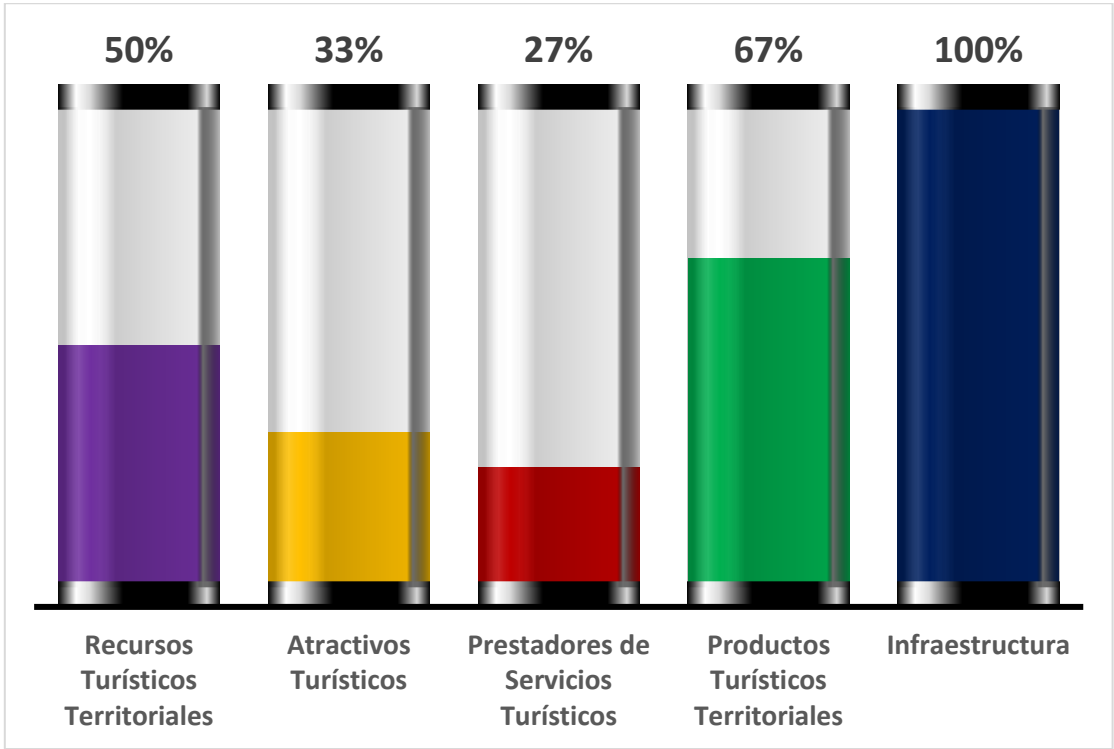
Variables	Componentes	Valoración
Recursos Turísticos Territoriales	Recursos Turísticos Territoriales Culturales	3
	Recursos Turísticos Territoriales Naturales	0
Atractivos Turísticos	Manifestaciones Culturales	2
	Sitios Naturales	0
Prestadores de Servicios Turísticos	Alojamiento	1
	Restauración	2
	Intermediación	0
	Transportación Turística	0
	Guianza e Interpretación	1
	Producto Turístico Territorial	2
Infraestructura	Básica	3
	Apoyo	3

Nota: Elaboración propia a partir de la FMTC; 2022

En lo que respecta a la representación porcentual de los componentes de los factores intrínsecos del barrio se los puede visualizar tal como aparece en la figura 108.

Figura 107.

Histograma de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, Barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.



Nota: Elaboración propia

Como se puede observar en la ilustración 107, la calle Rafael María Arizaga, ubicada en el barrio el Vecino de la ciudad de Cuenca, los prestadores de servicios turísticos (27%) dentro de la zona son limitados, debido a que los flujos no llegan hasta dicho sitio; en cuanto a la identificación de recursos turísticos (50%) y atractivos turísticos (33%) dentro de los límites geográficos del barrio se cuenta con la presencia de elementos y manifestaciones culturales registradas e inventariadas que diversifican la oferta turística de la ciudad.

Como parte de la gestión de la OGD, se ha generado un proceso de análisis, estructuración y diseño de productos turísticos (27%) diferenciados, por lo que han tratado de establecer una línea de productos culturales territoriales en el lugar, articulándose de esta manera a la oferta diferenciada de la ciudad y al encontrarse dentro de centro histórico de la ciudad, la infraestructura del lugar (100%) cumple con los requerimientos para el desarrollo adecuado de la actividad turística.

Tabla 80.

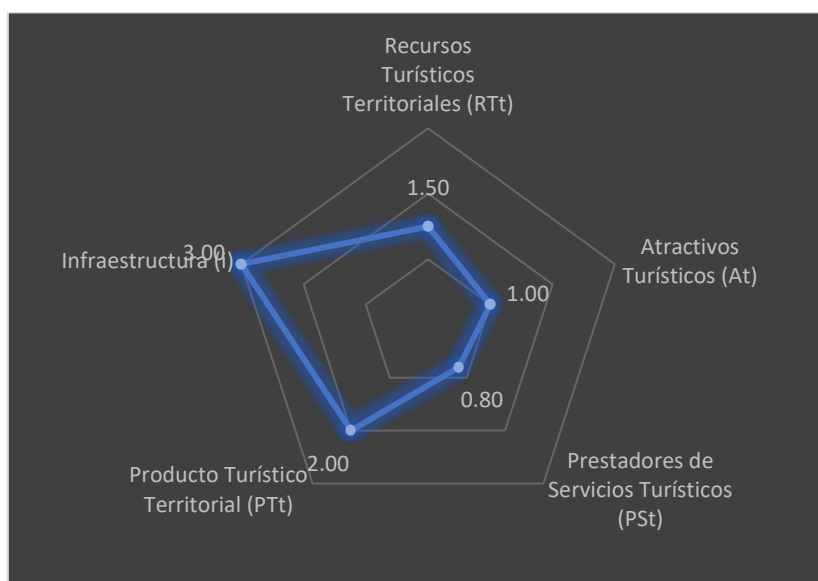
Matriz valoración porcentual de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".

Variables	Valor	Calificación	FIT
Recursos Turísticos Territoriales (RTt)	30%	1.50	0.45
Atractivos Turísticos (At)	20%	1.00	0.20
Prestadores de Servicios Turísticos (PSt)	20%	0.80	0.16
Producto Turístico Territorial (PTt)	10%	2.00	0.20
Infraestructura (i)	20%	3.00	0.60
Calificación Total			1.61

Fuente: Elaboración propia

Figura 108.

Gráfica de Red de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, Barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.



Nota: Elaboración propia

En la ilustración 108 se puede identificar que el comportamiento de los componentes de los factores intrínsecos de la metodología en el lugar evidencia falencias importantes en el sitio, ya que, a pesar de que se encuentra ubicado dentro del centro histórico de la ciudad, su baja nivel de frecuentación turística ha limitado el desarrollo de las actividades en el sitio, pero cabe recalcar que se encuentra como uno de los sitios priorizados por el ente gestor, por lo que ha trabajado en procesos de socialización sobre las ventajas y beneficios de la actividad turística en el barrio.

Si bien es cierto que la ciudad de Cuenca es un destino turístico consolidado a nivel nacional e internacional, eso no asegura que todo su territorio se preste para el desarrollo de actividades turísticas, por lo que las funciones de diversificación de la oferta y el análisis de usos turísticos de los espacios se han enfocado en primera instancia dentro de los límites del centro histórico de la ciudad. En lo que respecta a los componentes de los factores extrínsecos de la metodología se observa lo que aparece en la tabla 81.

Tabla 81.

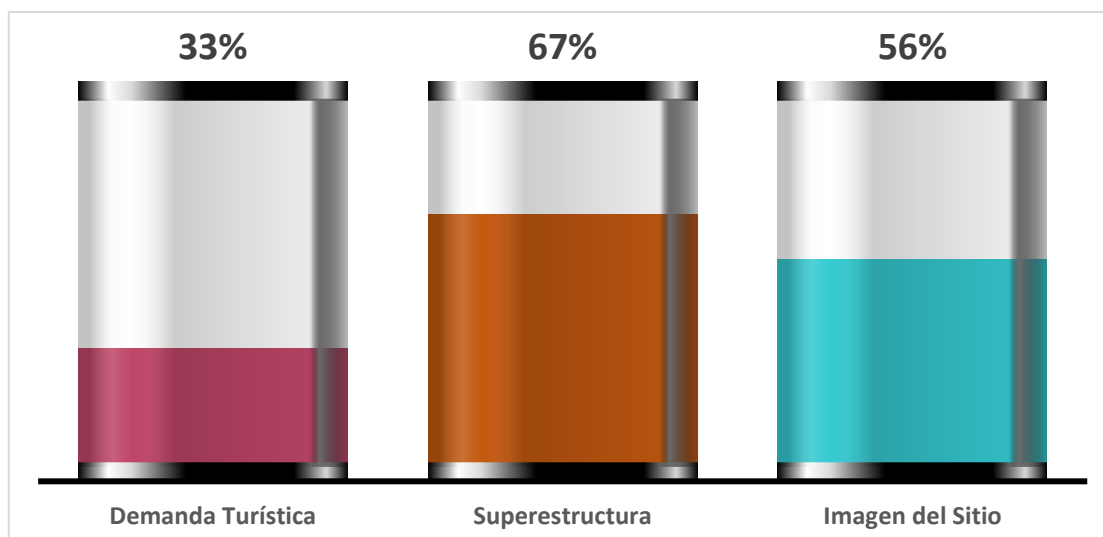
Resultados de la vocación turística del territorio, componentes extrínsecos, en la ciudad de Cuenca, Barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".

Variables	Componentes	Valoración
Demanda Turística	Flujos Turísticos	1
	Estadía Promedio	1
Superestructura	Institucionalidad Turística	3
	Política Turística	2
	Planificación Turística	1
Imagen del Sitio	Grado de Apertura de la Comunidad Local	3
	Imagen percibida de los Visitantes	1
	Marketing Turístico	1

Nota: Elaboración propia

Figura 109.

Histograma de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la calle “Rafael María Arizaga”, del Barrio “El Vecino”, de la ciudad de Cuenca



Nota: Elaboración propia

En lo que respecta a los componentes de los factores extrínsecos, se puede identificar en la ilustración 109 que la visitación turística y periodos de permanencia (33%) en el lugar no superan las 24 horas, y que la mayoría de los visitantes del lugar son de la ciudad o sus centros de influencia cercanos.

Por otro lado, la presencia de la OGD del lugar ha favorecido el desarrollo de la actividad turística en el destino urbano, ya que dentro de la superestructura (67%) se ha preocupado por contar con técnicos formados en turismo para el abordaje técnico en el territorio, han creado una política turística contextualizada con la realidad de la ciudad, pero se puede evidenciar un problema en lo que corresponde a la planificación turística.

En cuanto a la imagen del destino (56%) gracias a las acciones públicas y de socialización de los beneficios de la actividad turística se puede identificar que la comunidad local del barrio se encuentra con un grado de entusiasmo evidente para el desarrollo del turismo en el lugar, pero también queda claro que los visitantes de la ciudad no identifican ni reconocen el sitio y a pesar de los esfuerzos por desarrollar el turismo en el sitio no se encuentra evidencia de un proceso adecuado de mercadeo turístico.

Tabla 82.

Matriz valoración porcentual de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, barrio "El Vecino", calle "Rafael María Arizaga".

Variables	Valor	Calificación	FIT
Demanda Turística (Dt)	40%	1.00	0.40
Superestructura (S)	30%	2.00	0.60
Imagen del Sitio (Is)	30%	1.67	0.50
Calificación Total			1.50

Nota: Elaboración propia

Figura 110.

Gráfica de Red de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la calle “Rafael María Arizaga”, del Barrio “El Vecino”, de la ciudad de Cuenca.



Nota: Elaboración propia

La ilustración 110 realiza los problemas citados en párrafos anteriores, los cuales limitan el desarrollo adecuado de la actividad por lo que para un adecuado desarrollo turístico del barrio se debería generar modelos de colaboración participativa proactiva que permita que los involucrados identifiquen de manera real el abordaje, enfoque, metodología de trabajo e indicadores de medición del turismo en el sitio.

Un fenómeno interesante que se pudo evidenciar en el lugar es que los visitantes tienen una percepción de “abandono” del lugar, ya que expresan que cuándo han preguntado por actividades en el sitio, dichos lugares se encuentran cerrados o no brindan la atención necesaria a los flujos turísticos caracterizados y segmentados por parte del ente público.

Adicionalmente, el manejo de la información catastral y de inventarios turísticos se encuentra desactualizada aún por parte del ente gestor de la actividad turística. Principalmente aquí se puede evidenciar el efecto negativo de la situación pandémica que afectó al mundo, ya que hasta diciembre del año 2020 dichos respaldos informáticos se encontraban con un nivel de actualización y depuración eficaz. Al aplicar la fórmula valorativa de la vocación turística se obtuvieron los resultados reflejados en la tabla 83.

Tabla 83.

Resultados de la valoración porcentual de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.

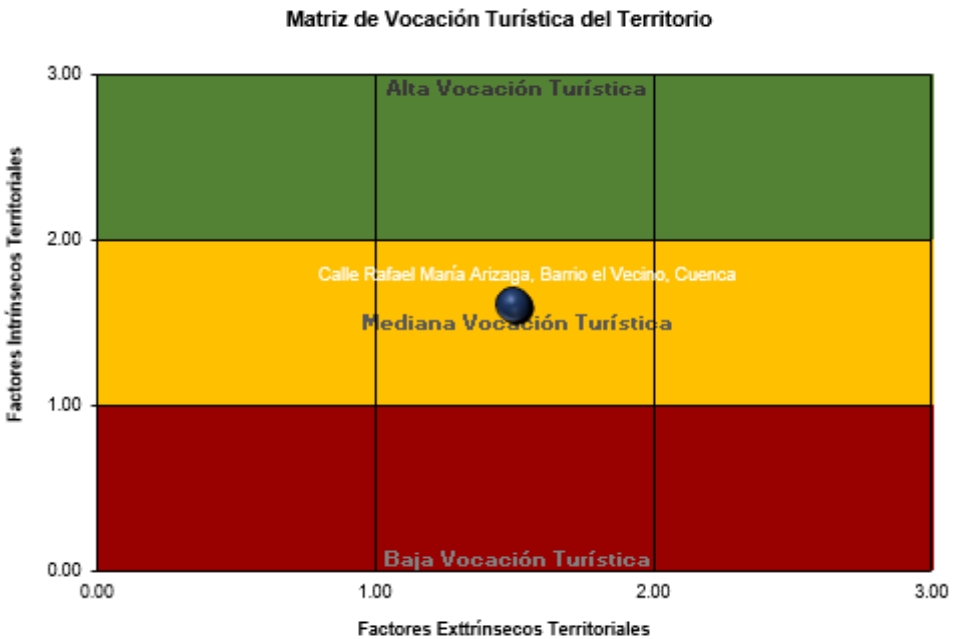
Lugar	Factores Intrínsecos	Factores Extrínsecos	Vocación Turística del Territorio
Calle Rafael María Arizaga, Barrio el Vecino, Cuenca	1.61	1.50	 1.57

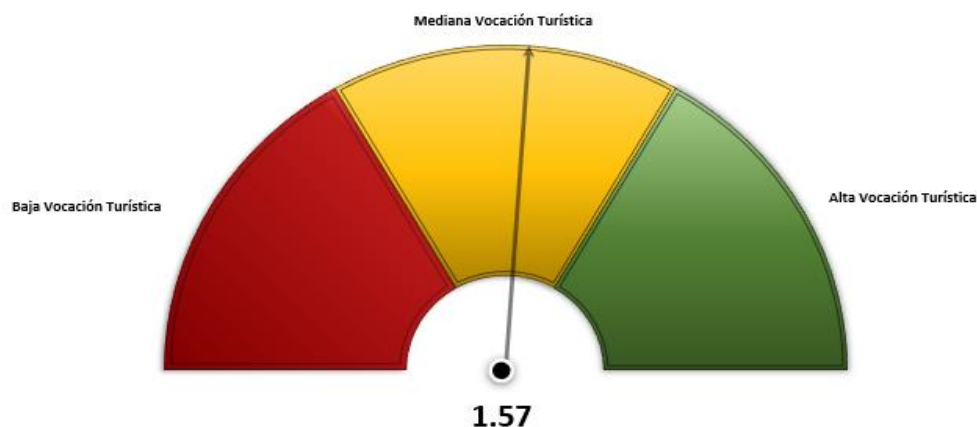
Fuente: Elaboración propia

En la figura 111 se puede identificar que la Calle Rafael María Arizaga, ubicado en el Barrio el Vecino de la ciudad de Cuenca cuenta con un resultado que asciende a 1.57 lo que, en función de la fórmula establecida establece que el lugar cuenta con mediana vocación, la cual permitirá diversificar la oferta turística de la ciudad para que se pueda desconcentrar la frecuentación turística de la zona sur del centro histórico del destino, encontrándose dentro del mismo radio de influencia turística del lugar.

Figura 111.

Gráfica de Bandas e Indicadores de la vocación turística del territorio en la ciudad de Cuenca, Barrio “El Vecino”, calle “Rafael María Arizaga”.





Nota: Elaboración propia

8.2.2. Aplicación de la metodología en destinos turísticos urbanos emergentes.

Para este caso se optó por la ciudad de Loja, capital de la provincia con el mismo nombre, la cual cuenta con una propuesta de mejoramiento del sector en el territorio, impulsada por el sector público encargado de la gestión turística del sitio, estableciendo la importancia y premura en la generación de análisis, evaluaciones e investigaciones que establezcan lineamientos de actuación turística territorial.

En lo que respecta a los destinos turísticos urbanos emergentes, la aplicación de la metodología permite identificar las tipologías de turismo que se podrían desarrollar en el lugar, acoplando las propuestas de diseño de productos turísticos y/o experiencias con base en la oferta y demanda turística que tiene el lugar. Por lo que, para el caso de la recomendación de la aplicación de la metodología es para toda la ciudad.

Figura 112.

Mapas de ubicación nacional, provincial y local de la ciudad de Loja.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

En lo que respecta al análisis de la vocación turística del territorio de la ciudad, aparece registrado en la tabla 84.

Tabla 84.

