

**MATRIZ GEPO: HERRAMIENTA PARA LA MEDICIÓN DEL POTENCIAL
TURÍSTICO EN DESTINOS EMERGENTES**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

JUAN DAVID CORREA MURCIA

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

PROMOCIÓN: 8

**UNIEMPRESARIAL FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁRAMA DE COMERCIO DE BOGOTÁ**

BOGOTÁ

COLOMBIA

2023

Tabla de Contenido

Resumen	2
Introducción	4
Título Del Proyecto.....	5
Formulación del problema.....	5
Justificación.....	6
Objetivos.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos específicos	8
Marco Referencial	9
Marco Contextual	9
Marco Teórico	11
Marco Conceptual.....	14
Propuesta metodología.....	20
Enfoque	20
Creación Matriz GEPO.....	21
Estructura.....	21
Tabla Valor porcentual de los factores	21
Tabla Factores y Subfactores GEPO.....	22
Tabla Matriz GEPO.....	27
Tabla de Indicativos Potencial Turístico.....	31
Resultados	32
Aplicación de la Matriz GEPO	34
Destino Guasca	34
Conclusiones y recomendaciones	47
Bibliografía.....	49

Resumen

Este proyecto de investigación destaca la importancia de abordar el turismo desde una perspectiva dinámica e integradora. La pregunta de investigación planteada es: ¿Cómo reconocer el potencial turístico en destinos emergentes?

Para abordarla se propone la matriz GEPO, una herramienta especializada en la evaluación cuantitativa del potencial turístico de un destino emergente, la cual por medio de la evaluación de 4 factores: Geografía, Estructura, Población y Oferta reúnen la información necesaria para brindar un análisis acerca del destino a estudiar y su potencial de desarrollo turístico en el territorio.

El objetivo es generar nuevos insumos para analizar la construcción social del turismo en territorios emergentes y ampliar el conocimiento sobre el desarrollo turístico sostenible. La investigación se hizo mediante la revisión de fuentes bibliográficas y se adoptaron algunas ideas de diversos autores como Roberto Boullon, Sergio Molina, Henry Fayol y Adam Smith, así como también se realizaron interpretaciones propias sobre ciertos conceptos.

Palabras clave: Turismo, destinos emergentes, potencial turístico, desarrollo turístico y matriz evaluativa.

Abstract

This research highlights the importance of approaching tourism from a dynamic and inclusive perspective. The research question posed is: How to recognize the tourism potential in emerging destinations?

To address it, the GEPO matrix is proposed, a tool specialized in the quantitative evaluation of the tourist potential of an emerging destination, which through the evaluation of 4 factors: Geography, Structure, Population and Offer gather the necessary information to provide an analysis about of the destination to study and its potential for tourism development in the territory.

The objective is to generate new inputs to analyze the social construction of tourism in emerging countries and expand knowledge about the phenomenon in general.

The research was done by reviewing bibliographic sources and some ideas from various authors were adopted (MENTION THE AUTHORS), as well as their own interpretations of certain concepts.

Key words: Tourism, Emerging destinations, Potential, Geography, Structure, Population and Supply.

Introducción

El turismo es una industria en constante crecimiento, su mayor ventaja es su capacidad para generar cambios económicos, ambientales y sociales los cuales otorgan bienestar para empresarios, poblaciones locales, turistas y demás stakeholders.

Según la Organización Mundial de Turismo “en el año 2022 se movilizaron más de 900 millones de turistas en el mundo” Mendoza, M. E. Z. (2022), es decir, que el turismo al ser una industria rentable se ha expandido a nuevos territorios, que poseen diversidad de atractivos potenciales, pero con una débil propuesta de valor; Estos territorios son considerados “Destinos Turísticos Emergentes” (DTE) y por esta razón algunos gobiernos basados en los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) Según Sanahuja “crean una conciencia universal a la acción, para proteger el planeta mejorando las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo” Sanahuja, J. A. (2019).

Actualmente la planificación turística se rige bajo los planes sectoriales de turismo los cuales contemplan los objetivos de cada cuatrienio y el enfoque del desarrollo turístico según la Ley 1558 de 2012, esto permite que las políticas estén alineadas según los objetivos generales del gobierno donde se determinan los lugares en que podría promoverse el crecimiento del turístico nacional.

Sin embargo, para incursionar en la industria y ofrecer un buen producto turístico es necesario que los destinos emergentes cuenten con entidades competentes para planificar el desarrollo turístico. En la actualidad las herramientas que poseen los planificadores turísticos no son suficientes para medir el potencial turístico lo que produce procesos investigativos ineficientes y con sobrecostos, por esta razón se plantea crear una matriz evaluativa capaz de expandir el conocimiento y orientar a las entidades que lo requieran.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo proponer la matriz GEPO, una herramienta que permita la fácil identificación y comparación del potencial turístico en destinos emergentes por medio de 4 factores analizados desde un enfoque evaluativo y cuantitativo, el cual pueda ser objeto de estudio para la planificación turística, sustentado en la revisión bibliográfica por parte de las consideraciones realizadas por diversos autores, recopilación y reelaboración de trabajos propios.

Título Del Proyecto

MATRIZ GEPO: HERRAMIENTA PARA LA MEDICIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN DESTINOS EMERGENTES.