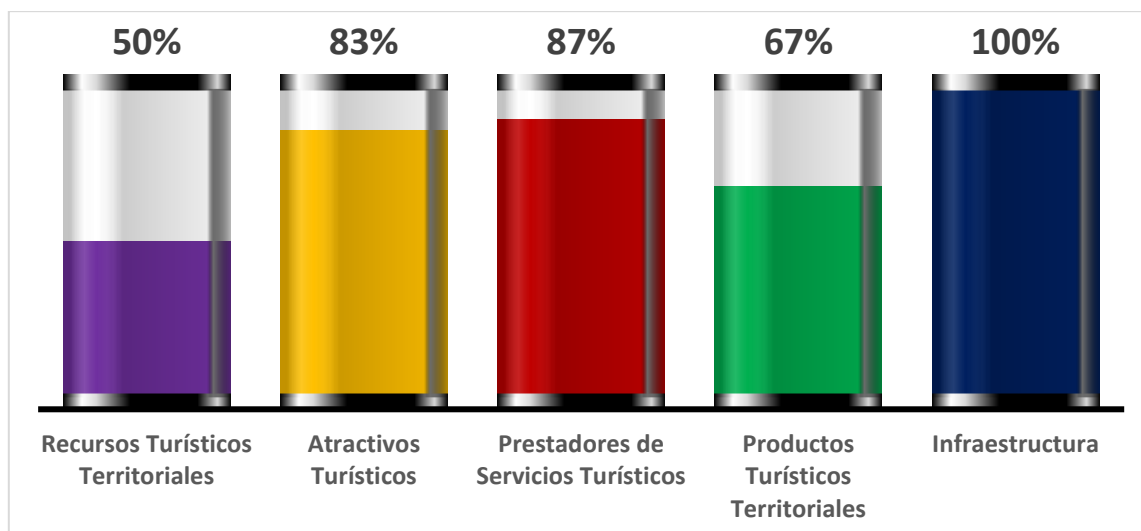
Resultados de la valoración turística del territorio, componentes intrínsecos territoriales, en la ciudad de Loja.

Variables	Componentes	Valoración
Recursos Turísticos Territoriales	Recursos Turísticos Territoriales Culturales	2
	Recursos Turísticos Territoriales Naturales	1
Atractivos Turísticos	Manifestaciones Culturales	3
	Sitios Naturales	2
Prestadores de Servicios Turísticos	Alojamiento	3
	Restauración	3
	Intermediación	3
	Transportación Turística	2
	Guianza e Interpretación	2
Producto Turístico Territorial		2
Infraestructura	Básica	3
	Apoyo	3

Nota: Elaboración propia

Figura 113.

Histograma de los componentes de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.



Nota: Elaboración propia

Como se observa en la ilustración 113 se puede identificar que la ciudad de Loja cuenta con una oferta de prestadores de servicios turísticos diversa (87%) y que se ajusta a los requerimientos actuales de la demanda del lugar, los cuales se encuentran legalmente catastrados. Cabe recalcar además que, al tratarse de una de las principales ciudades de la zona sur del Ecuador, la misma cuenta con atractivos turísticos (manifestaciones culturales y sitios naturales) que se encuentran inventariados en los documentos nacionales y contrastados con la información manejada por el departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado de la ciudad (83%).

La ciudad cuenta con elementos tangibles e intangibles que se pueden trabajar para diversificar las tipologías de turismo territorial que se puede realizar en la ciudad (50%), por ello el destino urbano se centraliza en una tipología de turismo territorial con la cual ha logrado posicionarse dentro de la oferta nacional, la cual corresponde al turismo cultural, aprovechando los rasgos identitarios de la ciudad (67%). Finalmente, al ser una de las ciudades principales de comercio, finanzas e industria de la zona sur del país y ser la capital de la provincia, la ciudad cuenta con una infraestructura que cubre de manera adecuada los requerimientos de la población local y sus visitantes (100%).

Tabla 85.

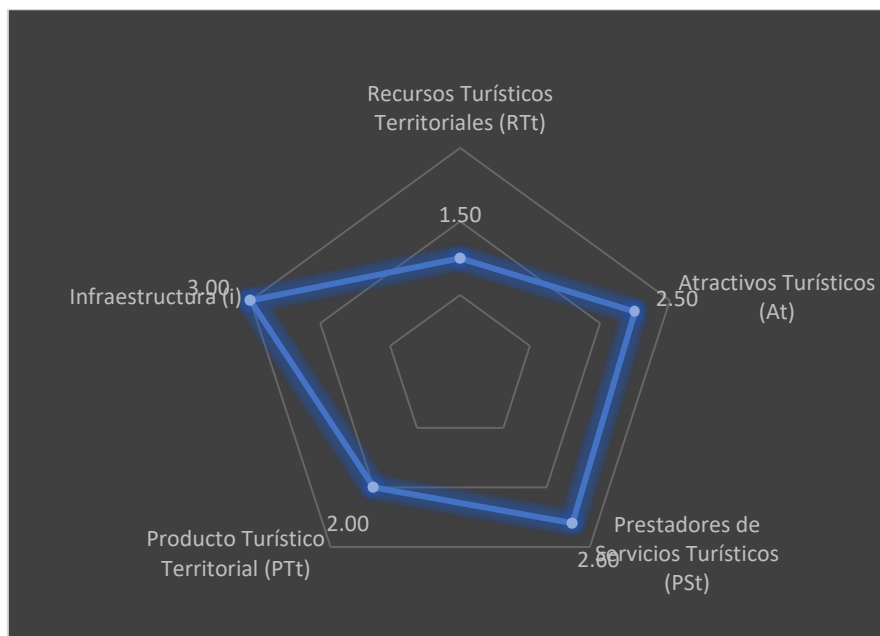
Matriz valoración porcentual de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Loja.

Variables	Valor	Calificación	FIT
Recursos Turísticos Territoriales (RTt)	30%	1.50	0.45
Atractivos Turísticos (At)	20%	2.50	0.50
Prestadores de Servicios Turísticos (PSt)	20%	2.60	0.52
Producto Turístico Territorial (PTt)	10%	2.00	0.20
Infraestructura (i)	20%	3.00	0.60
Calificación Total			2.27

Nota: Elaboración propia

Figura 114.

Gráfica de Red de los componentes de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.



Nota: Elaboración propia

En la ilustración 114 se puede identificar el comportamiento de los componentes que corresponden a los factores intrínsecos de la ciudad de Loja, con respecto a 3 como su valor máximo y 0 su valor mínimo; para el caso de los elementos que se encuentren más cercanos al valor mínimo requieren de un nivel de intervención público-privado priorizado.

La ciudad de Loja, dentro de los procesos de descentralización y desconcentración territorial en el ámbito turístico, ha generado un proceso de identificación, categorización y jerarquización de los atractivos turísticos de la ciudad, los cuales cuentan con el aval del Ministerio de Turismo como ente regulador. Dicha actividad de actualización también la han logrado aplicar con el catastro de prestadores de servicios turísticos del sitio, generando una depuración y actualización de los datos a diciembre del año 2021.

En lo que respecta a las variables y componentes extrínsecos establecidos en la metodología, los resultados aparecen en la tabla 86.

Tabla 86.

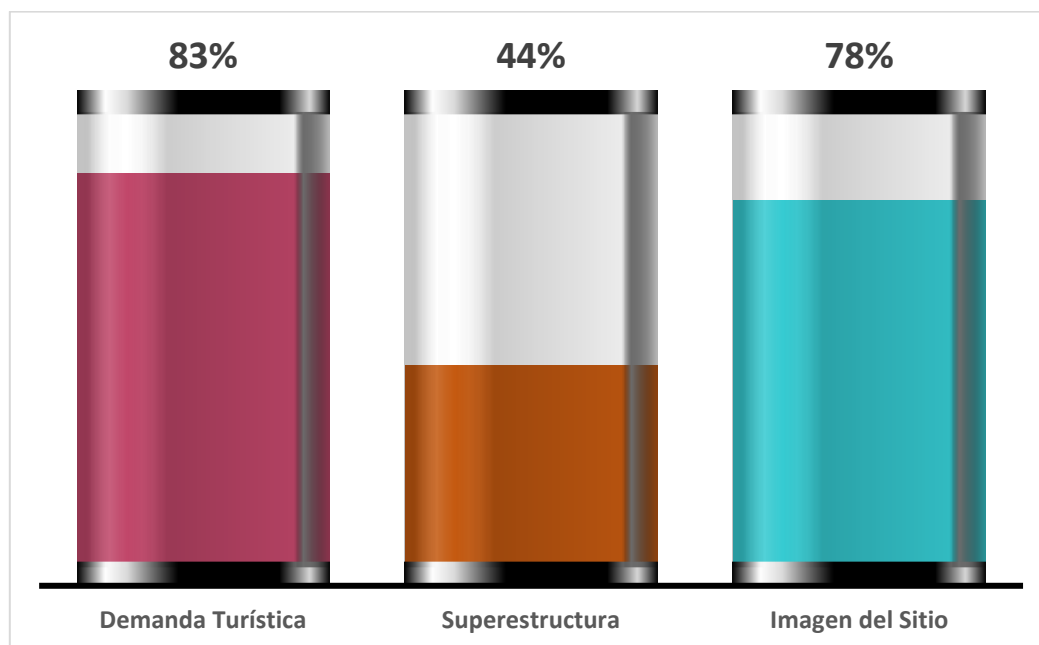
Resultados de la valoración turística del territorio, componentes extrínsecos territoriales, en la ciudad de Loja.

Variables	Componentes	Valoración
Demanda Turística	Flujos Turísticos	3
	Estadía Promedio	2
Superestructura	Institucionalidad Turística	3
	Política Turística	0
	Planificación Turística	1
Imagen del Sitio	Grado de Apertura de la Comunidad Local	2
	Imagen percibida de los Visitantes	3
	Marketing Turístico	2

Nota: Elaboración propia

Figura 115.

Histograma de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.



Nota: Elaboración propia

De acuerdo con la ilustración 115, la ciudad de Loja cuenta con una demanda turística representativa (83%) principalmente debido a su ubicación, la cual permite la visita de turistas peruanos en su territorio. Dicha facilidad de movilización de estos flujos permite que se pueda contar con flujos internacionales desplazándose en el territorio,

los cuales a su vez manejan un promedio de estadía en el sitio que se suele extender hasta la 72 horas en el lugar como dato promedio.

Por otra parte, la superestructura del turismo en el lugar es el punto más álgido del territorio (44%), ya que, a pesar de que la ciudad cuenta con un departamento de turismo dentro de la configuración organizacional pública de la municipalidad, y que la persona a cargo cuenta con una formación en el ámbito turístico, no se evidencia la existencia de una política turística aplicada *in situ*, así como la existencia solamente de un plan de desarrollo y ordenamiento territorial del lugar en el cual se aborda al turismo desde una perspectiva superficial.

Por último, la variable de imagen del sitio (78%), establece que el lugar cuenta con una imagen positiva por parte de los visitantes. De la misma manera la comunidad local observa a la actividad turística es un hecho en el sitio, pero su interés se ha visto disminuido en los últimos años.

Tabla 87.

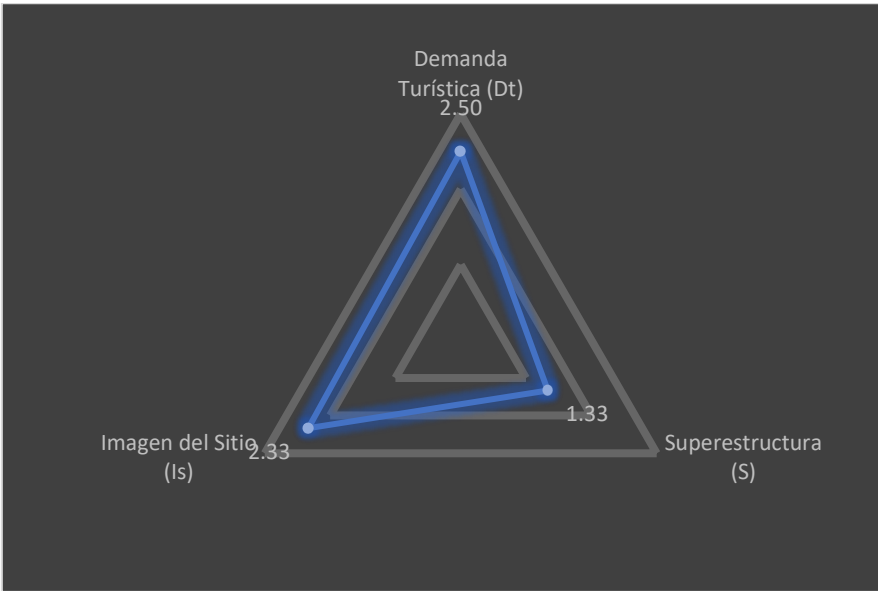
Matriz valoración porcentual de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Loja.

Variables	Valor	Calificación	FIT
Demanda Turística (Dt)	40%	2.50	1.00
Superestructura (S)	30%	1.33	0.40
Imagen del Sitio (Is)	30%	2.33	0.70
Calificación Total			2.10

Nota: Elaboración propia

Figura 116.

Gráfica de Red de los componentes de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.



Nota: Elaboración propia

La ilustración 116 permite observar que las acciones de mejora se deben enfocar en la variable denominada superestructura, sobre todo en lo relacionado con el componente de política turística, ya que lamentablemente se han realizado acciones orientadas a mejorar la actividad turística en el territorio, pero sin una orientación clara que permita maximizar los beneficios del turismo en la ciudad.

Una vez hecho los cálculos de los factores intrínsecos y extrínsecos de la metodología, se procede a la aplicación de la formula final, como se muestra en la tabla 88.

Tabla 88.

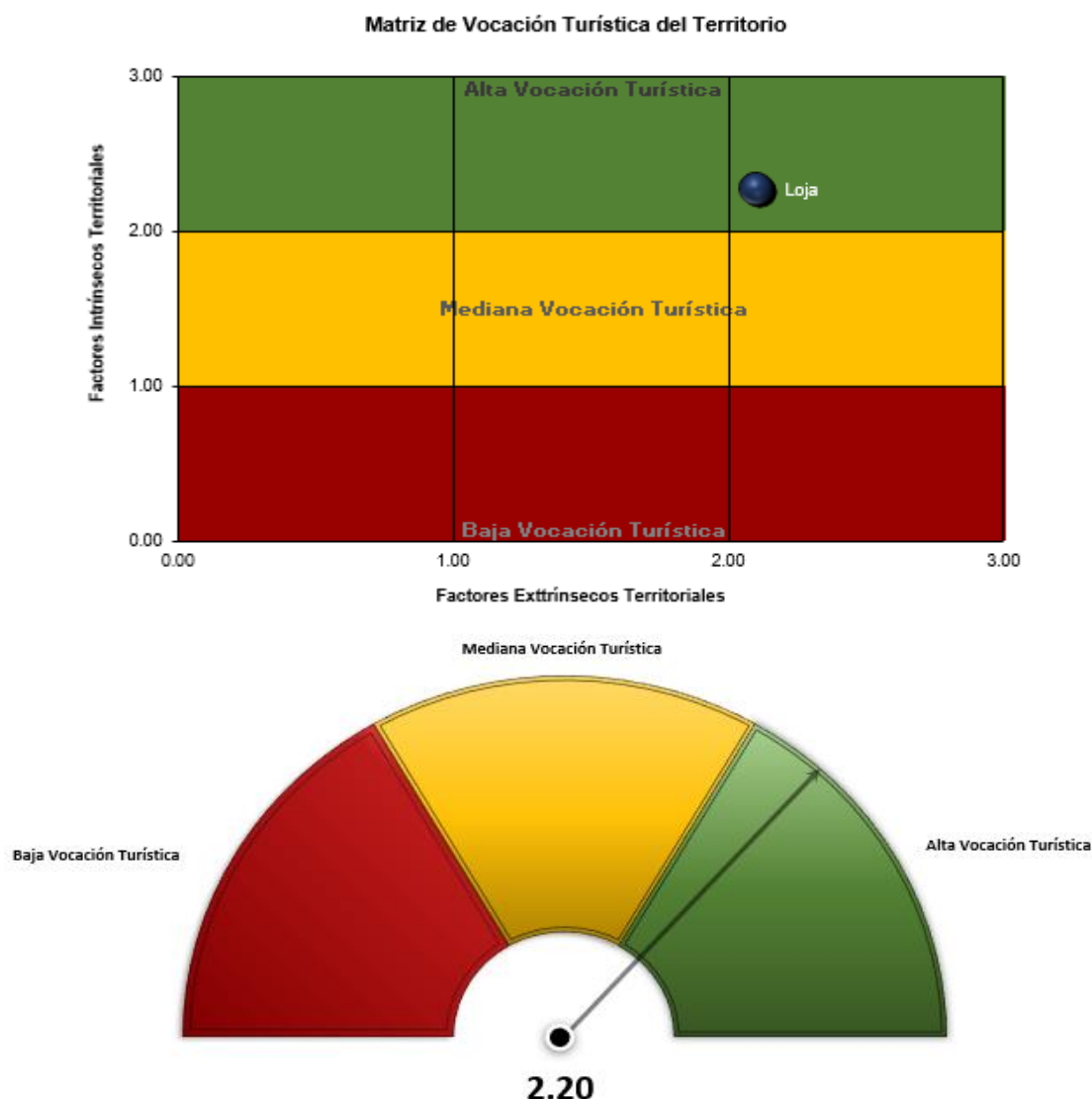
Resultados de la valoración porcentual de la vocación turística del territorio en la ciudad de Loja.

Lugar	Factores Intrínsecos	Factores Extrínsecos	Vocación Turística del Territorio
Loja	2.27	2.10	 2.20

Nota: Elaboración propia

Figura 117.

Gráfica de Bandas e Indicadores de la vocación turística del territorio de la ciudad de Loja.



Nota: Elaboración propia

Con base en lo establecido por la metodología, la ciudad de Loja cuenta con una valoración correspondiente al 2.20, lo que significa que el territorio cuenta con una alta vocación turística para poder desarrollar acciones que dinamicen al sector turístico en el lugar; dicha viabilidad técnica permitirá que los gestores de la actividad turística puedan tomar decisiones clave de intervención con base en los resultados obtenidos en cada uno de los componentes.

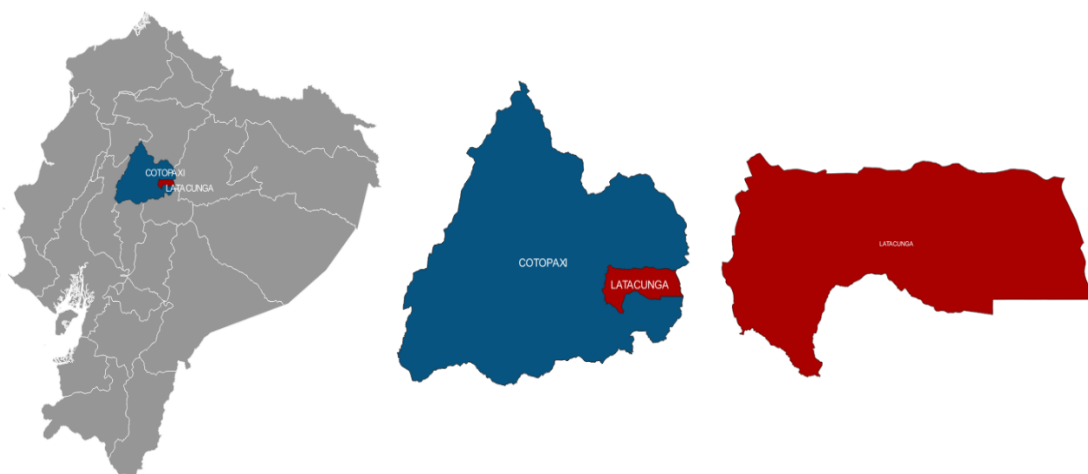
8.2.3. Aplicación de la metodología en destinos turísticos urbanos en exploración.

Para esta tipología de ciudades se ha establecido aplicar la metodología en Latacunga, capital de la provincia de Cotopaxi, la cual es un destino urbano que dentro del desarrollo turístico se encuentra aún en las primeras fases del ciclo de vida, por lo que sus acciones turísticas en el territorio no poseen una orientación o enfoque específico que permita colaborar con la toma de decisiones por parte del sector público y generar acciones conjuntas entre los involucrados directos e indirectos en la actividad.

Para el caso de las ciudades en exploración, la aplicación de la metodología permite identificar con claridad si es que los lugares urbanos tienen o no una oportunidad real para poder desarrollar actividad turística y dinamizar la actividad económica de la localidad, evitando el despilfarrar recursos económicos, esfuerzos de los involucrados y sobre todo el discurso político.

Figura 118.

Mapas de ubicación nacional, provincial y local de la ciudad de Latacunga.



Nota: Elaboración propia utilizando el programa QGIS versión 3.28.

Finalmente, para el caso de las ciudades en exploración la recomendación de la aplicación de la metodología abarca a los límites geopolíticos globales de la ciudad, es decir la inclusión de las parroquias urbanas que configuran el espacio del destino urbano. En lo que respecta a la aplicación de la metodología de vocación turística en el territorio podemos encontrar los resultados que se visualizan en la tabla 89.

Tabla 89.

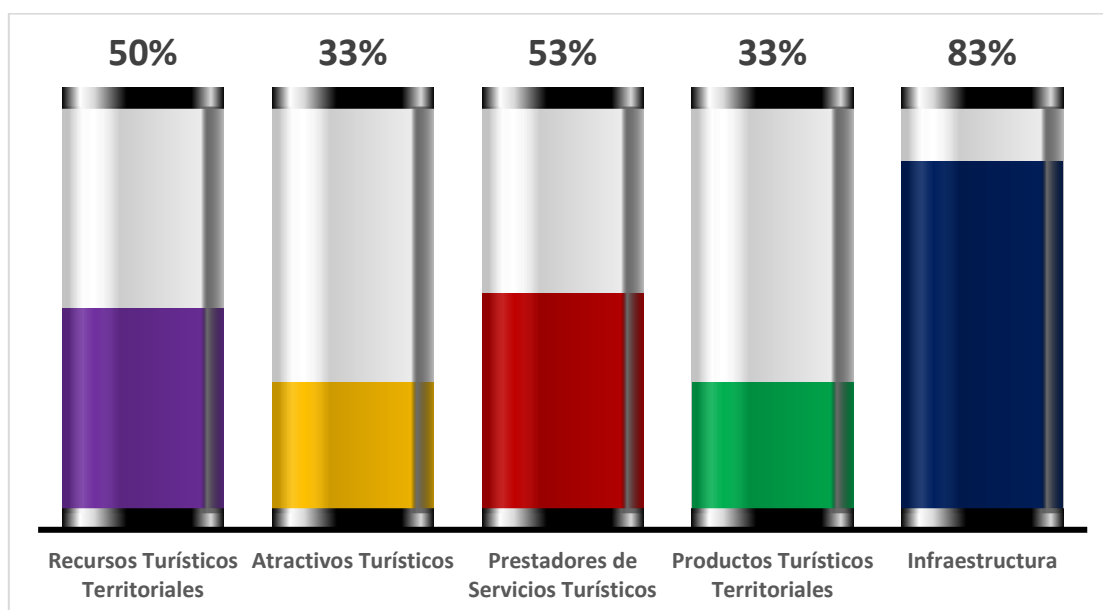
Resultados de la valoración turística del territorio, componentes intrínsecos territoriales, en la ciudad de Latacunga.

Variables	Componentes	Valoración
Recursos Turísticos Territoriales	Recursos Turísticos Territoriales Culturales	2
	Recursos Turísticos Territoriales Naturales	1
Atractivos Turísticos	Manifestaciones Culturales	0
	Sitios Naturales	2
Prestadores de Servicios Turísticos	Alojamiento	2
	Restauración	3
	Intermediación	1
	Transportación Turística	1
	Guianza e Interpretación	1
	Producto Turístico Territorial	1
Infraestructura	Básica	2
	Apoyo	3

Nota: Elaboración propia

Figura 119.

Histograma de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.



Nota: Elaboración propia

En lo que respecta a los componentes de los factores intrínsecos de la ciudad de Latacunga, se puede identificar que la ciudad cuenta con un nivel alto en la infraestructura (83%), debido a que, como parte del plan de cambio de la matriz productiva nacional, se procuró mejorar la infraestructura pública de los servicios básicos y de los medios de conectividad, contando la ciudad con un aeropuerto de categoría internacional. Seguido podemos encontrar a los prestadores de servicios turísticos (53%) que en el caso del lugar se encuentran en su gran mayoría concentrados en las áreas de alojamiento y restauración.

Para el caso de los recursos turísticos territoriales (50%) y atractivos turísticos (33%) la ciudad cuenta con una limitación debido a que ni los gestores públicos de la actividad turística, así como los actores directos, indirectos y comunidad receptora del lugar no tienen claramente definidos, caracterizados ni jerarquizados a ellos.

La problemática establecida en el párrafo anterior va relacionada con el producto turístico que se genera en la ciudad, centralizado en el turismo cultural, el cual a su vez se enfoca en las fiestas tradicionales del sitio.

Tabla 90.

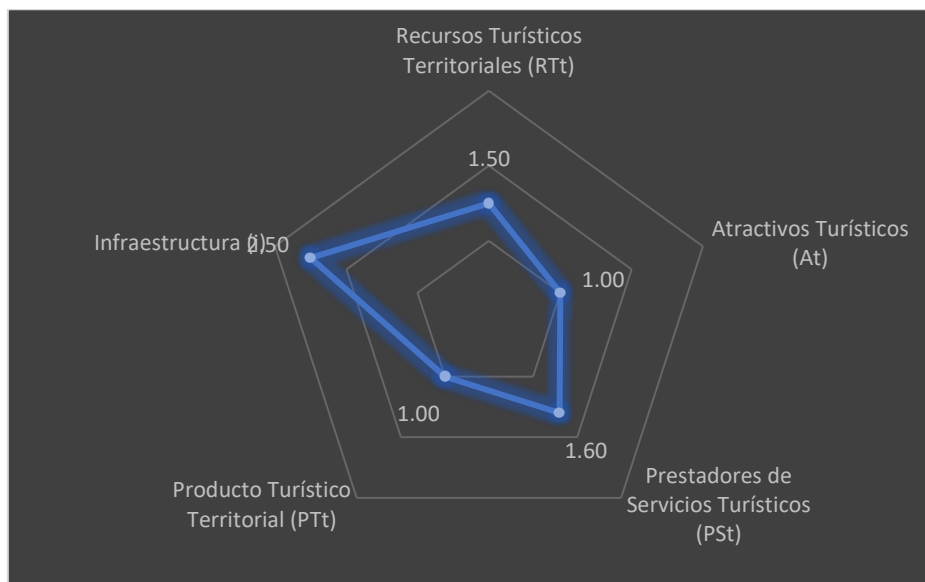
Matriz valoración porcentual de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Latacunga.

Variables	Valor	Calificación	FIT
Recursos Turísticos Territoriales (RTt)	30%	1.50	0.45
Atractivos Turísticos (At)	20%	1.00	0.20
Prestadores de Servicios Turísticos (PSt)	20%	1.60	0.32
Producto Turístico Territorial (PTt)	10%	1.00	0.10
Infraestructura (i)	20%	2.50	0.50
Calificación Total			1.57

Nota: Elaboración propia

Figura 120.

Gráfica de Red de los componentes de los factores intrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.



Nota: Elaboración propia

En lo que respecta a las variables de los factores intrínsecos de la metodología en la ciudad de Latacunga se puede identificar que la ciudad cuenta con una infraestructura que puede soportar el desarrollo de actividades turísticas en el sitio, pero que su oferta de actividades es limitada, principalmente por la falta de identificación, actualización y diversificación de los recursos turísticos territoriales y atractivos turísticos inventariados del lugar.

Otro problema relevante es la información de los prestadores de servicios turísticos del lugar, ya que la base de datos correspondiente no se encuentra actualizada, ni mucho menos depurada, lo que limita el poder tomar decisiones estructurales acerca de las acciones conjuntas que se pueden realizar entre los gestores públicos de la actividad turística y los representantes del sector privado. Todo ello converge en una oferta de productos turísticos limitada.

En lo que respecta a las variables y componentes extrínsecos establecidos en la metodología, podemos visualizar los resultados que aparecen en la tabla 91.

Tabla 91.

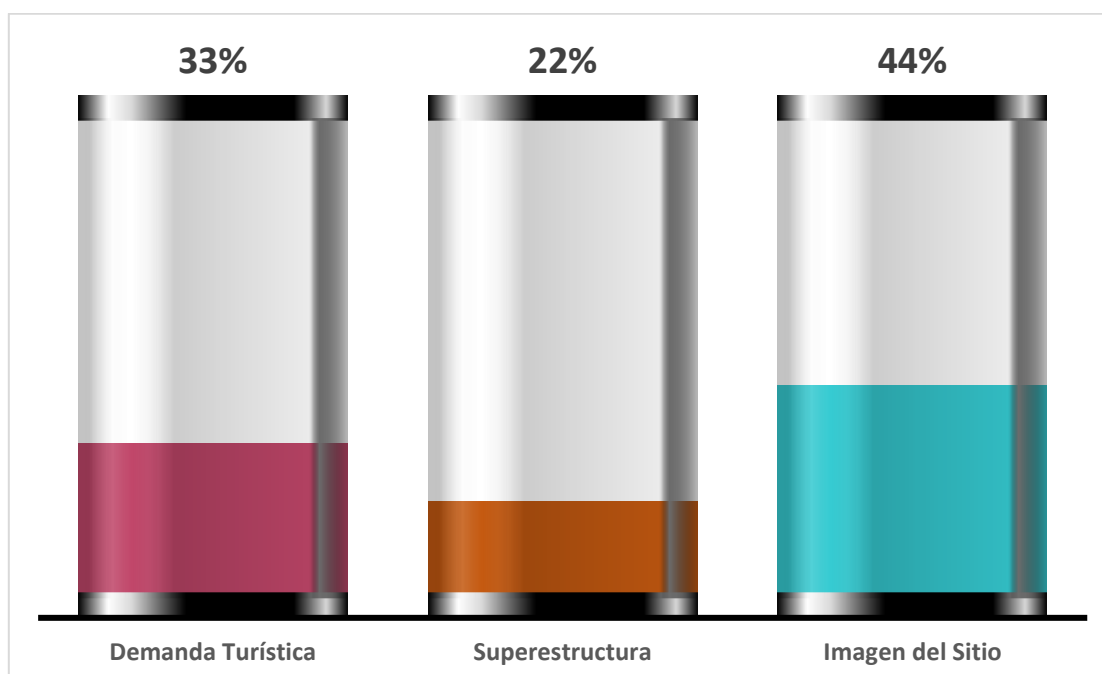
Resultados de la valoración turística del territorio, componentes extrínsecos territoriales, en la ciudad de Latacunga.

Variables	Componentes	Valoración
Demanda Turística	Flujos Turísticos	1
	Estadía Promedio	1
Superestructura	Institucionalidad Turística	1
	Política Turística	0
	Planificación Turística	1
	Grado de Apertura de la Comunidad Local	2
Imagen del Sitio	Imagen percibida de los Visitantes	1
	Marketing Turístico	1

Nota: Elaboración propia

Figura 121.

Histograma de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga



Nota: Elaboración propia

Como se puede observar en la ilustración 121, se puede identificar que en lo que corresponde a la demanda turística (33%), la ciudad cuenta mayoritariamente con una

visitación turística local y de zonas adyacentes al territorio, lo que genera que su promedio de estadía sea bajo, aunque no corresponde a un destino de excursión. Su poca diversificación de actividades turísticas en el lugar no genera una influencia en los flujos turísticos que estimule y genere un cambio considerable en la demanda del lugar.

En lo que respecta a la superestructura (22%), se puede identificar que el sitio cuenta con un departamento encargado del desarrollo de la actividad turística, respetando lo establecido por los procesos nacionales de descentralización y desconcentración para el ordenamiento territorial nacional, pero la misma se ve afectada de manera directa, ya que el departamento no cuenta con profesionales formados dentro del ámbito turístico, no cuenta con una política turística orientada a mejorar el sector turístico del sitio y no se pudo encontrar evidencias de un proceso de planificación turística, solamente un plan de desarrollo y ordenamiento territorial que aborda al turismo de manera superficial.

Por último, la imagen del sitio (44%) se ve sustentada principalmente del nivel de entusiasmo presentado por la comunidad local en cuanto al desarrollo de actividades turísticas en el lugar, fundamentado en la dinamización económica.

Tabla 92.

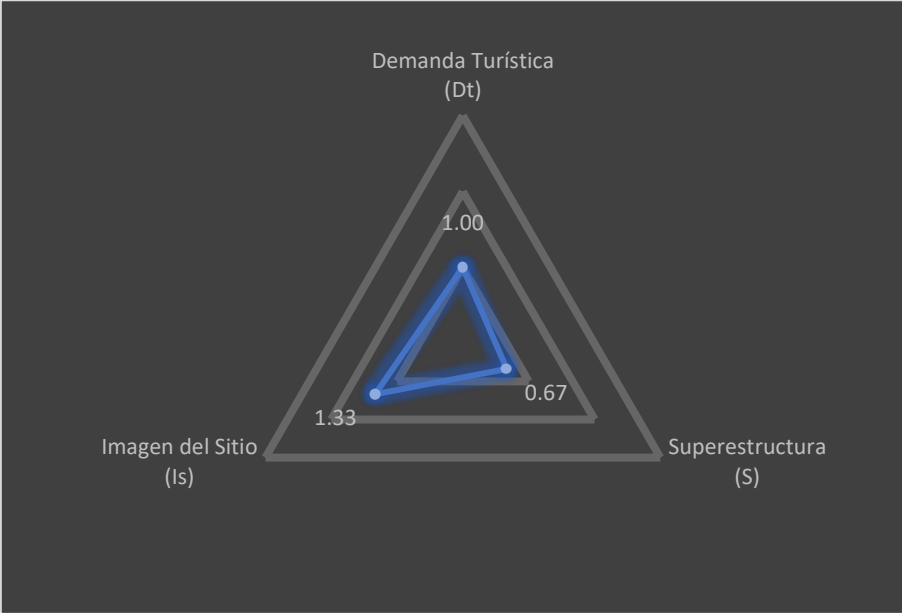
Matriz valoración porcentual de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio en la ciudad de Latacunga.

Variables	Valor	Calificación	FIT
Demanda Turística (Dt)	40%	1.00	0.40
Superestructura (S)	30%	0.67	0.20
Imagen del Sitio (Is)	30%	1.33	0.40
Calificación Total			1.00

Nota: Elaboración propia

Figura 122.

Gráfica de Red de los componentes de los factores extrínsecos de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.



Nota: Elaboración propia

Como se puede visualizar en la ilustración 122, la ciudad de Latacunga requiere trabajar fuertemente en el mejoramiento de los factores extrínsecos del sitio, ya que, al no contar con una orientación clara, estructurada y con un enfoque técnico podría generar que las acciones ejecutadas por el sector público sean infructuosas, tratando de trabajar de forma dispersa y sin fundamentación territorial contextualizada con el turismo.

Tabla 93.