Formulación del problema

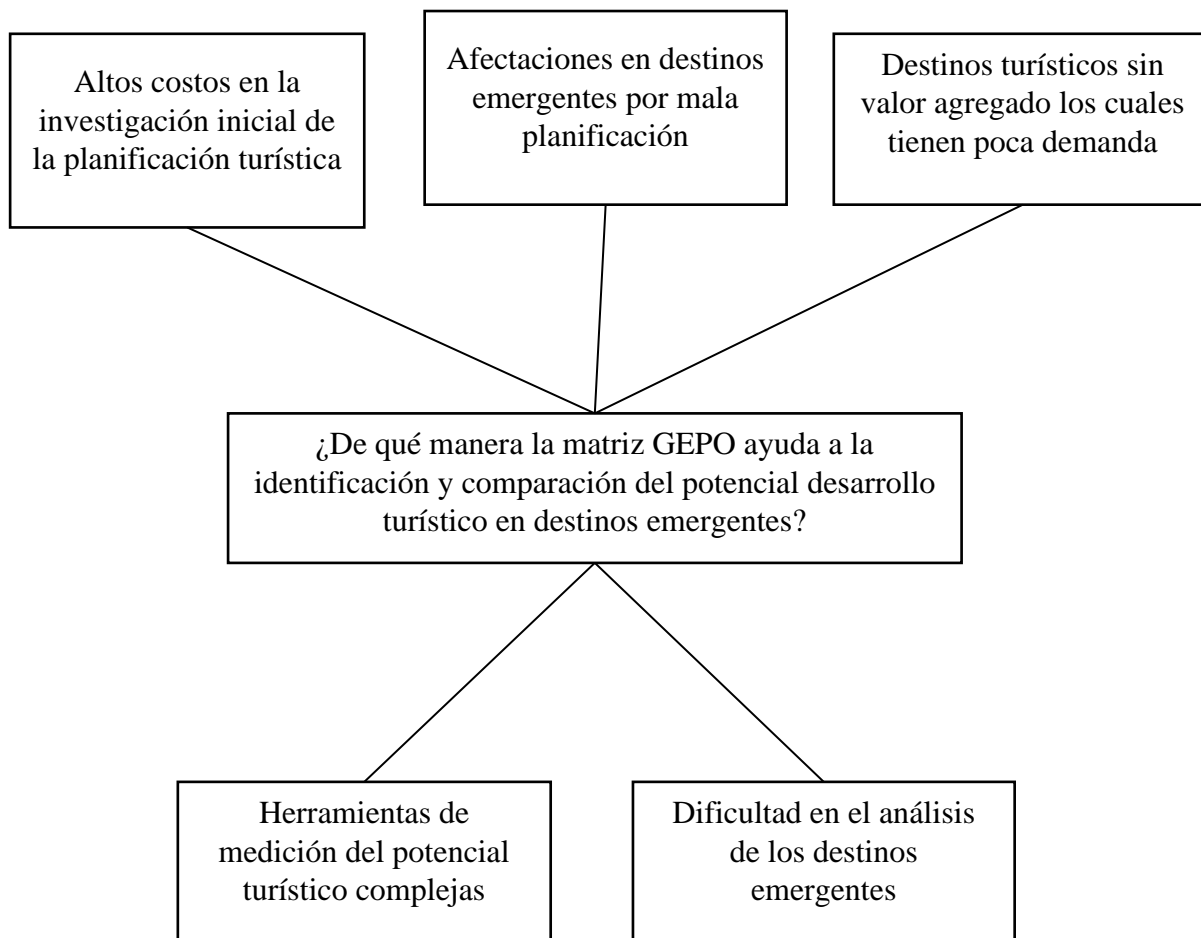


Figura 1. Creación de árbol problema sobre la herramienta de medición del potencial turístico en destinos emergentes

Causas: Las herramientas para la medición del potencial turístico suelen ser complejas lo que dificulta el análisis de los destinos emergentes para desarrollar turismo, a su vez estas herramientas no abarcan factores importantes lo que limita su resultado.

Problema Central: ¿De qué manera la matriz GEPO ayuda a la identificación y comparación del potencial desarrollo turístico en destinos emergentes?

Efectos: Al realizar una planificación turística sin un acertado diagnóstico, este generará altos costos a la hora de desarrollar turismo, afectando la población local, empresarios y demás stakeholders.

Pregunta problema

¿De qué manera la matriz GEPO ayuda a la identificación y comparación del potencial desarrollo turístico en destinos emergentes?

Justificación

El turismo se configura como uno de los principales motores económicos a nivel internacional, cobrando más fuerza en destinos emergentes, por esta razón es necesario analizar la consolidación de una herramienta que facilite la identificación y comparación del potencial desarrollo turístico en estos destinos, hay que señalar la reducida información que existe en estos territorios, esto vuelve los procesos más complejos debido a la carencia de una herramienta que organice la información para determinar el potencial turísticos en destinos emergentes por parte de los organismos públicos encargados de la planificación turística.

Esta herramienta mencionada debe simplificar el análisis de los factores relevantes para la actividad turística y establecer una relación cuantitativa entre las oportunidades y amenazas presentes en el panorama turístico, con el propósito de generar bienestar para todos los involucrados. Es importante resaltar que la planificación turística es fundamental para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos y su contribución al bienestar social, económico y ambiental.

Existen varios proyectos de investigación interesados en abordar el tema de planificación según Henderson “el modelo Matriz BCG, desarrollado por el Boston Consulting Group” (Henderson, 1973), donde analizan el entorno, su potencial real de crecimiento y prevé si en el futuro el producto o servicio será una estrella, sin embargo, esta matriz, así como otros proyectos de investigación están enfocadas en el crecimiento del mercado y descuida los efectos de las sinergias entre unidades de negocio. Los destinos emergentes requieren no solo un análisis en materia económica, sino que deben buscar interactuar con dinámicas

compuestas de I+D, comercialización, sostenibilidad y bienestar social puesto que los planes sectoriales están cada vez más enfocados en generar un bien colectivo a partir del turismo y no solo un beneficio económico para ciertos sectores.

No obstante, el proceso para generar desarrollo turístico en destinos emergentes suele ser prolongado en el tiempo, debido a que a la hora de realizar un diagnóstico no se cuenta con herramientas que organicen datos y puedan ser comparados de manera evaluativa con la oferta turística, esto se debe a que el turismo es un sistema abierto el cual está en constante interacción con elementos que suelen ser de difícil control.

Por lo tanto, contar con herramientas especializadas y actualizadas que permitan identificar y comparar el potencial de desarrollo turístico en destinos emergentes es clave para garantizar una planificación adecuada y eficiente, lo que podría resultar en la generación de nuevos empleos, un aumento de la inversión turística y un incremento en los ingresos para la población local.

Según el Artículo 4. Modificación del Artículo 23 de la Ley 300 de 1996 párrafo 2 nos especifica como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo elaborará el inventario turístico del país que permita identificar los factores que contribuyen al turismo. Estos pueden ser visualizados como los inventarios turísticos los cuales servirán de base para: 1. la planificación y el ordenamiento territorial de la actividad, 2. La orientación de la oferta de programas de competitividad y promoción turística, incluidos los productos y servicios que se presten al turista, 3. La determinación de las condiciones de uso de las zonas declaradas como atractivo turístico, sin perjuicio de las competencias establecidas para las autoridades en las normas ambientales vigentes, y 4. La generación de alianzas público-privadas que potencialicen el desarrollo turístico en los departamentos, municipios, distritos e integraciones regionales del país (Ley General del Turismo, 1996).

Por lo tanto, este proyecto de investigación contribuirá al cumplimiento de la ley 300 de 1996 al evaluar el potencial que pudiese existir en el entorno turístico de una forma más específica, facilitando gestionar la planificación turística y ayudando con la administración eficiente de los recursos del destino, implementando medidas para aumentar el crecimiento

turístico sostenible y mitigando los impactos negativos con una metodología cuantitativa capaz de brindar datos medibles y sus respectivos análisis.

De igual manera este proceso investigativo está orientado a la correcta administración de cada uno de los factores que aportan al conocimiento por medio de la herramienta propuesta la cual es capaz de optimizar la planeación, organización, dirección y control dentro del ámbito educativo e investigativo en base a autores como Henry Fayol en la teoría administrativa propuesta en 1916 como son concepción anatómica y estructural de las organizaciones o el autor Adam Smith y su aporte sobre la teoría del valor del trabajo en 1776 Sergio. G, et al (2015, abril 18).

Objetivos

Objetivo General

Diseñar la matriz GEPO como herramienta de identificación y comparación del potencial desarrollo turístico en destinos emergentes.

Objetivos específicos

1. Identificar los factores que influyen en las decisiones sobre implementar el turismo en un destino.
2. Analizar como la creación de la herramienta GEPO permite facilitar la evaluación del potencial de destinos emergentes como un verdadero destino turístico.
3. Validar la funcionalidad de la matriz GEPO como herramienta para la identificación y comparación del potencial del desarrollo turístico en destinos emergentes.

Marco Referencial

Marco Contextual

Esta investigación hace un análisis sobre la contribución de la actividad turística al desarrollo local y regional, abordando un caso de estudio dentro de los destinos emergentes, cuando se habla de estos territorios principalmente nos llega a la mente la diversidad biológica, la cultura, la geografía y la gastronomía.

Hay varias posturas para analizar el surgimiento de este término, pero la mayoría coincide en que surge como consecuencia de la crisis. Choques macroeconómicos desencadenados en todo el mundo, que conducen al crecimiento del desempleo y pobreza en todos los niveles locales esto, debido a que son varias las economías que trabajan de forma centralizada desde arriba hacia abajo, dejando al final los territorios pequeños, alejados o rurales.