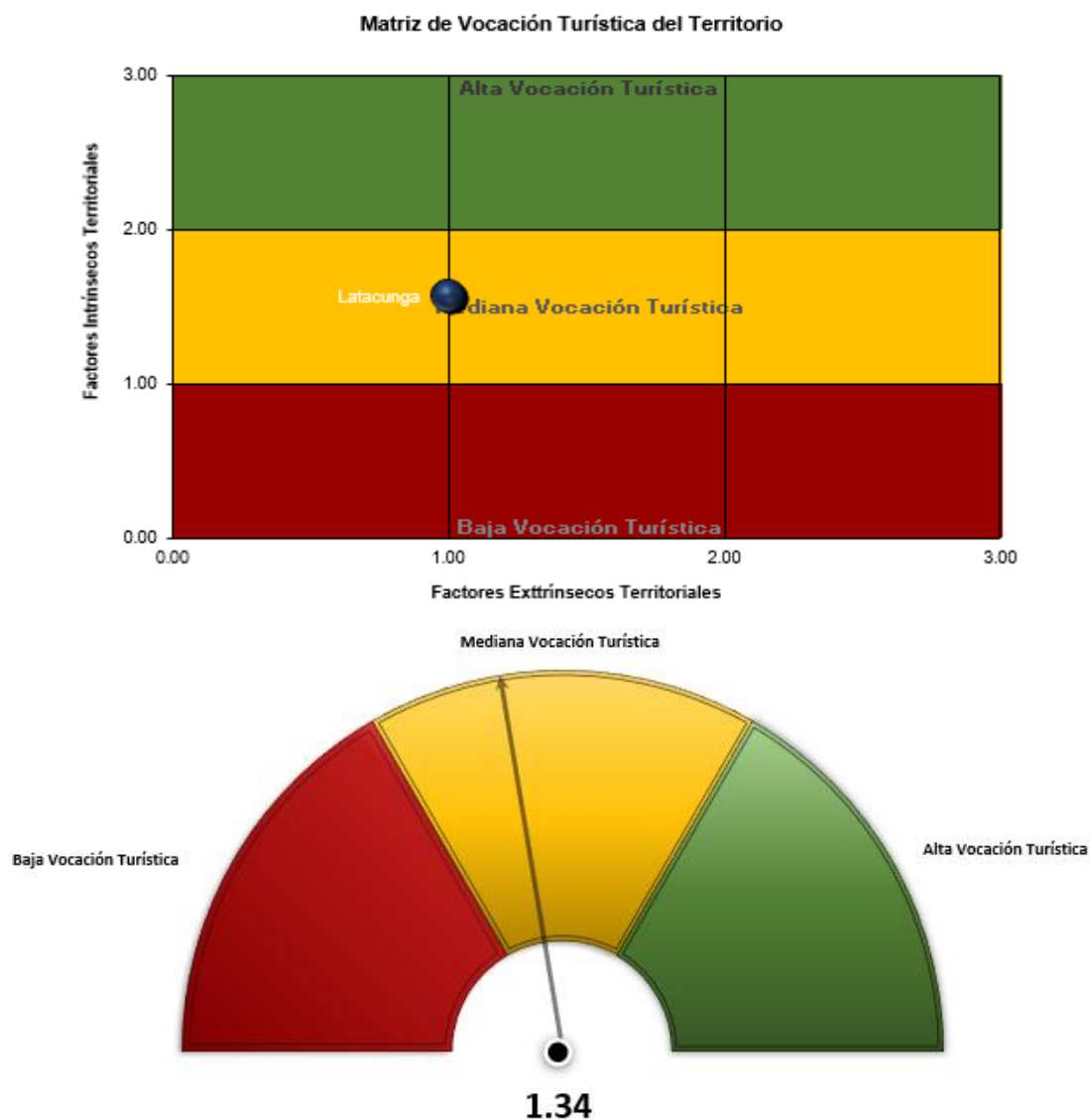
Resultados de la valoración porcentual de la vocación turística del territorio en la ciudad de Latacunga.

Lugar	Factores Intrínsecos	Factores Extrínsecos	Vocación Turística del Territorio
Latacunga	1.57	1.00	 1.34

Nota: Elaboración propia

Figura 123.

Gráfica de Bandas e Indicadores de la vocación turística del territorio de la ciudad de Latacunga.



Nota: Elaboración propia

La ciudad de Latacunga ha obtenido una valoración correspondiente a 1.34, que de acuerdo con la escala valorativa metodológica corresponde a los territorios con mediana vocación turística, lo que quiere decir que para poder desarrollar al sector turístico de forma adecuada se debe primero trabajar en el fortalecimiento de los componentes que no facilitan el progreso de la actividad de manera eficaz y eficiente.

BLOQUE V.- CONCLUSIONES

CAPÍTULO IX.- CONCLUSIONES.

En el presente capítulo se realiza una síntesis analítica y descriptiva de los principales hallazgos generados en la presente investigación, dando respuesta a las premisas, hipótesis y objetivos que la fundamentaron, para lo cual se tomará en consideración los puntos analizados dentro de cada uno de los capítulos que conforman esta tesis.

Dentro del primer apartado, se estructurará las conclusiones con base en los principales lineamientos de la tesis, relacionados por una parte al abordaje del término de vocación turística, seguido de la identificación de los destinos urbanos como contexto dinamizador de la actividad turística, se detallarán las principales aportaciones relacionadas con el estudio de los destinos urbanos en el Ecuador y cómo funcionan dentro del espectro turístico, continuando con la descripción de lo expresado por los académicos y gestores públicos de la actividad turística, relacionando los términos de vocación y destinos urbanos, para finalizar con la construcción y aplicación metodológica resultante.

En el segundo acápite se expondrán las posibles líneas de investigación futuras que se extraen de la indagación de la tesis, identificando los ámbitos, enfoques y orientaciones que pueden ser trabajadas en futuros procesos investigativos tomando como base los principales resultados generados en el presente trabajo.

9.1. Conclusiones generales de la investigación.

Esta tesis partía de la necesidad de clarificar, comprender y contextualizar el término de vocación turística territorial dentro de los diversos procesos de planificación, gestión y desarrollo turístico llevados a cabo en los diversos entornos urbanos en los cuales la actividad turística es una realidad o se pretende implementar la misma como eje dinamizador de la localidad. Todo esto fundamentado en la poca relacionalidad que se genera del término con los procesos de gestión pública del turismo que se ven limitados a convertirse en acciones discursivas más que elementos de actuación estratégica real.

9.1.1. Conclusiones sobre las premisas de investigación.

Las premisas de investigación que guiaron la tesis se dividieron en dos lineamientos claves que se explican a continuación.

- La intervención de los gestores públicos del turismo en los destinos urbanos requiere de una participación y guía oportuna que oriente sus acciones hacia un desarrollo turístico territorial eficiente.

En este sentido, se trató de establecer que el trabajo de la administración pública dentro de los apartados de la planificación y gobernanza turística de los destinos urbanos tiene que ser el elemento fundamental que direcciona y oriente los diversos enfoques de actuación turística territorial. Luego de la investigación de campo, se pudo observar que lamentablemente estos elementos se quedan enfrascados dentro de la literatura académica y demuestran una aplicación práctica poco real.

Solamente las ciudades que cuentan con organizaciones de gestión de destino (Quito, Guayaquil y Cuenca) demuestran tener un proceso de desarrollo turístico orientado y fundamentado en diversos procesos de planificación asignada, recalcando que incluso en ello se encontraron falencias, ya que la OGD de la ciudad de Guayaquil tiene una cuenta pendiente muy fuerte con su localidad, debido a que se pudo observar una ausencia de planificación turística exclusiva para el sitio, que permita mejorar las acciones y decisiones tomadas por sus encargados. Así también hasta la fecha de la investigación, dicha institución no ha logrado generar información estadística in situ que permita sustentar las decisiones públicas que han sido llevadas a cabo en

la ciudad, resultando las mismas de decisiones políticas, posturas ideológicas o requerimientos de campaña para la reelección de autoridades.

En el caso de las OGD de las ciudades de Quito y Cuenca, se puede encontrar un manejo orientativo mejor enfocado, debido a varios aspectos, entre ellos, la profesionalización y tecnificación de su personal, el tiempo de existencia de dichas organizaciones en los destinos antes mencionados y la instauración de modelos de gobernanza turística participativa, las cuales generan espacios de trabajo conjunto entre todos los actores que forman parte, de manera directa o indirecta, del sector turístico para la toma de decisiones aplicadas a cada lugar, rescatando la inclusión de la comunidad local como eje central del mismo.

Para el caso de las otras ciudades que se incluyeron en el estudio y que no cuentan con una organización de gestión de destino, se pudo constatar la existencia de una institucionalización de la actividad turística, de acuerdo con lo establecido en los procesos de descentralización y desconcentración a nivel nacional, pero dichos departamentos, que normalmente pertenecen a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se encuentran entremezclados con otras actividades como por ejemplo las ambientales, culturales y/o de festividades, lo que ha limitado el abordaje específico sobre el turismo en dichos territorios. Se suma a esto que los perfiles de los servidores públicos, en la mayoría de los casos, no responden a una formación profesional dentro del ámbito turístico.

- El abordaje de la vocación turística del territorio puede favorecer al desarrollo del lugar si se lo realiza de forma técnica evitando, en la medida de lo posible, la influencia del discurso político en la toma de decisiones del destino urbano.

Una de las principales razones que impulsaron el presente trabajo se fundamentó en el discurso político y el abordaje del turismo como elemento dinamizador que permite mejorar la situación de los diversos territorios, en distintas escalas. Esto se ha venido observando en el país desde la institucionalización de la actividad turística dentro del sector público nacional a mediados de 1940, y que se reafirmó en el año 2009, cuándo se incluyó al sector turístico como parte del proceso del cambio de la matriz productiva del Ecuador, colocándolo como uno de los denominados sectores estratégicos del país.

Lamentablemente, dicha ideología o posición política se ha proliferado dentro de los gestores públicos de la actividad turística nacional, generando el desarrollo de actividades más políticas que tecnificadas en turismo, limitando un desarrollo adecuado de la actividad turística en los destinos urbanos del país, los cuáles se ven encasillados en lo que requiere ejecutar el gobierno de turno sobre las necesidades reales de los territorios en materia de gestión pública del turismo, adecuada y eficiente.

Así, el reto que se planteaba comprendía la generación de una metodología valorativa de la vocación turística del territorio aplicada a entornos urbanos, la cual sea construida desde la investigación, la participación colaborativa de la academia y los gestores públicos de la actividad turística en el país, para lograr combinar la fundamentación teórica, que se sustenta en las diferentes corrientes de pensamiento turístico, con la práctica de lo ejecutado por los representantes de la acción pública, para establecer una praxis que sea de fácil aplicación territorial, interpretación estadística y permita solventar las líneas de actuación que se deben llevar a cabo en cada uno de los territorios con base en los resultados obtenidos.

9.1.2. Conclusiones sobre las hipótesis de investigación.

La hipótesis que guio la presente tesis doctoral fue: *Los procesos de gestión pública y planificación turística territorial ejecutadas en los destinos turísticos urbanos del país muestran una limitada utilización de la vocación turística del territorio como herramienta metodológica que coadyuva al desarrollo de actividades turísticas.* La misma que se confirma en su ejecución territorial pública, teniendo presente el contexto de la investigación establecido en los párrafos anteriores, por lo que se puede inferir que los territorios con un desarrollo turístico adecuado han fundamentado sus acciones con una fundamentación teórica y solventada en herramientas técnicas.

Adicionalmente, se ha evidenciado que las actividades turísticas en las ciudades en el país se han dado desde una perspectiva empírica y sin una planificación que solvente, identifique y evalúe los impactos, positivos y/o negativos, que se pueden presentar en dichos territorios.

Sin embargo, el desarrollo empírico de las ciudades turísticas del Ecuador, principalmente Quito, Guayaquil y Cuenca, sí se ha podido identificar como una decisión política, que fue el crear una institución especializada y encargada de la actividad en el sitio, ha promovido un ordenamiento del ámbito turístico que ha generado los lineamientos clave de desarrollo y

fomento especializado en cada uno de dichos lugares, teniendo en consideración o explicado en los párrafos anteriores sobre la OGD de la ciudad de Guayaquil.

Siguiendo la misma línea de análisis se plantearon dos hipótesis secundarias, las cuales fueron:

H.S.1. Los procesos de gestión pública y planificación turística territorial ejecutadas en los destinos turísticos urbanos del país demuestran un limitada utilización de la vocación turística del territorio que coadyuve al desarrollo de actividades turísticas.

El abordaje de la primera hipótesis secundaria generó una línea de trabajo importante para la presente investigación, ya que además de obtener la información general para la elaboración de la metodología, dicho acercamiento permitió reconocer el abordaje cognoscitivo por parte de las dos agrupaciones consideradas para la tesis, academia e instituciones públicas.

Es importante hacer una reflexión en primera instancia, individualizada por cada grupo, para luego poder elaborar la relación conjunta resultante. Iniciando con la academia, resultó interesante poder identificar la posición académica para el abordaje de la vocación turística territorial, ya que se pudo encontrar diversos enfoques claramente definidos, se pudo observar que para algunos de los involucrados se confundía el término con otros elementos relacionados con potencialidad y competitividad turística desde un inicio, lo que requirió que se vayan estableciendo definiciones generales para armonizar el trabajo solicitado.

En este aspecto, se pudo contar con algunas posiciones contrastantes de los académicos, ya que, en las primeras reuniones para identificar el instrumento de investigación que se aplicó se pudo obtener retroalimentación interesante de cada uno de los participantes, los cuáles establecían su temor en que la metodología no incluya a la comunidad local y se fundamente solamente en el sistema turístico cerrado con sus componentes básicos de oferta y demanda turística.

En el caso de los servidores públicos gestores de la actividad turística en los destinos urbanos del país, se pudo identificar que no conocen a qué se refiere el término dentro del entorno turístico, normalmente lo confunden con la vocación territorial con base en los lineamientos de actividades económicas que se pueden realizar en cada uno de estos territorios. También se encontró una discrepancia notable entre lo expresado entre dichos actores públicos, ya que en este caso, existió demasiada variación entre los abordajes propuestos por ellos para la

determinación de la vocación, pero sí hubo un consenso general en solicitar que se elabore una metodología sencilla, debido a sus limitaciones técnicas y de formación de ellos.

En lo que respecta a la armonización del término entre los dos grupos se puede identificar claros rasgos de discrepancia y discordancia, en lo que corresponde con la definición, abordaje y aplicación principalmente. Lamentablemente esto se puede observar a priori por el perfil de los profesionales encargados del turismo en el sector público de los diversos entornos urbanos del país, así como también, en la reciente especialización y relacionalidad generada entre el turismo y el territorio por parte de las instituciones de educación superior del Ecuador, por lo que dicha hipótesis secundaria se corrobora.

H.S.2. En los procesos de gestión pública del turismo de los destinos urbanos la determinación de la vocación turística del territorio depende netamente de elementos intrínsecos del lugar dejando de lado a la injerencia de los elementos extrínsecos.

Para la determinación de la vocación turística del territorio en espacios urbanos, uno de los ejes centrales de la investigación correspondió a los elementos que conformen dicha metodología, y existió un abordaje interesante y diverso por parte de los involucrados como agentes de información, ya que por parte de los académicos se estableció un listado desagregado bastante explicativo sobre los elementos que son clave para el análisis de la vocación, mientras que por el caso de los servidores públicos se enfrascaron solamente en el análisis de los elementos básicos del sistema turístico local entendido como oferta y demanda turística.

Los miembros de la academia fueron firmes en solicitar que no solamente se deben tomar en consideración los componentes intrínsecos, o los que representan a lo que el territorio cuenta o tiene, sino también al contexto turístico del lugar, generando así un ámbito de análisis integral que pueda presentar una visión global y especificada del comportamiento de cada uno de dichos elementos. Con ello se refuta la hipótesis secundaria dos.

Adicionalmente, el presente trabajo se planteó como objetivo general al diseñar una metodología para el diagnóstico y valoración de la vocación turística del territorio en destinos urbanos para su aplicación en los procesos de planificación y desarrollo turístico, para lo cual se puede identificar que el trabajo requirió de una especificación mucho mayor.

Dicho objetivo contrajo un abordaje a profundidad de los espacios urbanos del país, debido a que si bien es cierto existe cierta cantidad de información generada por los organismos públicos nacionales, el análisis sobre la misma no se ha ejecutado por parte de los investigadores nacionales, debido a que el abordaje principal del análisis de la situación turística del país se establece desde una perspectiva social, que no es un abordaje inadecuado, pero que lamentablemente ha generado un proceso de intervención territorial limitada.

9.1.3. Conclusiones sobre los objetivos de investigación.

A continuación, se desglosa las principales conclusiones correspondientes a cada objetivo específico que estructuró la tesis.

- **OE1. Establecer los lineamientos clave de abordaje y contextualización de la vocación turística en los territorios urbanos, a través de la revisión documental.**

El primer objetivo específico se planteó debido a la necesidad de generar una diferenciación conceptual del término, ya que en la práctica se ha visualizado que pocas personas conocen claramente el ámbito de actuación de la vocación turística del territorio y lo suelen confundir directamente con la potencialidad, atraktividad y/o competitividad de destinos turísticos, tanto en la literatura como en la práctica. Por ello, en el capítulo correspondiente se estableció un abordaje pormenorizado de lo que comprende la vocación turística y se plantearon diferencias y semejanzas del término con los anteriormente mencionados, convirtiéndose en un elemento de diferenciación conceptual clave para el desarrollo de la tesis.

Se pudo identificar que entre el término de potencialidad turística y vocación, dentro de la literatura académica se los utiliza como sinónimos, cuándo su abordaje y especialización son completamente diferentes, recalando que la potencialidad turística analiza principalmente los elementos básicos de la oferta turística del lugar (recursos, atractivos turísticos y prestadores), de la demanda turística (flujos turísticos) y de la infraestructura básica del sitio, pero no establece un análisis integral de la situación turística, tomando en consideración que dichos elementos están generados de manera intrínseca en el lugar. Esta presunción puede generar a la descontextualización del turismo y brindar expectativas que solamente se encuadren en ideas más que realidades.

Otra diferenciación clave entre los términos radica en lo que genera su estudio, ya que de acuerdo con la literatura, la vocación y la potencialidad turística se debería realizar en un territorio antes de que el fenómeno turístico se consolide, pero en el caso de la vocación turística, si bien es cierto requiere de información de la demanda del lugar, también solicita el análisis de elementos como la institucionalidad del turismo en el sitio, estableciendo la importancia del trabajo colaborativo y conjunto entre el sector público, privado, y en el caso del Ecuador, también se debe incluir al comunitario, logrando así tener una perspectiva global de la idealización de la actividad turística del sitio, pero sin descuidar la realidad del mismo. Evitando la generación de falsas esperanzas en los territorios.

Uno de los elementos clave que motivaron la realización de la presente tesis, es que en el caso de Latinoamérica, y en especial del Ecuador, se ha venido utilizando al turismo como parte del discurso político de los representantes del país, debido a que se lo ha tratado de colocar como la panacea social, que podría generar ventajas positivas en los diferentes lugares que se ejecute, dejando de lado la realidad de la actividad turística, la cual mantiene efectos positivos y negativos con su desarrollo. Esta fundamentación discursiva se basa en el planteamiento ideológico del turismo conocido como *boostering*, el cuál pretendía identificar al turismo como un agente de dinamización territorial con un enfoque meramente positivista.

Como resultado de la investigación se pudo establecer una definición propia sobre vocación turística del territorio, la cual permite diferenciar su accionar claramente de los conceptos analizados en párrafos anteriores, “vocación turística corresponde a las características y capacidades territoriales, tanto naturales como culturales, que se encuentran en un determinado lugar demostrando una aptitud, condición y rasgos que direccionan su uso turístico futuro, partiendo siempre del análisis local pero en función de la realidad del sitio, el mercado turístico y los visitantes con miras a alcanzar un desarrollo de la localidad sin menospreciar la predisposición de la población para ingresar en el desarrollo de la actividad turística”.

Para contrastar la información anteriormente mencionada, se hizo un análisis del turismo urbano dentro de los destinos turísticos, logrando encontrar que dicho abordaje conceptual y metodológico se encontraba con una mayor presencia dentro de la literatura académica, ya que el turismo urbano, las ciudades y los destinos turísticos han sido trabajados desde diversas perspectivas, logrando así establecer un cuerpo teórico mucho más fácil de comprender, abordar

y aplicar; pero cuándo se trató de aterrizar el mismo en el Ecuador, se evidenció la falta de investigaciones actualizadas y con rigor científico sobre el turismo urbano en el país.

Por ello se logró tener un contacto con las principales universidades del Ecuador y sus investigadores para obtener de primera mano, los resultados de sus investigaciones relacionadas con el turismo urbano en el país, mismas que aportaron para la generación de la metodología de jerarquización de las ciudades turísticas propuestas en esta tesis, así como para complementar los abordajes de indagación que se utilizan en un contexto nacional.

Finalmente, se analizó las diferentes maneras en las que el Ecuador ha tratado de generar un análisis de sus ciudades, y se estableció las diversas formas en las que se han tratado de generar sus clasificaciones, estableciendo claramente los parámetros utilizados en cada uno de los intentos, así como los resultados obtenidos en ellos. Esto permitió que en la tesis se pueda generar un abordaje armónico para la propuesta de jerarquización de las ciudades, tomando como consideración, además de las establecidas de manera territorial por los organismos públicos del país, a las establecidas por la literatura relacionadas con requerimientos de los destinos turísticos.

- **OE2. Contrastar la significatividad de los factores y/o variables estratégicas relacionadas con la valoración de la vocación turística en un territorio urbano para el establecimiento de los elementos base del modelo, mediante entrevistas a profundidad y la aplicación del método Delphi.**

Para la identificación de los elementos que conformaron la metodología propuesta en la presente investigación se planteó dos técnicas de investigación, por una parte las entrevistas semiestructuradas a profundidad, las cuales fueron aplicadas a gestores públicos de la actividad turística del país, y por otro lado, el método Delphi que se trabajó con académicos investigadores de las diversas ciudades del Ecuador para contrastar de manera técnica que dichos elementos contribuyan a la construcción de la herramienta turística territorial.

En el caso de los gestores públicos de la actividad turística, el acercamiento fue complejo, debido a que sus agendas se encontraban llenas, por lo que se ajustó el calendario de aplicación de la técnica a su disponibilidad. Al momento de obtener su aceptación surgió otro problema, algunos de los miembros contactados señalaron su temor sobre la profundidad técnica de las preguntas, por lo que solicitaron que se los envíen con una semana de antelación para su

preparación. Esto no se realizó, ya que se perdía la esencia real de la investigación, generando un sesgo que pudo afectar la metodología. Esto se dio debido a que la mayor parte de los servidores públicos del turismo no cuentan con una formación profesional en el ámbito, lo cual se traduce en las acciones públicas del lugar dentro del sector.

Luego de haber aplicado las entrevistas se puede concluir que existe un desconocimiento de la gestión pública sobre lo que es y qué aborda la vocación turística del territorio, confundiéndola con acciones públicas que se ejecutan en el lugar para apoyar el desarrollo turístico del sitio. Además, cabe recalcar la simplicidad con la que se generan los análisis turísticos en los territorios urbanos, tomando en consideración solamente el número de visitantes en un determinado periodo de tiempo, los ingresos generados por dicha actividad y el número de prestadores de servicios turísticos que operan en el sitio, dejando de lado elementos clave para un fortalecimiento de la actividad turística desde una óptica integral y tecnificada.

Por otro lado, para contrastar la información brindada por el sector público, se decidió optar por la aplicación del método Delphi con diversos académicos e investigadores que trabajan dentro de las diferentes instituciones de educación superior del país, tanto públicas como privadas. En este caso se pudo evidenciar una mayor armonización de los términos que conforman la vocación turística territorial; si bien es cierto que la mayoría de ellos cuenta con una especialización en planificación y/o gestión turística, se pudo evidenciar la diferenciación en cuánto a terminología o aplicación de esta en entornos urbanos.

Esta aproximación permitió conocer de mejor manera el cómo se está trabajando el término dentro de las aulas de clase y en el proceso de formación académica de los futuros profesionales a nivel nacional. El principal hallazgo en este apartado fue encontrar la diversidad y multiplicidad de cubrir el tema de vocación turística, encontrando que, en algunos casos, la misma academia tiene problemas en poder diferenciar entre vocación, potencialidad y competitividad, lo que se traduce en sus entornos de enseñanza, los cuales serán replicados después en la vida laboral de los profesionales, convirtiendo al tema en relevante y necesario.

Los académicos resaltaron la preocupación que dio paso a la presente tesis, indicando que en el país el turismo se apoya con base en las ofertas políticas que se hayan hecho en los diferentes entornos urbanos, enmarcados como promesas de campaña en épocas de elecciones de autoridades en el país, lo que ha desvirtuado el desarrollo adecuado de la actividad turística en

diferentes ciudades de Ecuador. Así también recalcan la peligrosidad de este, porque se generan falsas expectativas en los prestadores de servicios turísticos y la localidad, los cuales cuando ven que en la realidad el turismo no se estableció en el sitio comienzan a perder su orientación, interés y voluntad para colaborar con las acciones turísticas que se pretendan implementar en estos lugares.

Resultó interesante las diferentes intervenciones de los académicos, ya que esto permitió contrastar, mejorar y profundizar la información contemplada para el instrumento de investigación correspondiente, aterrizándolo en una realidad local específica del Ecuador, con respecto a la actividad turística de la misma en los diversos entornos urbanos a nivel nacional.

Un elemento en el cual coincidieron, tanto los gestores públicos como la academia, fue en que la metodología que se desarrolle resulte de fácil aplicación, interpretación y entendimiento por parte de los involucrados, debido a que se tiene como precedente que no contamos, en su mayoría, con profesionales en el área de turismo a cargo de las instituciones públicas de turismo del país, y que se puede identificar abordajes diferentes y poco contrastantes entre los miembros de la academia sobre el tema. Por ello, dentro de la metodología realizada se establecieron conceptualizaciones sobre sus componentes que permitan generar un mismo lenguaje de aplicación y se desarrolló un documento en Excel, el cual cuenta con la configuración correspondiente para solamente ingresar datos y que el análisis de las fórmulas, así como los gráficos, se obtengan de forma automática.

- **OE3. Aplicar la metodología para el diagnóstico y la valoración de la vocación turística del territorio dentro de los principales destinos urbanos en el país, con base en la observación no participante.**

Finalmente, en lo que respecta a la aplicación de la metodología, se establecieron algunos parámetros de actuación territorial, los cuáles fueron: escoger una ciudad representante de cada una de las tipologías establecidas en la presente tesis, contar con la apertura de los organismos públicos encargados del turismo en dichas ciudades y trabajar en conjunto con la academia al brindar los resultados generados para establecer una acción de trabajo conjunto entre las partes.

Las ciudades resultantes de la selección fueron Cuenca, Loja y Latacunga. Cabe recalcar que en cada una de estas ciudades cuándo se realizó el acercamiento metodológico se expresó la voluntad de participar dentro del proceso de aplicación de la metodología resultante.

En el caso de la ciudad de Cuenca, en concordancia con lo establecido por la jerarquización de las ciudades turísticas y la aplicación de la vocación turística en estos territorios, se aplicó la misma a un barrio de la ciudad, con la finalidad de desconcentrar los flujos turísticos de la ciudad, dinamizando así la oferta del lugar. Por lo cual se escogió al Barrio el Vecino, que contempla a la calle Rafael María Arizaga, que forma parte del centro histórico de la ciudad, que es patrimonio cultural de la humanidad. La entidad pública de la ciudad ya ha venido trabajando con los moradores y prestadores de servicios turísticos de dicho lugar para orientar acciones que desarrollen la actividad turística en el sitio.

Los miembros del sector público, así como los representantes de una de las universidades de la ciudad, fueron los encargados de aplicar la metodología propuesta, contando con la presencia del investigador para definir la validez y facilidad de la metodología al momento de ser aplicada en el territorio. Como resultado de la aplicación se obtuvo que la calle Rafael María Arizaga cuenta con mediana vocación turística, ya que aún requiere trabajar mucho en la prestación de servicios turísticos ubicados en el lugar, así como el mejoramiento y adecuación de los espacios turísticos.

Tanto los miembros del sector público como de la academia rescataron la facilidad de la aplicación de la metodología y la aportación detallada sobre cada uno de los componentes que la conforman, los cuales permiten establecer acciones específicas de mejora en el lugar para incrementar su resultado en el futuro, evitando el desgaste de acciones poco coherentes con la realidad turística del territorio.

En el caso de la ciudad de Loja, de igual manera se contó con la participación de los representantes del sector público de la ciudad y los miembros de la academia para la aplicación y análisis de los resultados obtenidos luego de la aplicación de la metodología.

De acuerdo con los resultados obtenidos, la ciudad de Loja cuenta con un alta vocación turística del territorio, ya que la misma ha venido trabajando de manera activa en el desarrollo de dicha actividad en la ciudad, integrando a los involucrados con el sector para que se trabaje de manera

conjunta, colaborativa y participativa. Además, cuenta con procesos públicos claros que se orientan al mejoramiento de la actividad en la ciudad y su ubicación favorece para que existan flujos turísticos internacionales, principalmente provenientes del norte de Perú.

Tanto la academia como los técnicos del sector público resaltaron la facilidad en el manejo de la herramienta, así como de su interpretación, y resaltaron el hecho de que la misma cuente con explicación o definición de cada término que la compone, evitando así caer en la subjetividad al momento de aplicarla.

Por último, en la ciudad de Latacunga se contó con la apertura del sector público encargado y la academia para el análisis de la vocación turística territorial del lugar. El resultado obtenido fue que el destino cuenta, a la fecha, con una vocación turística mediana, pero sus resultados en territorio deben mejorar mucho para poder consolidarse como sitio de visita.

En resumen, la dinámicas turísticas de los destinos urbanos en el Ecuador son divergentes, pero la implicación del sector público juega un papel fundamental en el desarrollo turístico del lugar, por lo que la metodología propuesta en la presente tesis sirve como una herramienta técnica de diagnóstico, medición y valoración de los diversos componentes turísticos del lugar, tanto intrínsecos como extrínsecos, que permita tomar decisiones estratégicas en el sitio, las cuales están fundamentadas en una contextualización detallada, procurando minimizar el impacto del subjetivismo en dicho proceso.

Los procesos de planificación turística requieren de un mayor nivel de profesionalización y tecnificación en el Ecuador, por lo que el requerimiento de herramientas que fortalezcan el accionar público para la orientación del turismo en el territorio resulta imprescindible. El trabajo conjunto entre la academia, sector público, privado y comunitario en los diversos entornos urbanos coadyuvan con el mejoramiento, maximización e incremento en el impacto de los beneficios positivos del turismo en el territorio, y a su vez mitiga la probabilidad de impactos negativos que se puedan presentar como resultado de esta en el territorio.

El término vocación turística del territorio se ha visto acuñado mucho más en territorios latinoamericanos y su utilización en espacios angloparlantes o europeos ha sido mínimo. Esto lleva a concluir que los análisis de vocación se han realizado para poder identificar la realidad

del turismo en un determinado sitio, evitando así la proliferación de la idealización del discurso político sobre la realidad del sector.

Por último, se puede identificar que la falta de direccionamiento técnico en la actividad turística de los destinos urbanos genera que los sitios no posean una identificación clara de qué es lo que desean realizar, cómo lo van a generar y cuándo podrán medir sus resultados, por lo que la intervención turística territorial recurrente propende a la mejora de los procesos turísticos, teniendo presente la importancia de la capacidad de responder a los requerimientos de los visitantes, el mercado y los prestadores de servicios turísticos de una manera eficaz, eficiente y flexible.

9.2. Desafíos y futuras líneas de investigación

Las conclusiones de esta investigación implican la consideración de la existencia de notables deficiencias en la aplicación de los planteamientos académicos y doctrinas internacionales relativas al concepto la vocación turística territorial en los destinos turísticos urbanos. Pues si bien los representantes del sector público utilizan al turismo como medio para obtener beneficios integrales aplicables a toda la sociedad, en la práctica no se evidencia su ejecución de una forma efectiva, técnica ni competitiva, y dicho problema se puede identificar en las diferentes escalas de organización pública territorial del turismo (nacional, zonal y gobierno autónomo descentralizado).

De esta forma, la presente investigación ha permitido constatar de una manera fehaciente que existen notables limitaciones en los marcos institucionales actuales para asimilar las lógicas integrales del territorio, un hecho que podría impedir un cambio de fondo en el abordaje de nuevos modelos de diagnóstico turístico basados en dicha concepción integral, por lo que el grado de apertura de los representantes de la gestión pública del turismo es imperativo para alcanzar los objetivos de desarrollo turístico.

En este sentido, además, se contempla la posibilidad de desarrollar trabajos de investigación futuros con estudios de caso donde se esté propiciando un mayor desarrollo turístico territorial al existir un mayor apoyo institucional, iniciando con el resto de las ciudades del Ecuador que no fueron contempladas en el presente estudio debido a su incipiente información relacionada con el sector turístico en el sitio a la fecha de realización de la investigación. De este modo, podrían ser experimentadas líneas de acción directa, con la puesta en marcha de proyectos concretos que pudieran corroborar las conclusiones aquí halladas en un sentido práctico, además de servir de ejemplo para demostrar su viabilidad.

Entre las futuras líneas de investigación que de aquí se desprenden se contempla ampliar el alcance de estos resultados por medio del desarrollo de nuevos análisis que, sobre la base del aquí llevado a cabo, atiendan a profundizar en esta cuestión. El aquí expuesto es un modelo metodológico susceptible de réplica, y que, por tanto, puede ser adaptado a otros territorios y entornos urbanos debido a lo similar de las estructuras institucionales del ámbito turístico. Un estudio similar en otras latitudes permitiría comprobar si existen estructuras territoriales y turísticas diferentes a las dominantes en los países latinoamericanos, y si éstas permitiesen una mayor integración de las ópticas territoriales.

Por lo que, dentro de las líneas de investigación futura, se encuentran el análisis contrastante de los resultados obtenidos entre metodologías de potencialidad, atractividad y competitividad turística territorial en destinos urbanos con los arrojados con la metodología de vocación turística territorial, para establecer desde una perspectiva integral cuáles son las aportaciones reales de cada una de estas apreciaciones técnicas en un territorio urbano determinado. Dentro de esta misma línea se incluirían los análisis de las variables que fueron utilizadas en cada una y el grado de representatividad de la información que se obtuvo para que puedan colaborar con el proceso de toma de decisiones turísticas territoriales acertadas in situ.

Por otro lado, se puede generar una adaptación a nuevos espacios territoriales que desean o han desarrollado turismo dentro de su superficie, por lo que se puede adaptar la metodología a territorios naturales, rurales, comunitarios y/o ancestrales, respetando las características de cada uno de ellos. En este sentido se tendrían que ajustar los pesos porcentuales de los factores intrínsecos y extrínsecos; además se deberían incluir o excluir variables y/o componentes que estructuran la misma para ajustarse a dichos requerimientos, como por ejemplo la sacralidad de los espacios de visita, el uso turístico de los espacios brindados por las comunidades, el acceso a los mismos, entre otros. Siempre teniendo presente la importancia de que la herramienta sea colaborativa e integrativa incluyendo a los miembros involucrados, directa o indirectamente, con la actividad turística del lugar.

Recalcando que, en los territorios ancestrales y comunitarios indígenas, la incertidumbre de explorar espacios casi inexplorados, conocer realidades desconocidas y encontrarse con personas con visiones distintas, nos permite visualizar el entorno de una manera diferente y posibilita la oportunidad de establecer encuentros con grupos indígenas y palpar su realidad, y no la que nos refieren los medios de comunicación o el Estado ecuatoriano. En lo que respecta al tema turístico, esta realidad se agudiza mucho más ante la mirada de los planificadores, por no considerar al territorio como un sistema complejo y sistémico.

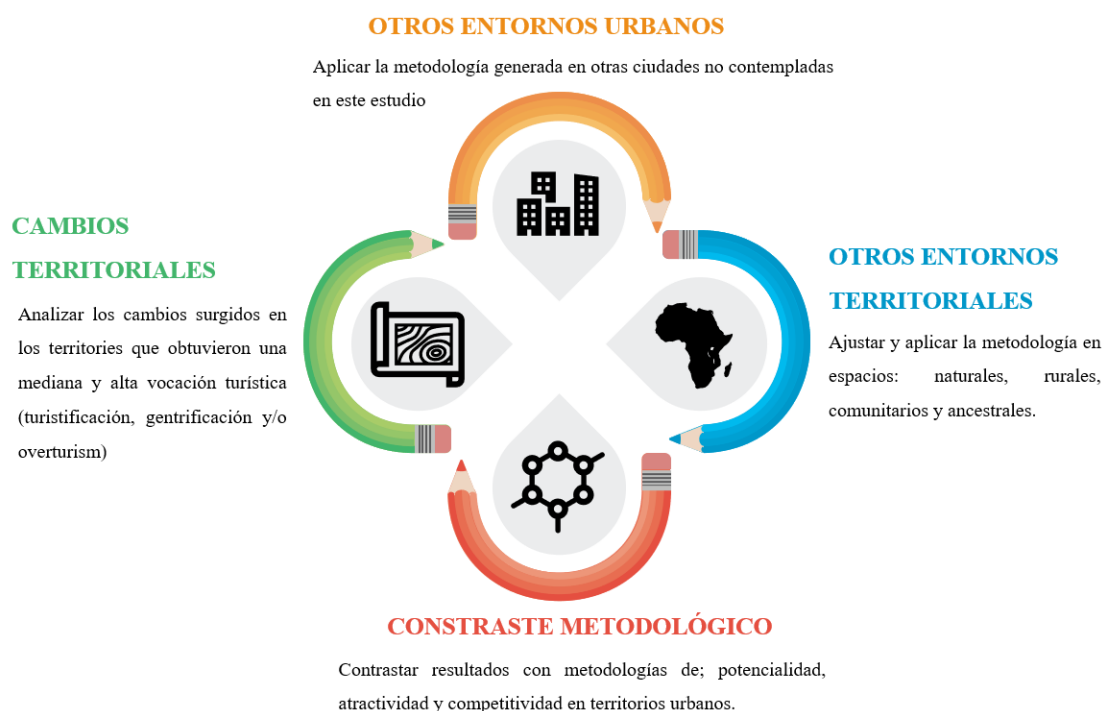
Adicionalmente se podría generar un contraste de la metodología aplicada en los territorios con la ampliación del análisis territorial, sus variaciones y su relación con el turismo, debido a que en la actualidad los planificadores turísticos evidencian la existencia de desviaciones dentro del territorio por efectos de la actividad turística, que muchas de ellas incluso pueden cambiar la posición de la comunidad receptora sobre el desarrollo de estas, por lo que incluir estudios sobre gentrificación de los espacios debido al uso turístico del lugar, la turistificación de los territorios

urbanos y conocer la existencia o incidencia del *overtourism* dentro de los destinos turísticos consolidados, colaboraría con un contraste entre lo establecido por la metodología de vocación turística del territorio, las decisiones públicas institucionales tomadas a partir de los resultados de la misma y los cambios territoriales que han surgido a raíz de la proliferación de la actividad en el lugar en el cual se aplicó la antes mencionada herramienta metodológica.