Por lo tanto, a partir de este punto de partida, es necesario mejorar el empleo, servicios básicos, medio ambiente, gestión interna, lo que significa mejorar la calidad de vida de las personas, empezando por donde viven, es decir sus territorios. Albuquerque nos menciona como "las formas de producción basadas en la incorporación de conocimientos sobre la segmentación de mercados son de vital importancia para mejorar la calidad y la diferenciación de la oferta productiva y las redes territoriales de apoyo a la producción y de cooperación de actores públicos y privados locales" (Albuquerque, FLACSO Andes, 2003). Es decir, que la planeación turística es de vital importancia, ya que se debe realizar un diagnóstico para reconocer la capacidad de producir productos llamativos y cambiar paradigmas de los destinos mencionados, sin embargo, existe la necesidad de explorar e implementar nuevas estrategias que permitan esta diversificación.

Según la OMT "El turismo contribuye a la reducción de las desigualdades territoriales a través de la promoción del desarrollo económico local en destinos estratégicos" (OMT, 2013).

Abdelati M & Bramwell menciona que "los principales productos turísticos son tarjetas de atracción clave que atraen a los turistas a destinos particulares. La diversificación, intensificación y vinculación de estos productos puede ser crucial para la competitividad y el

desarrollo sostenible de los destinos” (Abdelati M & Bramwell, 2015). Bajo esta dinámica, es importante recalcar que sobre los organismos gubernamentales ya se maneja la idea de dirigir nuevas metas para mejorar el flujo normal de turistas, el Plan sectorial de turismo presenta dentro de sus ejes “Objetivos y propuestas” con el fin de impulsar la innovación y la diversificación.

Es importante entender que, a lo largo de los años, especialistas han creado matrices de planificación evaluativa con el fin de simplificar procesos complejos esclareciendo y formulando de manera sencillas propuestas las cuales suelen tener impactos en las organizaciones como es el caso de la matriz “DOFA” creada por Albert Humphrey en 1960 en el Instituto de Investigación de Stanford como respuesta a la problemática de la planificación corporativa a largo plazo en las organizaciones, esta matriz generó un impacto positivo en la época optimizando los procesos de planificación estratégica, diagnósticos y emprendimiento. Si bien el valor de la matriz está a nivel interpersonal en la forma que se use, suele tener un sistema que ayuda a que el desarrollo sea más dinámico, organizado y en un menor tiempo.

Actualmente la matriz DOFA se usa en la “Asistencia Técnica En Planificación Del Turismo” como parte del plan convencional de turismo a nivel nacional, siendo parte importante en el diagnóstico de los componentes en la primera etapa del plan, sin embargo, es una de las matrices especializadas que se observa oficialmente en la planificación turística en Colombia.

Es decir, existe una oportunidad en el desarrollo de capacidades en los destinos emergentes para confirmar el desarrollo sostenible y responsable, que posibilite la renovación de prácticas de los gobiernos, empresas, comunidades y regiones. Por esta razón se propone la matriz GEPO, una herramienta especializada en la evaluación cuantitativa del potencial turístico de un destino emergente, la cual por medio de la evaluación de 4 factores: Geografía, Estructura, Población y Oferta reúnen la información necesaria para brindar un análisis acerca del destino a estudiar y su potencial de desarrollo turístico en el territorio.

Como respuesta a lo anterior, la matriz compuesta del acrónimo GEPO podrá ser utilizada por diferentes actores gubernamentales con el fin de ejecutar un diagnóstico óptimo para la medición y evaluación del potencial turístico en destinos emergentes, ya que podrá

identificar la situación real de la zona para que el destino maduro pueda anclarse al destino emergente, teniendo en cuenta la simbiosis entre ambos porque el primero atrae un mayor flujo de turistas y así encamina hacia el destino emergente por ofrecer atractivos frescos y una planta turística apta para recibir turistas.

A su vez podrá generar un diagnóstico real en cada uno de los diferentes factores los cuales tendrán como apoyo una metodología cuantitativa basada en la medición del potencial turístico ajustable a las necesidades principales de la gobernación dándole valores numéricos y fomentando la creación de una propuesta de valor en destinos emergentes.

Marco Teórico

Cuando hablamos de una herramienta que apoye y resuelva los problemas para determinar la viabilidad de un destino turístico emergente, podemos enfatizar en la iniciativa empresarial y la innovación de la comunidad académica, asumiendo la aplicación global y la creación por medio de esta en riqueza, independencia y realización personal.

Hunter menciona que para que exista sustentabilidad “es preciso articular el turismo con los demás sectores de la economía mediante una operación equilibrada y diversificada en la cual los recursos naturales y la inclusión social sean garantizados y se mantenga la viabilidad económica a largo plazo” (Hunter, 2002).

Esto quiere decir que se deben identificar métodos de investigación para el potencial turístico, y más aún si se planea ver el potencial de destinos emergentes, porque algunas de las deficiencias de estos estudios se encuentran en el nivel de expertos y dejan de lado a los actores locales, las comunidades y los estudiantes. Según SECTUR se entiende como destino emergente un lugar que por sus características naturales y culturales tiene potencial para atraer turistas nacionales e internacionales, pero que aún no han logrado sus objetivos por problemas de competencia o falta de turistas, o bien a que la oferta turística carece de una puesta en valor adecuada o está desarticulada Toselli, C. (2009). Basándonos en esta información podemos observar como el análisis de idoneidad o potencial turístico no incluyen elementos como infraestructura de apoyo a la actividad turística y elementos atractivos relacionados con la cultura, la historia y la economía. Por lo tanto, no se puede discutir sobre el potencial turístico, sino solo el sobre el potencial biogeográfico (Tabla 1).

Tabla 1. Métodos para el estudio del potencial turístico, basados en el análisis de recursos biogeográficos.

Métodos de análisis	Objetivo	Producto	Autores
Evaluación multicriterio. Ajuste de funciones de pertenencia borrosa y ponderación acoplado a SIG	Determinar el índice de potencialidad turística del medio natural.	Mapa de índice de potencialidad turística.	Marín, Yaseli y Nogués (2001)
Evaluación multicriterio mediante el proceso jerárquico analítico y Promethee.	Identificar zonas prioritarias para el desarrollo de actividades turísticas.	Jerarquización de alternativas de actividades turísticas.	Blancas et al. (2009)
Inventario de recursos turísticos. Evaluación multicriterio discreta.	Evaluar recursos turísticos potenciales y recursos turísticos consolidados.	Jerarquización de recursos naturales con potencial recreativo	Franco, Maass et al. (2009)

Nota. Recuperado de los Métodos de estudios del potencial turístico, basados en el análisis de cualidades de los recursos biogeográficos (2014).

Como se puede observar dentro del cuadro anterior podemos denotar lo importante que es reconocer estos métodos de análisis y demás de los recursos biogeográficos, algunos estudios también se han centrado en la cultura, la sociedad y la infraestructura que los sustenta (Tabla 2). Este tipo de investigación se caracteriza porque los atractivos están interconectados a través de canales de comunicación comunes y su planificación estratégica se realiza según criterios económicos geográficos. por lo tanto, según la OEA “el análisis de los recursos puede ser por descripción de cualidades” (OEA, 2005) y o mixto, en donde se usan métodos cualitativos y posteriormente cuantitativos como la valoración de los recursos con índices de potencialidad (Juárez et al., 2008), además del empleo de herramientas probabilísticas para la tipificación regional del potencial turístico (Reyes, Pérez et al., 2012)

Tabla 2. Métodos para el estudio del potencial turístico, basados en el análisis de recursos biogeográficos, socioeconómicos y culturales.