A continuación, se sintetizan las propuestas establecidas para los retos y líneas de investigación futura derivada de la presente tesis:

Figura 124.

Síntesis de propuestas de investigación futuras.



Nota: Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- Adams, E. (2001). A proposed causal model of vocational teacher stress. *Journal of Vocational Education and Training*, 53(2), 223-246.
- Aguilar, R., Félix H., & Mejía L. (2019). Desarrollo Urbano y Ordenamiento Territorial (Primera). Editorial Lexus.
- Alberca, F. (2016). Una mirada al destino turístico y sus aspectos materiales e inmateriales. *Cultura*, 30, 65–85. http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_30_una-mirada-al-destino-turistico-y-sus-aspectos-materiales-e-inmateriales.pdf
- Alphonso, H. (2014). La vocación personal (Primera). *Gregorian Univ Pr*.
- Alvarado, R. (2017). Ciudad inteligente y sostenible: hacia un modelo de innovación inclusiva. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 13(13), 2007–3607. <https://doi.org/10.18381/Pk.a7n13.299>
- Andersen Cirera, K., & Balbontín Gallo, C. (2021). The planning of the Chilean coastal border. An insufficient regulation. *Revista de Geografía Norte Grande*, 2021(80), 227–247. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022021000300227>
- André, M. E. (1999). El Turismo urbano y la segmentación motivacional aplicación econométrica a la ciudad de Barcelona. In *TDX (Tesis Doctorals en Xarxa)*. Universitat de Barcelona.
- André, M. E., & Artís, M. (1997). El Turismo Urbano. Recursos, Especificidad Y Estrategias. Una Aproximación a La Modelización Del Grado De Repetición En Las Visitas A La Ciudad De Barcelona. *Universidad de Barcelona*, 11. <https://old.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-125.pdf>
- André, María Encarnación. (2002). *Turismo urbano compendio.pdf*. Colegio de Economistas de Madrid.
- Anton Clavé, S. (1998). La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17–43. <https://doi.org/http://ddd.uab.cat/record/1211>
- Antón, S. (2008). Turismo y ciudades. De la oportunidad del turismo urbano a los usos turísticos en las ciudades. In *Actas del X Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación* (p. 19).
- Anton, S. (2022). Tourism Urbanization. En D. Buhalis, *Encyclopedia of tourism management and marketing*. Edwar Elgar.
- Anton, S., & Wilson, J. (2017). The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 96–112. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1177063>
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Assiri, M., Barone, V., Silvestri, F., & Tassinari, M. (2021). Planning sustainable development of local productive systems: A methodological approach for the analytical identification of Ecoregions. *Journal of Cleaner Production*, 287(xxxx), 125006.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125006>

- Ateljevic, I., Harris, C., Wilson, E., & Collins, F. L. (2005). Getting ‘entangled’: Reflexivity and the ‘critical turn’ in tourism studies. *Tourism Recreation Research*, 30(2), 9–21. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081469>
- Aula, P & Harmaakorpi, V. (2008) “An innovative milieu – A view on regional reputation building: Case study of the Lahti Urban Region”. *Regional Studies* 42(4): 523-538
- Bachi, L., Ribeiro, S. C., Hermes, J., & Saadi, A. (2020). Cultural Ecosystem Services (CES) in landscapes with a tourist vocation: Mapping and modeling the physical landscape components that bring benefits to people in a mountain tourist destination in southeastern Brazil. *Tourism Management*, 77, 104017.
- Ballina, J. (2021). Conceptualization of tourist destinations using the “SmartMax” approach: An application to the Gijón destination (Spain). *Journal of Destination Marketing and Management*, 19(xxxx), 100459. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100459>
- Balslev, H., & Velázquez, M. A. (2010). La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 47–59. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.004>
- Bassey, B. E. (2015). Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development. *African Journal of Business Management*, 9(15), 569–580. <https://doi.org/10.5897/ajbm2015.7844>
- Batty, M., Axhausen, K. W., Giannotti, F., Pozdnoukhov, A., Bazzani, A., Wachowicz, M., Ouzounis, G., & Portugali, Y. (2012). Smart cities of the future. *European Physical Journal: Special Topics*, 214(1), 481–518. <https://doi.org/10.1140/epjst/e2012-01703-3>
- Bellet, C., & Llop, J. (2004). Miradas a otros espacios urbanos: las ciudades intermedias. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 21(15), 741–798.
- Berdo, S. (2015). The Integrated Model of Dwyer and Kim as a Tool to Evaluate and Rank the Determinant Attributes of a Tourist Destination Competitiveness. *European Journal of Economics and Business Studies*, 1(1), 27-30. [En línea]. Retrieved from http://journals.euser.org/files/articles/ejes_jan_apr_15/Sonila_Berdo.pdf, [6 de septiembre de 2017].
- Berg, L. van den, Borg, J. van der, & Meer, J. van der. (1995). Gestión del turismo en las grandes ciudades : estudio comparativo del desarrollo y estrategias turísticas en seis futuros destinos y dos ya establecidos. *Estudios Turísticos*, 126, 33–60.
- Bernal Casasola, D., Raissouni, B., Arcila Garrido, M., Youbi Idrisi, M., Ramos Muñoz, J., Zouak, M., López Sánchez, J. A., Maatouk, M., El Khayari, A., El Moumni, B., Ghottes, M., & Azzariohi, A. (2011). Arqueología y Turismo en el Círculo del Estrecho : Estrategias para la Puesta en Valor de los recursos patrimoniales del Norte de Marruecos : Actas del III Seminario Hispano-Marroquí (Algeciras, abril de 2011). In *Colección de Monografías del Museo Arqueológico de Tetuán ; 3*.
- Benevolo, L. (1993). *La Ciudad Europea*. Barcelona: Crítica.
- Blanco, J. (2007). Espacio y territorio: elementos teórico-conceptuales implicados en el análisis geográfico. *Geografía. Nuevos temas, nuevas preguntas. Un temario para su enseñanza*, 37-64.

- Blanco, A., Blázquez, M., De la Calle, M., Fernández, A., García, M., Lois, R., & Tortiño, L. (2021). *Diccionario de Turismo*. Madrid: *Ediciones Cátedra*.
- Boholavsky, R. (1985). *Orientación Vocacional - La Estrategia Clínica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. Roberto Boullón.
https://www.academia.edu/7023645/Planificación_del_espacio_turístico._Roberto_Boullón
- Bozzano, H. (2004). Territorio y gestión : tecnologías de información y comunicación. Una aplicación a casos concretos. En *Tecnologías e instrumentos para la evaluación del ambiente urbano : un enfoque multidisciplinar..* La Plata : Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente (LINTA).
<https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.4782/pm.4782.pdf>
- Brito, E. (2003). A cidade, destino de turismo. *Revista Da Faculdade de Letras*, XIX, 163–172.
- Brouder, P., Clavé, S. A., Gill, A., & Ioannides, D. (2016). Why is tourism not an evolutionary science?: Understanding the past, present and future of destination evolution. *Tourism Destination Evolution*, 1–18. <https://doi.org/10.4324/9781315550749>
- Buhalis, D. (1999). Relationships in the distribution channel of tourism: Conflicts between hoteliers and tour operators in the Mediterranean Region. *Journal of International Hospitality*.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *ResearchGate*.
- Buhalis, D., & Cooper, C. (1998). *Competition or co-operation*. London: *Routledge*.
- Busà, A. (2017). *The creative destruction of New York City: Engineering the city for the elite*. Oxford University press.
- Busquets, J. (2004). La construcción urbanística de una ciudad compacta. Barcelona: *El Serbal*.
- Cabanilla, E., Garrido, C., & Molina, E. (2021). Impacto del COVID 19 en el turismo urbano del Ecuador. *Kult-Ur*, 8(15), 143–170. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/kult-ur/article/view/5872>
- Cabrera, N., & Bernal, E. (2020). *Turismo , patrimonio urbano y justicia social . El caso de Cuenca (Ecuador)*. 40(1), 11–29.
- Cabrera Pérez, S. L. (2018). Análisis del turismo urbano como sistema funcional. Caso de estudio: Turismo urbano en Quito, Ecuador. *Territorios En Formación*, 13, 114.
<https://doi.org/10.20868/tf.2018.13.3807>
- Caccsiari, M. (2010). *La Ciudad (Primera)*. Barcelona: *Gustavo Gali*.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336–344.
- Candias, K., Leticia Rojas, M., & London, S. (2020). Turismo y Crecimiento en América Latina y Caribe:¿ causa o consecuencia?. *Economía Coyuntural*, 5(3), 99-135.

- Chaca Espinoza, R. E. (2015). *Parroquia Chiquintad un recurso turístico no descubierto* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Chan, T., & Huang, S. (2004). Urban Tourism: Between the Global and Local. In A. Lew, M. Hall, & A. Williams (Eds.), *A companion to tourism* (pp. 223–234). Blackwell Pub.
- Chen, L. F., & Tsai, C. T. (2016). Data mining framework based on rough set theory to improve location selection decisions: A case study of a restaurant chain. *Tourism Management*, 53, 197-206.
- Childe, V. G. (1950). The urban revolution. *The town planning review*, 21(1), 3-17.
- Cho, V. (2008). Linking location attractiveness and tourist intention. *Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 220-224.
- Capel, H. (2019). Los Problemas de las Ciudades. Urbs, Civitas y Polis. *Ciudades Arquitectura y Espacio Urbano*, 7–14. <https://doi.org/10.31819/9783964565419-001>
- Casado-Montilla, J., & Pulido-Fernández, J. I. (2021). How to measure the tourism vocation of a territory? Proposal for a composite index. *International Journal of Tourism Research*, 23(3), 253–267. <https://doi.org/10.1002/jtr.2404>
- Cases, J., & Marchena, M. (1999). Turismo urbano, 50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural. Madrid.
- Castro, P., Escoriza, T., Oltra, J., Otero, M., & Sanahuja, E. (2003). Qué es una ciudad?. Aportaciones para su definición desde la prehistoria. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*.
- Clark, M. S., & Pataki, S. P. (1995). Interpersonal processes influencing attraction and relationships. *Advanced social psychology*, 283-331.
- COOTAD. (2019). *Lexis*. Cpccs, 181. www.lexis.com.ec
- Contreras, F. (2016). *Estrategias para potencializar el desarrollo del turismo urbano*. 3(9), 435–446.
- Correa-quezada, R., & Romero, L. Q. (2014). *Regiones y Economía en el Ecuador Crecimiento , Industria , Migración y Empleo Luis Quintana , Miguel Ángel Mendoza , Ronny Correa-Quezada* (Issue June).
- Covarrubias, R., Gómez, C., & Cuevas, T. (2019). *Turismo y vocación*.
- Covarrubias Ramírez, R., Vargas Vásquez, A., & Rodríguez Herrera, I. M. (2010). Satisfacción De Residentes Con El Desarrollo De La Actividad Turística En Los Pueblos Mágicos De México: Un Indicador De Competitividad. Casos De Comala En Colima Y De Real De Asientos En Aguascalientes. *Gestión Turística*, 14, 33–54. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2010.n14-03>
- Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of management*, 31(6), 874-900.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, 44(3), 137-152.
- Cueli, J. (1973). Vocación y profesión. *México*. Limusa.

- Cuenca, F. M. de T. (2020). *Plan de Turismo para Cuenca 2020-2024*.
- Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). *An Experimental Application of the Delphi Method to the Use of Experts*.
- Das, D., Sharma, S. K., Mohapatra, P. K., & Sarkar, A. (2007). Factors influencing the attractiveness of a tourist destination: A case study. *Journal of Services Research*, 7(1).
- D'Egremy, A.F. (1982). *Cómo descubrir tú vocación*. Ciudad de México: Editorial Anaya
- De la Calle Vaquero, M. (2019). *Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate*. Universidad Complutense de Madrid.
- De la Calle, M. (2002). La ciudad histórica como destino turístico. *Ariel*.
- De la Calle Vaquero, M. de la, Ferreiro Calzada, E., & Mendoza de Miguel, S. (2018). Concentración y desconcentración de la actividad turística sobre el espacio urbano. reflexiones en torno a Madrid. *POLÍGONOS, Revista de Geografía*, 30, 143–170
- De la Vega, C., André, E. V., Fiol, D. F., Soria, V., & Aciar, E. (2009). Incursiones teóricas del concepto de vocación territorial desde la significación de los actores. *ReviISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 1(1), 7-17.
- De Loye, P. (1988). Vial (Jean). —Les vocations et l'école. *Revue française de pédagogie*, 82(1), 125-126.
- Dedekorkut-Howes, A., & Bosman, C. (2015). THE Gold Coast: Australia's playground? *Cities*, 42(PA), 70–84. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.09.005>
- Di Giacomo, M. G. G., De Felice, P., Ivona, A., & Spagnoli, L. (2021). Golf: Is it a new form of sustainable tourism or a violation of traditional rural vocations? Italy and brazil: Comparison between two case studies. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116125>
- Diéguez, M., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 5(2), 101–124.
- Díez Clavero, J. (1995). Madrid, centro de atracción turística. *Estudios Turísticos*, 125, 5–18.
- Dredge, D. (2006). Policy networks and the local organisation of tourism. *Tourism Management*, 27(2), 269–280. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.003>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414.
- Echeverría, F., & León, A. (2021). *Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística del Barrio San Sebastián de la ciudad de Cuenca – Ecuador*.
- Ecuador, A. N. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Registro Oficial*.
- Edgell, D. (1990). *Tourism Trends*. 27(3).
- Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban Tourism Research. Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032–1052. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.002>

- Elands, B. H. M., & Lengkeek, J. (2012). The tourist experience of out-there-ness: Theory and empirical research. *Forest Policy and Economics*, 19, 31–38.
<https://doi.org/10.1016/j.forpol.2011.11.004>
- Engels, F. (11 de Octubre de 1891). El origen de la familia, la propiedad privada y el estado. Obtenido de chrome-extension://efaihttps://www.marxists.org/espanol/m-e/1880s/origen/el_origen_de_la_familia.pdf
- Fabry, N., Gursoy, D., Saayman, M., & Sotiriadis, M. (2015). Potential contribution of collaborative forms in tourism innovation: A focus in tourism cluster. *Collaboration in tourism businesses and destinations, Bingley, Emerald*, 285-298.
- Fainstein, S., & Gladstone, D. (1999). Evaluating urban tourism. In D. Judd and S. Fainstein (Eds.), *The Tourist City*. New Haven: *Yale University Press*, 21-34.
- Farfán Pacheco, L. K. (2013). Turismo y Territorio: Una aproximación turística al Centro Histórico de Santa Ana de los ríos de Cuenca (Master's thesis, Universidad del Azuay).
- Faulkner, B., Oppermann, M., & Fredline, E. (1999). Destination competitiveness: An exploratory examination of South Australia's core attractions. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 125-139.
- Fernandez, J. (1999). *Economía industrial* (Issue 395). Ministerio de Industria y Energía [Secretaría General Técnica del Miner].
- Ferrario, F. F. (1979). The evaluation of tourist resources: An applied methodology. *Journal of Travel Research*, 17(4), 24-30.
- Figuerola, M. (2019). *Turismo urbano en España. desarrollo futuro. estrategias para su optimización*.
- Friedmann, J. (1961). Cities in Social Transformation. *Comparative Studies in Society and History*, 1, 86–103.
- Fukushige, A., & Spicer, D. P. (2007). Leadership preferences in Japan: An exploratory study. *Leadership & Organization Development Journal*, 28(6), 508-530.
- Gagnon, P. (2007). La función social de la novela regionalista hispanoamericana.
- Galán Jiménez, M. del M. (2002). *El turismo urbano como estrategia de desarrollo sostenible. Análisis de cuatro ciudades Andaluzas*. 639.
<http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16276644.pdf> <http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16276644.pdf>
- Galán María. (2003). *La planificación y la gestión del turismo en cuatro ciudades Andaluzas*. 17.
- Gandara, J. M., Chim-Miki, A. F., Ruiz, T. C. D., & Biz, A. A. (2013). La competitividad turística de Foz do Iguaçu según los determinantes del «Integrative Model» de Dwyer & Kim: analizando la estrategia de construcción del futuro. *Cuadernos de Turismo*, (31), 105-128.
- García Cuentas, O. (2014). El arte en el espacio público y ciudades sostenibles. *Estudios Sobre Arte Actual*, 2(2), 7.
- García Suárez, J. A., & Pulido Fernández, J. I. (2015). Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística . Aplicación en tres destinos urbano- culturales españoles. *Revista de Estudios Regionales*, 7585(13), 69–108.

- Garreau, J. (1992). *Edge City, life on the new frontier*. New York: *Anchor Books*.
- Gasca Moreno, C. T., & García Gómez, M. Á. (2019). La ciudad bajo el lente de la antropología. *Quivera Revista de Estudios Territoriales*, 21(1), 27. <https://doi.org/10.36677/qret.v21i1.11534>
- Goffi, G., Cucculelli, M., & Masiero, L. (2019). Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. *Journal of cleaner production*, 209, 101-115.
- Gómez, C., Amaya, C. M., & Mundo, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría y Praxis*, 9(Especial, Marzo 2014), 75–100. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typne2014/03>
- Gómez Hinojosa, C., Amaya Molinar, C. M., & Mundo Velásquez, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría y Praxis*, 9(Especial, Marzo 2014), 75–100. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typne2014/03>
- Gonçalves, A. (2008). Revista dos Algarves - As Comunidades Criativas, o Turismo e a Cultura. *Universidade Do Algarve*. file:///C:/Users/marci_000/OneDrive/Ambiente de Trabalho/Completo17.pdf
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (23), 111-128.
- González, A., Rito, G., & Naranjo, J. (2016). *Uso de los sig para determinar el potencial del turismo rural*. October.
- González, F., & Morales, S. (2013). Ciudades Efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos. *Editorial UOC*, 9–11.
- González, M., & Álvarez, J. (2016). *Planificación Turística De Espacios Urbanos*. 15–25. <http://www.manuelgonzalezherrera.com/libros/Planif Espacios Urbanos 2016.pdf>
- Gössling, S., & Hall, M. (2005). *Tourism urbanization and global enviromental changes*. London: *Routledge*.
- Graburn, N., & Jafari, J. (1991). Introduction. Tourism social science. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 1–11. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90035-A](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90035-A)
- Gunn, C. A. (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Van Nostrand Reinhold.
- Guizzardi, A., & Mazzocchi, M. (2010). Tourism demand for Italy and the business cycle. *Tourism Management*, 31(3), 367–377. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.017>
- Guzmán-Sala, A. (2019). Territorial attractiveness: analysis of the factors that influence the tourism development of the destinations. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(3), 20-43.
- Hall, P. (1996). *Ciudades del Mañana, historia del urbanismo en el siglo XX*. Barcelona: *Ediciones del Serbal*.
- Hall, C. (2005). Seducing global capital: reimagining space and interaction in Melbourne and Sydney. In & A. L. n C. Cartier (Ed.), *Seductions of place: Geographical perspectives on globalisation and touristed landscapes* (pp. 124–134). Routledge.

- Hall, C. M., Finsterwalder, J., & Ram, Y. (2015). Shaping, experiencing, and escaping the tourist city. *LA. Pleasure Fall*, 84–90.
- Hankle, D. D. (2010). The psychological processes of discerning the vocation to the catholic priesthood: A qualitative study. *Pastoral Psychology*, 59(2), 201–219.
<https://doi.org/10.1007/s11089-008-0190-6>
- Harvey, D. (1987). Flexible accumulation through urbanisation: Reflections on “post-modernism” in the American City. *Antipode*, 19(3), 260–286.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.1987.tb00375.x>
- Hernández, F., & Robaina, J. (2017). *Guía para la utilización de la metodología Delphi en las etapas de comprobación de productos terminados tipo software educativo*. 56(263), 26–31.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. In *News.Ge*.
- Hosteltur. (2016). *La OMT analiza las nuevas tendencias en el turismo urbano*.
- IGM. (2013). *Atlas Geográfico natural y cultural del Ecuador* (p. 93).
- Ivars, J. A. (2004). Planificación Turística de los Espacios Regionales en España. Madrid: *Sintesis*.
- Ishikawa, N., & Fukushige, M. (2007). Impacts of tourism and fiscal expenditure to remote islands: The case of the Amami islands in Japan. *Applied Economics Letters*, 14(9), 661–666. <https://doi.org/10.1080/13504850500461423>
- Jafari, J. (1979). The tourism market basket of goods and services: The components and nature of tourism. *Tourism Recreation Research*, 4(2), 1-8.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56–56.
<https://doi.org/10.5209/POSO.24139>
- Judd, D. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *EURE*, 87, 51–62.
<https://doi.org/10.4067/S0250-71612003008700004>
- Kayar, Ç. H., & Kozak, N. (2010). Measuring destination competitiveness: an application of the travel and tourism competitiveness index (2007). *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(3), 203-216.
- Kim, D., & Perdue, R. (2011). The influence of image on destination attractiveness. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(3), 225–239
<https://doi.org/10.1080/10548408.2011.562850>
- Kozak, M., & Martin, D. (2012). Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism management*, 33(1), 188-194.
- Körössy, N., Cordeiro, I. D. e, & Simões, J. M. H. (2014). La génesis de las ciudades turísticas. Un Análisis del proceso de urbanización turística de Portimão (Portugal). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 23(1), 176–189.
- Krešić, D., & Prebežac, D. (2011). Index of destination attractiveness as a tool for destination attractiveness assessment. *TOURISM—An International Interdisciplinary Journal*, 59, 497–517.

- Kunst, I. (2009). Heritage rent–underlying theory and Croatian practice. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 57(1), 37-53.
- Kwon, S., Kim, J., & Oh, D. S. (2012). Measurement of urban competitiveness based on innovation indicators in six metropolitan cities in Korea. *World Technopolis Review*, 1(3), 177-185.
- Lee, C. F., & King, B. (2019). Determinants of attractiveness for a seniorsfriendly destination: a hierarchical approach. *Current Issues in Tourism*, 22(1), 71–90.
- Lee, P., Zach, F. J., & Chung, N. (2021). Progress in smart tourism 2010-2017: A systematic literature review. *Journal of Smart Tourism*, 1(1), 19-30.
- Ledo, A., & Iglesias, A. (2018). The effects of the crisis in the positioning of Spanish cities. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 2018(76), 79–101. <https://doi.org/10.21138/bage.2516>
- Lefebvre, H. (1972). *La Revolución Urbana* (Gallimard).
- Lefebvre, H. (1975). El derecho a la ciudad. In *Cuadernos del Caum*. Península.
- Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553–575.
- Lopes de Souza, M. J. (1995). O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento [pp. 77-116]. En I. E. Castro, P. C. da Costa y R. L. Corrêa (Orgs.). *Geografia: conceitos e temas*. Río de Janeiro: Bertrand.
- López-Gómez, E. (2018). El método delphi en la investigación actual en educación: Una revisión teórica y metodológica. *Educacion XX1*, 21(1), 17–40. <https://doi.org/10.5944/educXX1.15536>
- López, L., Gómez, S., Sepúlveda, W., & Ochoa, A. (2017). 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 st. *Estudios Socioterritoriales: Revista de Geografía*, 2017(21), 71–89.
- Lorenzo, F. C., Ribal, C. B., & Yáñez, J. S. N. (2017). Las dimensiones socioeconómicas del Tercer Sector en Canarias. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 89(Apr), 1–17.
- Mansilla, J. (2018). Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión sociespacial en Barcelona. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16, 279–296.
- Mantero, J. C., Barbini, B., Benseny, G., Catelluci, D., Dosso, R., & Varizco, C. (2019). Turismo y territorio. Del diagnóstico a la proposición del desarrollo turístico a proposito de la provincia de Buenos Aires. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Marchena Gómez, M. (1995). El turismo metropolitano: una aproximación conceptual. *Estudios Turísticos*, 126, 7–21.
- Mariotti, G., Camerada, M. V., Lampreu, S., & Carrus, S. (2021). Vocación turística de los itinerarios religiosos y perspectivas de desarrollo territorial: el Camino de Santu Jacu en Cerdeña (Italia). *Revista Galega de Economía*, 30(3), 1–23.

<https://doi.org/10.15304/rge.30.3.7549>

- Martín, M. A. Z., & Benito, M. T. R. (2018). Fundamentos de geografía humana. Editorial Centro de Estudios *Ramon Areces SA*.
- Martínez, F. I. O., Francia, V. H. R., & Sala, A. G. (2018). Análisis teórico de los modelos de competitividad de destinos turísticos. Un acercamiento para la competitividad de los destinos turísticos mexicanos. *International journal of scientific management and tourism*, 4(3), 195-221.
- Massidda, C., & Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33(3), 603–610. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.017>
- Matei, F. (2015). Cultural Tourism Potential, as Part of Rural Tourism Development in the North-East of Romania. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 453–460. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00584-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00584-5)
- Mattila, N. (2011). Co-Creating a Tourism Product: Case St. Lapland.
- Mathivet, C. (2010). El derecho a la ciudad: claves para entender la propuesta de crear “Otra ciudad posible.” In A. Sugranyes & C. Mathivet (Eds.), *Ciudades para tod@s. Por el derecho a la ciudad, propuesta y experiencias* (pp. 23–28). Habitat International Coalition.
- Mazanec, J. A., & Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum reports. *Tourism Economics*, 17(4), 725-751.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2008). Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. *Guangdian Gongcheng/Opto-Electronic Engineering*, 33(7), 127–130.
- McLoughlin, E., & Hanrahan, J. (2019). Local authority sustainable planning for tourism: lessons from Ireland. *Tourism Review*, 74(3), 327–348. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2017-0198>
- Michel, B. (2005). La historia de la ciudad... es la de sus espacios públicos. *Arquitectura y Urbanismo*, XXVI(1), 7–15.
- MIDUVI. (2015). *Informe nacional del Ecuador (habitat III)*. 106. https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/Informe-Pais-Ecuador-Enero-2016_vf.pdf
- Mikery, M., & Pérez-Vázquez, A. (2018). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 9, 1729–1740. <https://doi.org/10.29312/remexca.v0i9.1060>
- Ministerio de Turismo (2017). *Metodología para la Clasificación de Destinos Turísticos*. Quito.
- Ministerio de Turismo (2017). *Política Turística Nacionales*. Quito.
- Milano, C. (2019). *Ciudades Y Turismo Urbano : ¿una relación indestructible ?* 1–28.
- Miles, M., Huberman, M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis. In *News.Ge*.
- Monge, J., & Yagüe, R. (2016). El desarrollo turístico sostenible. Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25(1), 57–72.

- Mounier, E. (1936). Manifeste au service du personnalisme. *Esprit* (1932-1939), 5(49), 7-216.
- Muñoz, E. (2011). Entre la vocación turística y la devoción. Percepciones sociales del patrimonio cultural en un contexto turístico . El caso de Malinalco, Estado de México. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(1), 115–127.
- Nacional, X. I. C. (1989). XI Congreso Nacional de ACEDE. *Turismo y Territorio*, 1–26.
- Navickas, V., & Malakauskaite, A. (2009). The possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors. *Engineering economics*, 61(1).
- Ness, H. (2021). Viable destination ecosystems: a perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 27–33. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0409>
- Netto, V., & Krafta, R. (2001). Socio-spatial Networks: segregation as a real time phenomenon. *International Symposium on Space Syntax*.
- OMT. (2016). *Turismo urbano y planificación urbanística deben «ir de la mano», concluye la Cumbre de la OMT en Luxor | Organización Mundial del Turismo OMT*.
- OMT. (2018). *UNWTO/WTCTF City Tourism Performance Research*. <https://doi.org/10.18111/9789284419616>
- OMT. (2020). *Recomendaciones de la OMT sobre turismo urbano*.
- Orihuela, M. (2019). Territorio. Un vocablo, múltiples significados. *Área, Agenda de Reflexión en Arquitectura, Diseño y Urbanismo*, 25(1), 8.
- Ortuño Martínez, M. (1996). Turismo urbano en el Mediterráneo. *Cuadernos sectoriales* N°, 1.
- Padilla, B. E. M. (2011). Estructuración socio territorial del departamento de Arauca, 1950 2008. *Perspectiva Geográfica: Revista del Programa de Estudios de Posgrado en Geografía*, (16), 151-172.
- Padín Fabeiro, C., de Blas, P., & Xulio, X. (2003). Efectos del naufragio del prestige sobre el potencial turístico de la Costa Gallega. Un modelo de evaluación. *Asociación Española de Economía Aplicada, ASEPELT*.
- Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿quo vadis?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 597-614.
- Palomeque, F. L., & Torres-Delgado, A. (2019). El turisme a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. *Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, Estratègies, Planejament*, (62), 21-35. El Turisme a L'Àrea Metropolitana. *Turisme i Mertópoli, Reflexions per a Una Agenda Integrada*, 21(62), 20–35.
- Paguay, J. (2017). Análisis del Turismo Urbano en el Ecuador. Guayaquil
- Pearce, D. (1999). Tourism in Paris studies at the microscale. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 77–97. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00051-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00051-6)
- Pearce, D. (2001). An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926–946. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00082-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00082-7)
- Pechlaner, H., Baggio, R., Scott, N., & Cooper, C. (2010). Improving tourism destination governance: a complexity science approach. *Tourism Review*, 65(4), 51–60. <https://doi.org/10.1108/16605371011093863>

- Person, F. (1909). Choosing A Vocational. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Pastoral P). Whitefish: Kessinger.
https://openlibrary.org/books/OL7042543M/Choosing_a_vocation.
- Petrizzi, R. (2011). El genios loci y la vocación turística de un destino. Recuperado de <http://ramiropetrizzi.blogspot.mx/2011/05/el-genios-loci-y-lavocacion-turistica.html>
- Pike, S. (2004). Destination Marketing Organization. London: *Routledge*.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB international.
- Presenza, A., Sheehan, L., & Ritchie, J. B. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, 3(1), 1–16.
- Pritchard, A., Morgan, N., & Ateljevic, I. (2011). Hopeful tourism. A New Transformative Perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 941–963.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.004>
- Quito Turismo. (2020). *Plan Desarrollo Turismo Sostenible UIO 2021* (p. 28).
- RAE. (11 de Octubre de 2023). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/drae2001/ciudad>
- RAE. (11 de Octubre de 2023). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/drae2001/viocation>
- Ramonedá, J. (2011). A favor de un espacio público. In Universidad Politécnica de Valencia & Centro de Investigación Arte y Entorno (Eds.), *Ciudades (im) propias : la tensión entre lo global y lo local* (pp. 41–54).
- Reverté, F. G., & Pérez, S. M. (2009). Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos (Vol. 4). Editorial UOC.
- Ricaurte, C., Calle, S., Gavilanes, J., & Nacipucha, D. (2018). *Uso Turístico de playas en la Costa del Ecuador PDF.pdf*.
- Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 119–144. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.783794>
- Ritchie, J. R. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism. Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199–212. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(88\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0261-5177(88)90037-4)
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Cabi.
- Ritchie, J. B., & Zins, M. (1978). Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region. *Annals of tourism research*, 5(2), 252-267.
- Roa, E. R., Quintero, A., Carlos, J., & Esumer, I. U. (2012). Vocaciones Territoriales: Guía Metodológica para su identificación. Editorial Linux.
- Roe, A. (1954). A new classification of occupations. *Journal of Counseling Psychology*, 1(4), 215.
- Rodríguez Vaquero, J. (2009). Turismo urbano y sistema territorial Almería. *Nimbus: Revista de Climatología, Meteorología y Paisaje*. Número 23-24. Año 2009, 171–181.

- Rodríguez, J., & Portais, M. (1987). *Jerarquía Urbana y Tipos de Ciudades en Ecuador*. 1.
- Roe, A. (1954). *Psychology of Occupations* (Ramona Campus) (P. Psychology (ed.)).
- Rogers, R. G., & Gumuchdjian, P. (2000). Ciudades Para Un Pequeño Planeta. *Arquitectos Sin Fronteras*, 2^a, 180.
- Roitman, S. (2008). Planificación urbana y actores sociales intervinientes: El desarrollo de urbanizaciones cerradas. *Scripta Nova*, 12, 741–798.
- Romero, C. (1994). Patrimonio, turismo y ciudad. *PH. Boletín Del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 9, 16–21.
- Romero, Y., Navarro, E., & Malvárez, G. (2016). The potential of international coastal mass tourism destinations to generate creative capital. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), 574–593. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1101125>
- Russo, A. P., & Van Der Borg, J. (2002). Planning considerations for cultural tourism: A case study of four European cities. *Tourism Management*, 23(6), 631–637. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00027-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00027-4)
- Ryan, C. (1991). Tourism and Marketing - A symbolic relationship. *Tourism Management*, 101-111.
- Ryan, C. (1997). *The Tourist Experience: A new introduction*. London: Cassell.
- Saldaña, J. (2013). The Coding Manual for Qualitative Researchers. In *The Coding Manual For Qualitative Researchers*.
- Sanchez, J. (1985). Por una geografía del turismo de litoral. Una aproximación metodológica. *Estudios Territoriales*, 17, 103–122.
- Sánchez, R., & Fajardo, C. M. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: Un análisis cuantitativo mediante modelos lógicos. Aplicación a municipios extremeños. *I Jornadas en Economía del Turismo. Libro de actas*, págs, 53-78.
- Sánchez, M., Sánchez, J. M., & Rengifo, J. I. (2016). Methodological approach for assessing the potential of a rural tourism destination: An application in the province of Cáceres (Spain). *Current Issues in Tourism*, 19(11), 1–19.
- Sancho, A., Buhalis, D., Javier, G., Jaume, M., & Navarro, S. (1999). Introducción al Turismo. *OMT*, 389.
- Sanz, C., & Anton, S. (2016). Strategic coupling evolution and destination upgrading. *Annals of Tourism Research*, 56(January 2016), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.10.010>
- SECTUR. (2016). *Registro Nacional del Turismo*. 4. <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=12184>
- Seguí, M., & Servera, J. (2001). *Vocación Turística del Territorio*.
- SENPLADES. (2012). *Distribución administrativa-territorial*. Quito
- Short, J. R., Breitbach, C., & Buckman, S. (2000). From world cities to gateway cities. *CITY*, 4(3). <https://doi.org/10.1080/13604810020016576>
- 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
- Schaefer, D. W., Martin, J. E., Wiltzius, P., & Cannell, D. S. (1984). Fractal geometry of colloidal aggregates. *Physical Review Letters*, 52(26), 2371.
- Spirou, C. (2011). Urban tourism and urban challenge: *Cities in a global economy*. Routledge.
- Spencer, A., & Fyall, A. (2022). Destinations. En D. Buhalis, *Encyclopedia of tourism management and marketing*. London: *Edward Elgar Publishing*.
- Spranger, J. W., Opitz, J. M., & Bidder, U. (1971). Heterogeneity of chondrodysplasia punctata. *Humangenetik*, 11, 190-212.
- Soja, E. W., Hendel, V., & Cifuentes, M. (2008). Postmetropolis: estudios críticos sobre las ciudades y las regiones. In *Mapas*. Traficantes de sueños.
- Souiden, N., Ladhari, R., & Chiadmi, N. E. (2017). Destination personality and destination image. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32(2017), 54–70. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.04.003>
- Soutler, E., & Leisen, B. (1999). Managing Stakeholders: A tourism planning model. *Annals of Tourism Research*, 312-328.
- Super, D. E. (1976). Career education and the meanings of work.
- Swart, W. W., Var, T., & Gearing, C. E. (1978). Operations research applications to tourism. *Annals of Tourism Research*, 5(4), 414-428.
- Talledos, É. (2013). Ciudades rebeldes : del derecho de la ciudad a la revolución urbana / David Harvey ; traducción de Juanmari Madariaga. In *Estudios sociológicos* (Vol. 33, Issue 99). Colegio de México.
- Torres, J. (2013). Percepción de residentes sobre el desarrollo del turismo en un destino del litoral sur de Brasil. *Revista de Análisis Turístico*, 16(2013), 81–93.
- Troitiño, M. (1998). Turismo y Desarrollo Sostenible en Ciudades Historicas. In *Ería* (Vol. 47, pp. 211–227).
- Troitiño, M. Á., & Troitiño, L. (2016). Patrimonio y turismo: Reflexión teórico-conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España). *Scripta Nova*, 20.
- Troitiño Vinuesa, M. Á. (2014). El turismo en las ciudades históricas. In *Polígonos. Revista de Geografía* (Issue 5, p. 49). <https://doi.org/10.18002/pol.v0i5.1131>
- Trujillo, J. (2014). *Competitividad de Destinos Turísticos* (Vol. 148).
- Urry, J. (1990). The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies. In Sage Publications (Ed.), *Collection Theory, culture & society*, London, Sage Publications. <https://doi.org/10.1525/ae.1994.21.4.02a00540>
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze*, 2nd. Sage.
- Valenzuela, E., & Coll, A. (2009). La construcción y evolución del espacio turístico de Acapulco (México) 1. *Anales de Geografía*, 30, 163–190.
- Velasco, E. (2011). *Metodología para determinar la vocación turística de los municipios de Veracruz - México*.