Métodos de análisis	Objetivo	Producto	Autores
Inventario de recursos y análisis multicriterio de atractivos, componentes del destino y autenticidad.	Crear productos turísticos en Cuba.	Ruta temática “Ruta guerrillera”	Chaviano y Aro (2007)
Inventario de Recursos y evaluación multicriterio de los recursos.	Diseñar un producto turístico de bajo impacto en turismo alternativo.	Identificación de recursos para generar productos turísticos.	Enríquez et al. (2010)
Entrevistas a informantes clave, inventario de recursos, evaluación por indicadores de potencialidad turística y evaluación de rutas turísticas	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 turístico.	Juárez et al. (2008)

Nota. Recuperado de Métodos de estudios del potencial turístico, basados en el análisis de cualidades de los recursos biogeográficos, socioeconómicos y culturales (2014).

Basándonos en la información anterior podemos explicar que es necesario migrar a métodos de investigación interdisciplinarios que combinan métodos para tratar las múltiples dimensiones que incluyen la complejidad de los territorios y el fenómeno del turismo. Además, es necesario que la investigación se base en una conceptualización definida de la internacionalización del turismo y los elementos que conforman su finalidad, que orienten el análisis de las potencialidades.

El desarrollo del turismo emergente depende en gran medida de los paradigmas, así como de los fundamentos teóricos y metodológicos que orientan la investigación. A esto se suma el desarrollo de espacios de reflexión, discusión y retroalimentación sobre este tema para

generar proyectos turísticos que mejor atiendan las necesidades reales de estas diferentes zonas.

Marco Conceptual

La planeación turística en Colombia está conformada por tres actores principales (Sector público, Sector privado y población local) los cuales desarrollan las estrategias pertinentes según la tipología del destino, ofreciendo un producto con una propuesta de valor basada en los atractivos y recursos turísticos. Para Mendoza el concepto turismo es “una combinación de actividades, servicios e industrias que suministra una experiencia de viaje: transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos, instalaciones para actividades diversas y otros servicios hospitalarios disponibles para individuos o grupos que viajan fuera de casa” (Mendoza et al. 2014). Por esta razón es importante entender que el turismo no es solo una propuesta de valor hacia los turistas, sino que es un conjunto de servicios diversificados los cuales ofrecen una cadena de valor para cada uno de los actores que intervienen de manera directa e indirecta en el sistema turístico.

Benseny menciona que “México es uno de los líderes del turismo internacional receptivo, con más de veinte millones de turistas ingresados por año a partir de los inicios del siglo XXI. Esta posición de privilegio se fundamenta en una variada oferta de productos turísticos, desde el clásico turismo de sol y playa en varios centros vacacionales localizados en costas del país” (Benseny, 2007), esto quiere decir que existen múltiples destinos con ofertas turísticas sólidas debido a una planificación estratégica orientada a generar bienestar sostenible en los territorios teniendo en cuenta múltiples factores como es el caso de la Riviera Maya o la evolución de su propuesta como es el caso de Las Vegas Nevada en Estados Unidos. Sin embargo, existen destinos turísticos los cuales revelan una mala planeación por parte de los agentes gubernamentales debido a no tener en cuenta múltiples factores como es el caso de Barcelona, ciudad española donde el turismo se ha convertido en una problemática social debido al alta concentración de turistas en espacios reducidos los cuales antes eran utilizados únicamente para sus habitantes generando así malestar en los ciudadanos locales.

En consecuencia, de esto en el 2017, los catalanes reconocieron el aumento de turistas en su ciudad y tuvieron poco manejo con las multitudes turísticas, rechazando y creando reacciones

contra el turismo, realizaron marchas, pintaron autobuses turísticos, dañaron medios de transporte de micro recorridos. Creando dentro de su sociedad el tan mencionado turismofobia, según Oliveira “este término estuvo en auge en los medios de comunicación en 2017 debido a los movimientos anti turistas que, incluso algunas minorías, la extendieron por toda Europa” (Oliveira, 2019).

Evidentemente, la problemática que tienen los destinos turísticos es no tener procesos de investigación y planeación, dejando a un lado los supuestos principales que caracterizan a un destino turístico exitoso, por esta razón se propone crear una matriz que organice todas las variables que debe tener en cuenta el planificador que realiza la investigación para mejorar el destino y reconocer si tiene potencial o no, Según Ielenicz “Para el estudio del potencial turístico, existen dos tendencias principales en su definición, una basada en el enfoque material y otra inmaterial. La tendencia material considera el potencial del turismo como una suma de recursos naturales y humanos” (Ielenicz y Comănescu, 2006) y Para Muntele “la tendencia inmaterial propone estudiar el potencial turístico como “suma de condiciones objetivas o subjetivas” o “condiciones básicas para el desarrollo” (Muntele y Iașu, 2006). Sin embargo, esta investigación, aunque reconoce la importancia de crear esta matriz en todos los escenarios turísticos, toma como tema principal ayudar a los destinos emergentes.

Por consiguiente, se ha diseñado la matriz “GEPO” que tiene como objetivo facilitar la identificación y comparación del potencial turístico en destinos emergentes por medio de la valoración de los factores más relevantes para el desarrollo turístico.

Estos factores a su vez agrupan subfactores los cuales hacen parte del crecimiento del turismo en destinos emergentes, estos destinos son definidos como territorios los cuales tienen las cualidades para generar turismo, pero carecen de una oferta sólida la cual ayude a la captación y circulación de un mayor número de turistas.

No obstante, los destinos emergentes suelen estar relacionados con problemáticas de índole social y/o económico lo que hace que la planificación turística debe tener un enfoque orientado al desarrollo de la región de manera sostenible y generando bienestar para su población con una red de colaboración y sistemas de calidad. Por esta razón se proponen 4 diferentes factores con sus respectivos subfactores.

Factor Geografía: Se define como el factor que representa la superficie del territorio contando con las condiciones meteorológicas, geolocalización, medio ambiente, recursos naturales y culturales los cuales interactúan en el panorama turístico.

Subfactores:

- Clima
- Recursos turísticos
- Medio ambiente
- Atractivos turísticos
- Culturalidad y tradiciones
- Gastronomía
- Patrimonio turístico

Factor Estructura: Son todos los elementos de orden gubernamental y distributivo los cuales contribuyen al control, promoción y desarrollo del turismo en los territorios, estos están compuestos por la superestructura, meso estructura e infraestructura turística propuesta por los autores (ingreso autores)

Subfactores:

- Superestructura
- Infraestructura
- Inventario turístico

Factor Población: Es el conjunto de habitantes que residen en un territorio los cuales interactúan entre sí generando una identidad cultural y desarrollando actitudes, normas, costumbres y condiciones pertenecientes a una sociedad.

Subfactores:

- Educación
- Salarios y condiciones laborales
- Salud y seguridad
- Cultura ciudadana
- Población cercana

- Estilo de vida
- Demografía

Factor Oferta: Es el conglomerado de bienes y servicios que ofrece el destino con el deseo de ser vendidas a personas no residentes en el territorio obteniendo beneficios económicos y generando desarrollo sostenible en el territorio.

Subfactores:

- Tipología
- Capacidad de atracción turística
- Precios (Inflación)
- Moneda local
- Oportunidad turista

Tabla 3. Representación de la tabla de factores y subfactores de la matriz GEPO

CUADRANTE	G	E	P	O
1. Oportunidad	<i>Clima</i>	Superestructura	Educación	Tipologías
	<i>Recursos Turísticos</i>	Infraestructura	Salarios y Condiciones Laborales	Capacidad de Atracción Turística
	<i>Medio Ambiente</i>		Salud y Seguridad	
2. Valor Agregado	<i>Atractivos Turísticos</i>	Inventario Turístico	Cultura Ciudadana	Precios (Inflación)
	<i>Culturalidad y Tradiciones</i>		Estilo de Vida	
	<i>Gastronomía</i>			Moneda Local
	<i>Patrimonio Turístico</i>		Demografía	Oportunidad Turística

Nota. Elaboración propia.

En la matriz también encontramos puntos importantes como resultado de la interacción de cada uno de los factores y su calificación:

Tabla 4. Tabla de indicativos potencial turístico

Código	Indicativo Potencial Turístico				
R	Rentabilidad	E	O		
D	Demanda	G	E	O	
B	Bienestar	G	P	E	O

Nota. Elaboración propia.

A continuación, el significado de las siglas:

Rentabilidad: R: O+E

Es el resultado entre los factores: oferta y estructura

Demanda: D: O+E+G

Es el resultado entre los factores: oferta, estructura y geografía

Bienestar: B: O+E+G+P

Es el resultado entre de los cuatro factores: geografía, estructura, oferta y estructura

Marco legal:

La planificación turística juega un papel fundamental en el desarrollo y promoción del turismo en Colombia. La implementación de la ley 300, que sienta las bases de la política turística del país, enfatiza el desarrollo sostenible, la promoción del turismo nacional e internacional y la protección del patrimonio. A continuación, se presentan algunos aspectos clave que resaltan la importancia de la planificación turística en Colombia.

Las líneas estratégicas son:

1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.

Política Nacional de Turismo: La ley 300 establece las bases para una política nacional de turismo centrada en el desarrollo sostenible, la promoción del turismo nacional e internacional, la protección del patrimonio cultural, natural y la participación del sector privado. Se analiza dentro de esta el logro del fortalecimiento institucional del sistema de turismo en colaboración con los actores y las comunidades anfitrionas involucradas en la actividad.

2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.

Planificación y desarrollo turístico: La ley establece las obligaciones de los gobiernos locales para formular planes y programas de desarrollo turístico y fomentar la inversión en infraestructura, de esta forma se realizarán acciones de capacitación para la mejora de la gestión pública y privada en turismo.

3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.

Decreto 1608 de 1978: Este decreto regula las actividades de las agencias de viajes y establece los que requisitos para su funcionamiento y registro con el fin de fomentar la inversión pública y privada como las agencias en infraestructura y en equipamiento para adaptarse a las necesidades y requisitos de las nuevas demandas que se encontraran en estos destinos emergentes.

4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.

Turístico Nacional: Esta norma establece el registro turístico nacional, en el cual todos los negocios y establecimientos turísticos deben inscribirse legalmente, así revitalizar los trabajos de planificación turística y proyectos existentes en el haber de las comunidades de los destinos.

5. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.

Decreto 1074 de 2015: Este decreto contiene la ley del consumidor y establece los derechos y obligaciones de los turistas colombianos y las prestadoras de servicios turísticos, con el fin de seleccionar proyectos turísticos viables y sostenibles mediante metodologías participativas con la comunidad.

6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

Incentivos y beneficios: la ley 300 establece incentivos y beneficios fiscales para incentivar la inversión en proyectos turísticos y la conservación y restauración del patrimonio cultural. Por lo cual se reconoce el estímulo de la competitividad turística de los destinos emergentes colombianos al promocionar el desarrollo regional.

En relación con la herramienta GEPO, se analiza cómo las leyes colombianas incentivan a detalle el diagnóstico participativo de las partes interesadas tanto públicas como privada para integrarse en el sistema turístico del destino, con el fin de adoptar un enfoque holístico de esta área y extraer sinergias de cada elemento para optimizar las perspectivas enfocadas. En este sentido, es importante que la (Ley 300 de 1996, Art.14) sea un instrumento de apoyo para el cierre de brechas de desarrollo turístico regional y que proponga estrategias que favorezcan la equidad en los territorios.

Propuesta metodología

Enfoque

Como se explicó anteriormente, la matriz GEPO es una herramienta que facilita la identificación y comparación del potencial turístico de los destinos emergentes. Todo este proceso se lleva a cabo mediante una matriz de evaluación y cada resultado depende del investigador o estudiante, pues esta matriz ayuda a identificar los factores importantes que pueden determinar si la investigación es posible o no, es decir que el investigador define cuál de los factores le gustaría indagar más o mejorar.

Esta investigación documental se realizó por medio de la recolección de datos mixtos, es decir de carácter cuantitativo y cualitativo a través de fuentes primarias y secundarias con enfoques administrativos y turísticos. Dicha matriz entiende el turismo como un sistema

abierto el cual en su mayoría es dependiente de otras industrias las cuales se conectan con el producto final, interviniendo directa o indirectamente con el cliente. Si bien es una industria con un portafolio amplio, muchas veces se encuentra en desequilibrio con el bienestar general de los diferentes agentes que intervienen en la prestación de los servicios y los consumidores.

La primera fase fue investigar varios estudios de fuentes que abordan específicamente las preguntas relevantes de este estudio y así contribuir al desarrollo de la revisión bibliográfica identificando combinar conceptos y nuevos aspectos de terminología y metodología

Por esta razón gracias a la investigación, se pudo concluir como la funcionalidad de la matriz está enfocada en ayudar a gestionar una fácil identificación del potencial desarrollo turístico en los destinos emergentes recopilando información cualitativa y transformándola en cuantitativa para así poder compararla, partiendo de la misma base y buscando una mejora continua fomentando el turismo sostenible en los territorios.

Creación Matriz GEPO

Se utilizará la herramienta GEPO en donde se representa gráficamente por una tabla que permitirá realizar el seguimiento de los factores propuestos (Geografía, Estructura, Población y Oferta) teniendo una calificación del 100% en general. El monitoreo de la matriz estará a cargo del área administrativa, investigador o estudiante, el cual tendrá la responsabilidad de definir los porcentajes de la matriz para su evaluación, consolidar la información y presentar los resultados.

Estructura

Tabla Valor porcentual de los factores

Los cuatro factores tienen una calificación en general como podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 5. Valor porcentual de los factores

Código	<i>Factores</i>	Porcentaje
G	Geografía	25%
E	Estructura	22%
P	Población	35%
O	Oferta	18%

Nota. Elaboración propia.

Mediante el estudio de los diferentes factores que intervienen en los sistemas turísticos se definió que la población representa el 35/100, seguida de la geografía con 25/100, la estructura con el 22/100 y finalizando con la oferta con un 18/100. Estas calificaciones son en base a la recolección de datos del marco teórico basado en los autores Roberto Bullon, Neil Leiper, Sergio Molina, la OMT, y demás mencionados en el marco referencial. Además, deberá ser revisado y ajustado en caso que se presenten modificaciones sustanciales o preferencias al momento de reconocer cuál factor deberá aumentar o disminuir su porcentaje, es decir que este cambio de porcentajes depende también del mejoramiento que quiera realizar la persona encargada, ya que sus porcentajes son sugeridos y pueden ser modificados.

Estos factores a la vez contienen subfactores los cuales están calificados teniendo la suma del valor porcentual otorgado en el factor principal.