- Vengesayi, S., Mavondo, F., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14, 621–636.
- Violier, P., & Martín, M. A. Z. (2007). Turismo urbano y políticas para su gestión en Francia y España. *Estudios Geograficos*, 68(262), 321–347.
- Vodeb, K. (2012). Competition in tourism in terms of changing environment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 273-278.
- Wang, Y., & Pizam, A. (2012). Destination Marketing and Management. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 24, Issue 7). <https://doi.org/10.1108/ijchm.2012.24.7.1102.2>
- Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of tourism research*, 38(4), 1556-1569.
- Weber, M. (1987). *La Ciudad*. Madrid: Las Ediciones de las Piqueta.
- Withey, L. (1997). *Grand Tours and Cook's Tours: A History of Leisure Travel, 1750-1915* (William Morow and company (ed.)).
- Wondowossen, T. A., Nakagoshi, N., Yukio, Y., Jongman, R. H., & Dawit, A. Z. (2014). Competitiveness as an indicator of sustainable development of tourism: Applying destination competitiveness indicators to Ethiopia. *Journal of Sustainable Development Studies*, 6(1).
- Wu, T. C. E., Xie, P. F., & Tsai, M. C. (2015). Perceptions of attractiveness for salt heritage tourism: A tourist perspective. *Tourism Management*, 51, 201-209.
- Zatyрка, A. (2015). La vocación personal. *Revista Magis*, 494, 17–25.
- Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). Evaluar el potencial turístico de un territorio. Leader II. Extremadura, Spain: LEADER European Observatory.
- Zhang, J., Xie, C., Morrison, A. M., & Yang, Q. (2021). Incentives and motivations of Chinese destination management organization officers. *Tourism Review*, 76(6), 1197–1213. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2020-0259>

ANEXOS

ANEXO 1. CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo _____, C.I. _____ declaro que se me ha explicado que mi participación en el estudio sobre **“DISEÑO DE UNA METODOLOGÍA VALORATIVA DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO EN LOS DESTINOS URBANOS: CASO DE ESTUDIO ECUADOR.”**, consistirá en responder una serie de cuestionarios que pretende aportar al conocimiento, comprendiendo que mi participación es una valiosa contribución.

Acepto la solicitud de que los datos obtenidos en los cuestionarios escritos serán de acceso exclusivo del investigador y tendrán una finalidad académico-investigativa. Así también, declaro que se me ha informado sobre los posibles beneficios, riesgos y molestias derivados de mi participación en el estudio, y que se me ha asegurado que la información que entregue estará protegida por el anonimato y la confidencialidad.

El investigador responsable del estudio, Numa Sebastián Calle Lituma, se han comprometido a responder cualquier pregunta y aclarar cualquier duda que les plantee acerca de los procedimientos que se llevarán a cabo, riesgos, beneficios o cualquier otro asunto relacionado con la investigación. Asimismo, se me ha dado seguridad de que no se me identificará en ninguna oportunidad en el estudio y que los datos relacionados con mi privacidad serán manejados en forma confidencial. En caso de que el producto de este trabajo se requiera mostrar al público externo (publicaciones, congresos y otras presentaciones), se solicitará previamente mi autorización.

Por lo tanto, como participante, aceptó la invitación en forma libre y voluntaria, y declaro estar informado de que los resultados de esta investigación tendrán como producto un informe, para ser presentado como parte de la Memoria de Título del investigador. He leído esta hoja de consentimiento y acepto participar en este estudio según las condiciones establecidas.

Ciudad, a _____ de _____ de 2022

Firma Participante

Firma Investigador

ANEXO 2. FORMATO PRIMER CUESTIONARIO



Método Delphi

El siguiente trabajo de investigación tiene una finalidad netamente académica, cuyo objetivo es el diseñar una metodología valorativa de vocación turística del territorio aplicada a destinos urbanos en el Ecuador, los datos brindados en la misma serán utilizados para el proceso de investigación correspondiente, garantizando su confidencialidad y anonimato.

¿De acuerdo con su experiencia, cuál es la relación existente entre el turismo y el territorio?

Justifique su respuesta.

¿Considera Usted que el término vocación tiene relación con la actividad turística?

☒ **Si**

☐ **No**

Justifique su respuesta.

¿Qué entiende usted por vocación turística?

Justifique su respuesta.

¿De acuerdo con su experiencia, para qué sirve la determinación de la vocación turística de un territorio?

Justifique su respuesta.

¿Cuáles son las ventajas y/o desventajas de analizar la vocación turística en un territorio?	
Ventajas:	Desventajas:
Justifique su respuesta.	Justifique su respuesta.

¿Cuándo debería realizarse el análisis de la vocación turística del territorio?
☒ Antes de la presencia de la actividad turística en el ☐ Durante el desarrollo de la actividad turística en el ☐ Después de que el sector turístico se encuentra consolidado en el
Justifique su respuesta.

¿Considera usted que existe una relación entre la vocación turística y la gobernanza del turismo en un determinado lugar?
☒ Si ☐ No
Justifique su respuesta.

¿Considera usted que existe una relación entre la vocación turística y la planificación del sector turístico en un determinado lugar?
☐ Si ☒ No

Justifique su respuesta.

¿Qué recomendaciones brindaría usted al momento de generar un análisis de la vocación turística de un territorio?

Justifique su respuesta.

¿Cuáles considera usted que son las principales variables/elementos por tomar en cuenta al momento de analizar la vocación turística de un lugar y por qué?

Justifique su respuesta.

¿Cuál sería la contribución del análisis de la vocación turística en entornos urbanos?

Justifique su respuesta.

¿Cuáles son las técnicas y/o herramientas que considera usted se deberían aplicarse en dicho análisis?

Justifique su respuesta.

Para qué sirve el análisis de la vocación turística del territorio en los siguientes contextos (contextualice escenarios posibles y justifique su(s) respuesta(s)):	
Ciudades con un desarrollo turístico avanzado	Justifique su respuesta.
Ciudades con un desarrollo turístico moderado	Justifique su respuesta.
Ciudades sin un desarrollo turístico evidenciable	Justifique su respuesta.

ANEXO 3. FORMATO CUESTIONARIO FINAL (SEGUNDA Y TERCERA RONDA)

 CUESTIONARIO DEPLPHI EXPERTOS VOCACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO		Grados de Acuerdo y/o Desacuerdo				
		Totalmente de Acuerdo				
		Parcialmente de Acuerdo				Neutral
		Parcialmente en Desacuerdo				
		Completamente en Desacuerdo				
Abordajes	Valoración	1	2	3	4	5
Turismo y Territorio						
1. La identidad territorial deben estar presentes y ser evidentes, tanto en su población, tener concordancia con los recursos territoriales y con base en ello generar actividades turísticas potencializadoras.						
2. El territorio se encuentra caracterizado por los significados, memorias, actuaciones y/o experiencias otorgadas por sus residentes						
3. El territorio se encuentra caracterizado por los significados, memorias, actuaciones y/o experiencias otorgadas por sus visitantes						
4. La actividad en favor del turismo permiten la aparición de procesos de territorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.						
5. La actividad en favor del turismo permiten la aparición de procesos de reterritorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.						
6. La actividad en favor del turismo permiten la aparición de procesos de desterritorialización de espacios turísticos en entornos urbanos.						
7. El turismo puede fortalecer la generación de espacios turísticos con significado, construidos a partir de la visión de los residentes y los visitantes.						
8. El turismo es una actividad que puede configurar y/o reconfigurar la dinámica social y espacial en un territorio.						
9. La dinámica económica del turismo evidenciable para el desarrollo de un determinado territorio debe responder a las características con las que cuenta el mismo, así como al grado de apertura de la sociedad para el desarrollo de dichas actividades.						
10. El análisis adecuado de las actividades turísticas que se pueden desarrollar en un determinado lugar facilitan el desarrollo sostenible del sitio.						
Vocación Turística y Gestión Pública del Turismo						
1. La vocación turística del territorio es una construcción social y el fenómeno turístico es un hecho social.						
2. Para la valoración de una vocación turística que tome en cuenta a todos los actores y gestores de la actividad en un determinado territorio permitirá mejorar las acciones de gobernanza en el sitio.						
3. El generar una función integrativa en el análisis de la vocación turística del territorio, permitirá que todos los involucrados se sientan parte activa del proceso y por ende se genere una responsabilidad compartida en el desarrollo de la actividad turística.						
4. Considera usted, que la toma de decisiones públicas en un territorio deben ser lo más descentralizadas y desconcentradas, tomando en consideración todas las opiniones de los actores clave (directos e indirectos) como válidas.						
5. El papel principal de los gestores públicos del turismo en cuanto a la determinación de la vocación turística será el de guiar, socializar y generar espacios para que la discusión sobre el tema se llegue a dar dentro de su territorio.						
6. Considera usted que el manejo de una metodología de vocación turística del territorio, puede coadyuvar con el desarrollo de nuevos procesos de planificación turística más competitivos y centrados en el territorio y la sociedad.						
7. El hecho de establecer o determinar la vocación turística de un territorio por parte de todos los actores claves de un lugar permite generar una acción de participación colaborativa que fundamenta un proceso de planificación colaborativa.						
8. Considera usted, que al contar con una metodología de valoración de la vocación turística del territorio, se puede disminuir el efecto del "discurso político" en un determinado lugar, para la identificación realista de si se puede o no llevar a cabo dicha actividad en el sitio.						
9. Definir de forma clara la vocación turística de un territorio permitirá el mejoramiento en la definición, estructuración y/o construcción de productos turísticos reales y acordes con el entorno o contexto del lugar.						
10. La determinación de la vocación turística del territorio es una herramienta que se debe utilizar en la fase denominada "Diagnóstico" o "Diagnóstico", dentro del proceso de planificación turística.						
11. La vocación turística del territorio debe definirse antes de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.						
12. La vocación turística del territorio debe definirse durante de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.						
13. La vocación turística del territorio debe definirse después de que el hecho turístico sea evidenciable en el sitio.						
14. La determinación adecuada de la vocación turística del territorio puede colaborar con el mejoramiento continuo de las reconfiguraciones de la actividad en un lugar determinado.						
15. Considera que el grado necesario de apertura, escucha y participación activa por parte de los involucrados (directos e indirectos) con el desarrollo de la actividad turística en el territorio debe ser optimo, propositivo y prospectivo.						

Vocación turística del territorio: Diseño de una metodología valorativa de la vocación turística en los destinos urbanos. Caso de estudio Ecuador.

Metodología Vocación Turística del Territorio	Valoración	1	2	3	4	5
1. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los recursos territoriales del turismo (recursos y/o atractivos turísticos)						
2. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los prestadores de servicios turísticos (actividades turísticas o planta turística) del lugar.						
3. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los productos turísticos (reales y/o potenciales) con los que cuenta el lugar.						
4. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a los servicios turísticos complementarios del lugar (aquellos que no cuentan con una normativa de regulación específica).						
5. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se incluya a las facilidades y equipamientos establecidos para el desarrollo de actividades turísticas del sitio.						
6. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de los flujos turísticos reales del lugar.						
7. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de los flujos turísticos potenciales del lugar.						
8. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de la estadia promedio del lugar.						
9. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el sistema de transporte, hacia y en el lugar.						
10. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la red vial del lugar.						
11. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir a los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica) y tratamiento de residuos y aguas en el lugar.						
12. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir las telecomunicaciones del lugar.						
13. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir los servicios de salud del lugar.						
14. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la conectividad del lugar.						
15. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la señalética del lugar.						
16. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la señalización del lugar.						
17. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la imagen percibida del lugar, por parte de los visitantes.						
18. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la imagen percibida del lugar, por parte de los residentes.						
19. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el derecho al espacio público, por parte de los residentes.						
20. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la publicidad y promoción del lugar.						
21. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la publicidad y promoción digital del lugar.						
22. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el análisis de tendencias de mercados actuales a nivel internacional.						
23. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la política turística nacional.						
24. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la política turística territorial del lugar.						
25. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de organismos públicos territoriales relacionados con la actividad turística.						
26. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de mecanismos de fomento a la actividad turística en el lugar.						
27. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis de la planificación turística del lugar.						
28. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de mecanismos de participación ciudadana en el lugar.						
29. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia y análisis del modelo de gestión turística en el lugar.						
30. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de elementos tecnológicos utilizados por los prestadores de servicios turísticos en el lugar.						
31. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la existencia de elementos tecnológicos utilizados por los gestores públicos en el lugar.						
32. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir la perspectiva de los residentes acerca de los impactos del turismo en el lugar.						
33. Considera que para el análisis de la vocación turística del territorio se debe incluir el grado de apertura hacia el turismo por parte de los residentes en el lugar.						
34. Considerando que el entorno turístico del lugar corresponde al 100% del análisis, distribuya de la mejor manera para usted los porcentajes correspondientes entre los siguientes componentes:	Oferta Turística					
	Demanda Turística					
	Comunidad Local o Receptora					
	Infraestructura					
	Superestructura					

Indique aquí algún comentario, o elemento que se debería incluir en la metodología y no se lo realizó.

ANEXO 4. FORMATO ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA SECTOR PÚBLICO

Entrevista Semiestructurada a los actores y/o gestores del sector público nacional relacionados con el desarrollo turístico urbano.

El siguiente trabajo de investigación tiene una finalidad netamente académica, cuyo objetivo es el diseñar una metodología valorativa de vocación turística del territorio aplicada a destinos urbanos en el Ecuador, los datos brindados en la misma serán utilizados netamente para el proceso de investigación correspondiente, garantizando su confidencialidad y anonimato.

Entrevistado:

Institución Pública a la que pertenece:

Cargo:

Fecha de la entrevista:

Hora de Inicio:

Hora de Finalización:

Tiempo de Duración:

Buenos días/tardes/noches, muchas gracias por su tiempo. Solo para fines de registro, le agradecería se identifique y señale a que entidad representa.

1. ¿Cuál es su apreciación de la relación entre el turismo y el territorio, dentro de su área de injerencia?
2. ¿Cómo considera usted que se ha realizado el desarrollo turístico en su territorio?
3. ¿Cuáles son los principales conflictos territoriales que se han generado en su territorio como efecto de la actividad turística?
4. ¿Cuáles son las competencias en materia de turismo que le corresponden a su organización en el territorio?
5. ¿Considera usted que el desarrollo turístico en su territorio ha tenido un proceso adecuado o inadecuado, y por qué?

6. ¿Para usted, cuál es la relación entre la planificación territorial y el turismo en su territorio?
7. ¿Para usted, cuál es la relación entre la planificación turística y la gobernanza (gestión pública) del turismo en su territorio?
8. ¿Cuáles son las herramientas de gestión y/o planificación turística que se utilizan en su territorio (Indique cuáles son y para qué las utiliza)?
9. ¿Cuál es la relación existente entre la vocación territorial y el turismo?
10. ¿Cómo define usted a la vocación turística del territorio?
11. ¿Cuáles considera usted, que son los principales elementos, variables y/o componentes se deberían tomar en cuenta para realizar el análisis de la vocación turística de un territorio?
12. ¿Considera usted que el análisis de la vocación turística del territorio colaboraría con el desarrollo adecuado de la actividad turística en su ciudad?
13. ¿Para usted, cuál es la relación entre la vocación turística del territorio y el proceso de planificación turística?

ANEXO 5. FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO A SER APLICADO EN EL MÉTODO DELPHI

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

II. Información General:

- a. **Nombre del Experto Validador:**
- b. **Nombre del Instrumento Evaluado:** Cuestionario Método Delphi
- c. **Autor del Instrumento:** Numa Sebastián Calle Lituma

III. Aspectos de Validación:

Revisar cada uno de los ítems del instrumento adjunto y marcar con una “X” a cada una de las calificaciones asignadas a los indicadores detallados a continuación:

- a. **Deficiente (D):** Sí menos del 30% de los ítems consultados cumplen con el indicador, al cual le corresponde el valor 1.
- b. **Regular (R):** Sí entre el 31% al 70% de los ítems consultados cumplen con el indicador, al cual le corresponde el valor 2.
- c. **Adecuado (A):** Sí más del 70% de los ítems consultados cumplen con el indicador, al cual le corresponde el valor 3.

Aspectos de Validación del Instrumento		Categorías			Observaciones Sugeridas
Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	A (3)	
Pertinencia	Los ítems consultados (preguntas) tienen relevancia con la temática de análisis e investigación.				
Coherencia	Los ítems consultados presentan relación con los elementos, variables y realidad contextual sobre el tema planteado.				
Congruencia	Los ítems consultados presentan concordancia entre sí, con fundamento en los preceptos teóricos y el tema de investigación.				

Suficiencia	Los ítems consultados presentan un nivel de abordaje profundo y detallado que coadyuve con el proceso de investigación del tema.				
Objetividad	Los ítems consultados miden variables observables.				
Consistencia	Los ítems consultados se han formulado con una fundamentación teórica que los respalde.				
Organización	Los ítems consultados se encuentran secuenciados y distribuidos con base en los grupos de variables a ser analizadas.				
Claridad	Los ítems están consultados en un lenguaje de fácil entendimiento.				
Significatividad	Los ítems consultados permitirán poder elaborar el modelo metodológico planteado.				
CONTEO TOTAL (Realizar el conteo de acuerdo con el valor asignado a cada indicador)					
		A	B	C	Calificación Global (A+B+C)

_____ de _____ del 2022

Firma del Evaluador

C.I.: _____