Tabla Factores y Subfactores GEPO

A continuación, se encontrará la estructura de la matriz GEPO identificando y definido cada uno de sus conceptos, Se puede observar en la (Tabla 5.) como la matriz se divide en 5 columnas.

Columna Cuadrante: Es la clasificación de los subfactores los cuales determinan el producto turístico y estos se dividen en:

1. **Oportunidad:** Son los sub factores definidos los cuales en su conjunto prestan un producto turístico el cual satisface la demanda y genera beneficios para todos los stakeholders.

Ejemplo: En el subfactor “Clima” independientemente de su calificación, hay territorios que pueden compartir las mismas características, es decir, un clima cálido durante todo el año o un clima lluvioso por una temporada. Por esta razón la oportunidad puede tener valor compartido y pocas veces tiene un valor individual que genere un valor único.

2. **Valor agregado:** Son los sub factores diferenciales los cuales definen el producto turístico volviéndolo único dentro del panorama tangible e intangible.

Ejemplo: En el subfactor “Gastronomía” independientemente de su calificación este puede compartir características con otros territorios, sin embargo presenta cualidades únicas que representan el destino como lo puede ser en Colombia el chorizo de Santa Rosa de Cabal en Risaralda, si bien el chorizo es compartido a nivel mundial , la elaboración y sabor en este territorio es único y caracteriza el destino.

Columnas GEPO: Dentro de ellas se encuentra en cada columna factores con su respectiva sigla y color

La matriz funciona por medio de cuatro factores

1. Geografía (G)
2. Estructura (E)
3. Población (P)
4. Oferta (O)

Los cuales cada uno se divide en subfactores:

Factor Geografía

Sus factores:

1. **Clima:** Elemento turístico natural el cual se compone de condiciones atmosféricas en relación con su ubicación geográfica.

2. **Recursos turísticos:** Son los elementos que despiertan interés de visitar un destino, estos pueden ser un valor individual o colectivo.
3. **Medio ambiente:** Es el entorno en que se desarrollan los seres vivos el cual está compuesto de condiciones físicas vitales para su sobrevivencia.
4. **Atractivos turísticos:** Son los elementos los cuales pueden llegar a ser recursos turísticos, pero aún no han sido organizados con el fin del desarrollo de la actividad turística.
5. **Culturalidad y tradiciones:** Es el conjunto de creencias y experiencias que se heredan de una generación a otra generando así una identidad en su población.
6. **Gastronomía:** Es el conjunto de conocimientos y actividades relacionadas con la preparación de recetas culinarias las cuales tienen una preparación a base de técnicas e ingredientes con antecedentes históricos.
7. **Patrimonio turístico:** Son todos aquellos elementos originarios de un país los cuales por su valor histórico y representativos son protegidos por la nación.

Factor Estructura

Subfactores:

1. **Superestructura:** Son las instituciones públicas y privadas las cuales tienen como función garantizar el bienestar de los stakeholders, desarrollo sostenible del turismo y su control.
2. **Infraestructura:** Según el Instituto Distrital de Turismo define como el conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza para impulsar su actividad.
3. **Inventario turístico:** Lista ordenada de todos los productos turísticos de un destino

Factor Población

Subfactores:

1. **Educación:** Es la relación entre los conocimientos adquiridos y la capacidad intelectual de las personas las cuales parten como base en la sociedad y cultura perteneciente.

2. **Salarios y condiciones laborales:** Son todas las características que se determinan entre el empleado y el empleador como parte del contrato las cuales buscan beneficios para ambas partes.
3. **Salud y seguridad:** Son servicios esenciales para la convivencia de las sociedades las cuales son prestados en su mayoría por el estado y tienen como objetivo mejorar el bienestar de los habitantes.
4. **Cultura ciudadana:** Es el conjunto de normas y costumbres las cuales rigen la conducta personal y grupal en un territorio, esta parte como base en la educación y la ética de la sociedad.
5. **Población cercana:** Es la población que reside próxima a las limitaciones del destino, es decir son todas las personas que viven cerca de la frontera del territorio.
6. **Estilo de vida:** Se define como la conducta que caracteriza a un individuo o grupo, este parte como base de sus gustos y preferencias, así como su entorno.
7. **Demografía:** Conteo del número de habitantes de un territorio.

Factor Oferta

Subfactores:

1. **Tipología:** Es la clasificación de los diferentes tipos de turismo que se pueden desarrollar en un destino.
2. **Capacidad de atracción turística:** Es la facultad para utilizar elementos comunicativos con el fin de persuadir a los potenciales turistas de visitar el destino.
3. **Precios (Inflación):** Corresponde al aumento de los precios de los bienes y servicios en un tiempo determinado.
4. **Moneda local:** El valor monetario en la moneda de un destino, partiendo como base su medición con monedas internacionales como el dólar o euro.
5. **Oportunidad turista:** Es la medición de una existente probabilidad de generar un producto turístico sólido.

Tabla 6. Tabla de factores y subfactores de la matriz GEPO

CUADRANTE	G	E	P	O
1. Oportunidad	Clima	Superestructura	Educación	Tipologías
	Recursos Turísticos	Infraestructura	Salarios y Condiciones Laborales	Capacidad de Atracción Turística
	Medio Ambiente		Salud y Seguridad	
2. Valor Agregado	Atractivos Turísticos	Inventario Turístico	Cultura Ciudadana	Precios (Inflación)
	Culturalidad y Tradiciones		Estilo de Vida	
	Gastronomía			Moneda Local
	Patrimonio Turístico		Demografía	Oportunidad Turística

Nota. Elaboración propia.

En la matriz GEPO, como ya lo habíamos mencionado anteriormente se encuentra una tabla que contiene cada uno de los factores los cuales tienen una calificación correspondiente, ahora esa dicha calificación será dividida en los subfactores según su nivel de importancia los cuales pueden ser medidos por medio de preguntas relacionadas con la temática del subfactor y este tendrá una calificación de las preguntas según corresponda, esto quiere decir que al realizar todos estos pasos pueden identificar como la matriz se vuelve cuantitativa al crear estas mediciones.

Tabla Matriz GEPO

Tabla 7. Matriz GEPO

Cuadrante	Factores	Subfactores Geografía	Valor del Subfactor	No. de Preguntas	Preguntas	Calificación de la Pregunta	Valor de la Pregunta	Total
1. Oportunidad	Geografía	Clima	Es el valor el cual se le otorga a cada subfactor dependiendo del valor total del subfactor	Mínimo dos preguntas por cada subfactor	Las preguntas son según el tema de cada subfactor, estas deben ser objetivas y medibles	La calificación de las preguntas debe ser en escala, siendo (1) como mejor respuesta y así consecutivamente	Es el cociente entre “No. de Preguntas” y “Valor del Subfactor”	El total es la suma de los resultados obtenidos por cada pregunta
		Recursos Turísticos						
		Medio Ambiente						
		Atractivos Turísticos						
2. Valor Agregado		Culturalidad Y Tradiciones						
		Gastronomía						
		Patrimonio Turístico						
1. Oportunidad	Estructura	Superestructura						
		Infraestructura						

2. Valor Agregado		Inventario Turístico					
1. Oportunidad	Población	Educación					
		Salarios Y Condiciones Laborales					
Salud Y Seguridad							
2. Valor Agregado		Cultura Ciudadana					
		Población Cercana					
	Estilo De Vida						
1. Oportunidad	Oferta	Demografía					
		Tipologías					
		Capacidad De Atracción Turistas					
	Precios (Inflación)						

2. Valor Agregado		Moneda Local						
		Oportunidad Turística						

Nota. Elaboración propia.

Todo lo anterior conlleva a conocer el ambiente interno y externo del destino turístico en el contexto diario en el que se trabaja, Por lo tanto, es un estudio con enfoque cuantitativo, porque las etapas están definidas lograr objetivos que requieren revisión y estructura de la literatura

Ejemplo:

Factor:

- Geografía (25%)

Subfactor:

- Clima (0,4%)

Pregunta:

¿Qué tan cambiante es el clima es el destino? (Se toma el valor porcentual y se divide en el número de preguntas) en este caso son 3

Es decir, el valor del subfactor en este caso 0,4 y se divide en 3 porque para su calificación son 3 preguntas.

$$0,4/3 : 0,133333$$

Ahora para su medición las respuestas están en una escala de 3:

Medición:

1. No es cambiante
2. Medianamente cambiante
3. Muy cambiante

La respuesta la cual corresponda será dividida en en número de la respuesta

Respuesta 2. Medianamente cambiante

$$0,133333/3: 0.06665$$

Así por cada uno de los factores, al finalizar cada sub-factor tendrá una calificación dependiendo del valor inicial, este valor inicial, la suma de los sub-factores dará como

resultado el total del factor. El valor final será la suma de los factores correspondientes a su porcentaje de calificación.

Fórmulas:

Total subfactores:

Subfactor 1: Suma del resultado de todas las preguntas

Total Factor:

Suma de todos del total de todos los subfactores

Total Matriz GEPO

Total calificación subfactores (G)+ Total calificación subfactores (E)+Total calificación subfactores (P)+Total calificación subfactores (O)

Tabla de Indicativos Potencial Turístico

Tabla 8. Tabla de Indicativos Potencial Turístico

Código	Indicativo Potencial Turístico				
R	Rentabilidad	E	O		
D	Demanda	G	E	O	
B	Bienestar	G	P	E	O

Nota. Elaboración propia.

A continuación, el significado de las siglas:

Rentabilidad: R: O+E

Es el resultado entre los factores: oferta y estructura

Demanda: D: O+E+G

Es el resultado entre los factores: oferta, estructura y geografía

Bienestar: B: O+E+G+P

Es el resultado entre de los cuatro factores: geografía, estructura, oferta y estructura

Resultados

Se presentan los respectivos análisis tras los objetivos planteados anteriormente y los resultados obtenidos tras la utilización de la matriz con dos destinos emergentes propuestos.

Los objetivos planteados son los siguientes:

1. Identificar los factores que influyen en las decisiones sobre implementar el turismo en un destino.

Identificación de los factores:

Como se ha mencionado anteriormente el turismo hace parte de diferentes conjuntos de servicios los cuales afectan positiva o negativamente el producto ofrecido para los turistas, sin embargo, en los diferentes sistemas turísticos propuestos se pueden encontrar factores similares los cuales son las bases del desarrollo turístico en los destinos.

Los factores utilizados en la matriz GEPO no son netamente turísticos, puesto que se encuentran de diferentes industrias, lo que hace que su objetividad tenga un mayor alcance.

En esta herramienta se encuentran sub factores como estilo de vida, moneda local, cultura ciudadana, educación, etc los cuales no se encuentran en los sistemas turísticos tradicionales, esto debido a que según los casos de estudio de destinos los cuales en su planificación turística no se han tenido en cuenta al igual que los supuestos.

Implementación del turismo

La implementación del turismo debe tener en cuenta las diferentes variables que pueden afectar a cada uno de los involucrados, esto es de vital importancia para obtener un destino turístico que cuente con garantías de bienestar para todos sus participantes ya que de no ser así traerá complicaciones a futuro como se observa en la *Figura 1*. Creación de árbol problema sobre la herramienta de medición del potencial turístico en destinos emergentes.

Esto quiere decir que al implementar el turismo en un territorio se debe enfocar en el bienestar común, creando así una propuesta de valor que mejore la calidad de vida de sus habitantes y la demanda.

2. Analizar como la creación de la herramienta GEPO permite facilitar la evaluación del potencial de destinos emergentes como un verdadero destino turístico.

Evaluación del potencial turístico:

La medición del potencial turístico está enfocada en el la suma de oportunidad y valor agregado que ofrece un territorio, estos pueden ser el resultado de la implementación de estrategias basadas en la demanda o en la oferta, Si bien hay factores con un mayor valor en la matriz, al pasar el tiempo los factores pueden cambiar de valor teniendo en cuenta la situación actual por la que está pasando el país, esto quiere decir que si se implementa la matriz GEPO en un tiempo determinado pero pasar los días ocurre una catástrofe política o ambiental, los factores de “Estructura” o “ Geografía” tomarán un mayor valor porcentual del que se había previsto.

La evaluación del potencial turístico también permite medir el estado actual del territorio lo que permite crear planes estratégicos enfocados en los factores con mayores valores y diseñar planes de contingencia con los factores con menores valores.

Destinos Turísticos

Se puede tornar confuso el determinar si un destino es turístico o emergente, esto debido a que hay destinos turísticos con propuestas de valor definidas pero que carecen de efectividad a la hora de atraer turistas. Por lo consiguiente la matriz GEPO también ayuda a la identificación del estado actual de los destinos permitiendo que según la calificación de los factores se pueda concluir si un destino es turístico o va en camino a serlo.

3. Validar la funcionalidad de la matriz GEPO como herramienta para la identificación y comparación del potencial del desarrollo turístico en destinos emergentes.

Aplicación de la Matriz GEPO

Los destinos que se van a mencionar a continuación son objeto de estudio, ya que provee información clave para determinar las características del flujo turístico a re direccionarse mediante el establecimiento de la matriz propuesta, es así como, se da inicio al análisis de los resultados obtenidos en la aplicación de esta matriz. Así mismo, se realiza un análisis de la información obtenida, para recabar las opiniones que manifiesta el sector público y el privado y consolidar un común denominador en pro de un desarrollo turístico mediante el proceso evaluativo.

Destino Guasca

Guasca es un municipio agropecuario y ambiental de la provincia del Guavio con un alto sentido histórico musical, ubicado a 48 kilómetros de Bogotá D.C. Se caracteriza por sus grandes extensiones de páramo, de allí su vital importancia para la conservación del agua.

Potencial turístico para la realización de avistamientos ornitológicos al contar con especies endémicas como: El Chivito de páramo (*Oxypogon guerinii*), Loro Aliamarillo (*Pyrrhura Calliptera*) entre otros, siendo parte del corredor biológico del Oso de anteojos.

Territorio caracterizado por la producción de mercados limpios y orgánicos, cultivos de fresa, arándanos, papa y rosas, además de actividades económicas como la ganadería, promoviendo así la productividad de la zona. (Alcaldía Municipal de Guasca, 2018).

se había originado inicialmente el primer caserío. (Antioquia es Mágica, s.f.)

Implementación:

1. Definir el destino a implementar.
2. Estipular los porcentajes de los cuatro factores (Tabla 5).
3. Determinar los porcentajes para los sub factores dependiendo de los valores previos de cada factor correspondiente (Tabla 7).
4. Realizar las respectivas preguntas por cada uno de los subfactores, estas deben ser medibles y relacionadas con el tema del subfactor (Tabla 7).
5. Definir las escalas de medición de las preguntas siendo (1) la mejor calificación y así sucesivamente. (Tabla 7).
6. Dividir el valor del subfactor en la cantidad de preguntas, este resultado será el valor de cada pregunta (Tabla 7).
7. Responder las preguntas según la calificación y dividir el valor de cada pregunta en la medición de las preguntas, esto se hace por cada subfactor hasta tener la suma final del factor.
8. Una vez se obtienen los porcentajes de cada factor como lo muestra la (Tabla 5) , se realiza la (Tabla 8) y se hace el respectivo análisis.

Tabla 9. Implementación Factor Geografía

Factor Geografía									
Cuadrante	Subfactor	No.De Preguntas	Preguntas	Calificación Preguntas	Valor Por Pregunta	Valor Del Subfactor	Respuesta	Calificación	Respuesta
1. Oportunidad	<i>Clima</i>	3	1. El Destino Cuenta Con Estaciones Definidas	1. No, Tiene La Misma Temperatura Todo El Año 2. Si Tiene Estaciones. 3. Tiene Temporadas Climáticas, Pero No Estaciones	0.133333333	0.4	1	0.133333333	0.266666667
			2. En Cuanto Se Encuentra La Temperatura En Promedio Del Año	1. 20° -33° 2. 5° - 19 ° 3. Temperatura De Menos De 5° O Mas De 30 °			2	0.066666667	
			3. Que Tan Cambiante Es El Clima Es El Destino	1. No Es Cambiable 2. Medianamente Cambiante 3. Muy Cambiante			2	0.066666667	
	<i>Recursos Turísticos</i>	3	1. Cuantos Recursos Turísticos Cuenta El Destino	1. Mas De 10 Recursos Turísticos 2. Entre 5 - 10 Recursos Turísticos 3. Menos De 5 Recursos Turísticos	0.166666667	0.5	2	0.083333333	0.333333333

	<i>Atractivos Turísticos</i>	3	1. Con Cuantos Atractivos Turísticos Cuenta El Destino	1. Mas De 15 2. Entre 10 -14 3. Menos De 10	0.166666667	0.5	1	0.166666667	0.5
2. Existen Interventores Para Operar Esos Atractivos Turísticos			1. Mas De 15 2. Entre 10 -14 3. Menos De 11	1			0.166666667		
3. Que Posible Usar Esos Atractivos Turísticos Sin Afectar El Medio Ambiente O La Población Local			1. Mas Del 50% 2. Menos Del 49 % 3. Menos Del 10%	1			0.166666667		
2. Valor Agregado	<i>Culturalidad Y Tradiciones</i>	2	1. Cual Es El Reconocimiento De Su Cultura	1. Internacional 2. Regional 3. Local	0.15	0.3	2	0.075	0.225
			2. Se Realiza Algún Evento Cultural En Su Destino	1. Si 2. No			1	0.15	
	<i>Gastronomía</i>	2	1. Que Reconocimiento Tiene La Gastronomía En Su Destino	1. Internacional 2. Regional 3. Local	0.1	0.2	3	0.033333333	0.083333333
			2. Se Realiza Algún Evento Gastronómico En Su Destino	1. Si 2. No			2	0.05	
<i>Patrimonio Turístico</i>	2	1. El Destino Cuenta Con Inscripción De Elementos Patrimonios	1. Si 2. No	0.1	0.2	2	0.05	0.083333333	

		Mundiales Por La UNESCO						
		2. El Destino Cuenta Con Tradiciones Antepasadas Que Se Realicen En La Actualidad	1. Antes De 1800 2. Entre 1801 Y 1900 3. Después De 1901			3	0.033333333	
							TOTAL	1.691666667

Nota. Elaboración propia.

Tabla 10. Implementación Factor Estructura

Factor Estructura									
Cuadrante	Subfactor	No. De Preguntas	Preguntas	Calificación Preguntas	Valor Por Pregunta	Valor Del Subfactor	Respuesta	Calificación	Respuesta
1. Oportunidad	Superestructura	3	1. Su Destino Cuenta Con Ayudas Económicas Para El Turismo Por Parte De Entidades Publicas	1. Si 2. No	0.266666667	0.8	1	0.266666667	0.666666667
			2. Su Destino Cuenta Con Organismos Para Fomentar El Turismo Local	1. Si 2. No			1	0.266666667	

		3. El Destino Cuenta Con Instituciones Educativas Relacionadas Con Turismo	1. Si 2. No				2	0.13333333	3	
Infraestructura	3	1. El Destino Cuenta Con Fácil Accesibilidad Desde Otros Destinos	1. Cuenta Con Aeropuerto Cercano A Menos De 1 Hora 2. Cuenta Con Terminal De Transporte 3. No Cuenta Con Aeropuerto Ni Terminal De Transporte	0.333333333	1.0		3	0.11111111	1	0.72222222
		2. El Destino Cuenta Con Servicios Públicos Tales Como Agua, Luz, Gas, Internet)	1. Si Con Alta Cobertura 2. Si, Pero Con Baja Cobertura 3. No Cuenta				1	0.33333333	3	
		3. El Destino Cuenta Con Agencias De Viaje	1. Si Cuenta Con Mas De 15 2. Si Cuenta Con Mas De 7 3. Cuenta Con Menos De 5				3	0.11111111	1	
		4. El Destino Cuenta Con Opciones De Hospedaje Tales Como (Hoteles, Apartahoteles, Hostales)	1. Si Cuenta Con Mas De 15 2. Si Cuenta Con Mas De 7 3. Cuenta Con Menos De 6				2	0.16666666	7	

2. Valor Agregado	Inventario Turístico	1	1. Su Destino Cuenta Con Un Inventario Turístico Actualizado	1. Si 2. No Esta Actualizado 3. No Tiene Inventario Turístico	0.4	0.4			
							2	0.2	0.2
								Total	1.58888889

Nota. Elaboración propia.

Tabla 11. Implementación Factor Población

Factor Población									
Cuadrante	Subfactor	No.De Preguntas	Preguntas	Calificación Preguntas	Valor Por Pregunta	Valor Del Subfactor	Respuesta	Calificación	Respuesta
1. Oportunidad	Educación	2	Cuantos Estudiantes Hay Por Colegio En El Destino	1. Menos De 50 2. Mas De 50	0.35	0.7	2	0.175	0.525
			Cuantos Profesionales Hay En El Destino	1. Mas De 50 2. Menos De 50			1	0.35	
	Salarios Y Condiciones Laborales	2	1. Cual Es El Salario Mínimo En El Destino	1. Igual O Mayor Al Promedio Del País 2. Menor Al Promedio Del Pais	0.2	0.4	1	0.2	0.3

			2. Cual Es El Promedio Del Salario Para Un Operador Turístico	1. Igual O Mayor Al Promedio Del País 2. Menor Al Promedio Del País			2	0.1	
	Salud Y Seguridad	3	1. Cuantas IPS (Institutos Prestadores De Servicios De Salud Hay En El Territorio	1. Igual O Mayor Al Promedio Del País 2. Menor Al Promedio Del País			2	0.083333333	
			2. Que Tan Inseguro Es Su Destino Según Indicadores Oficiales	1. Igual O Mayor Al Promedio Del País 2. Menor Al Promedio Del País			1	0.166666667	
			3. En El Destino Cuenta Con Policías Turísticos	1. Si 2. No	0.166666667	0.5	2	0.083333333	0.333333333
2. Valor Agregado	Cultura Ciudadana	3	1. Las Calles Del Destino Pertenecen Limpias De Basura	1. Si 2. Medianamente 3. No			2	0.133333333	
			2. Se Respetan Las Señales De Transito	1. Si 2. Medianamente 3. No			2	0.133333333	
			3. El Destino Cuenta Con Campañas En Contra De La Discriminación Y Racismo	1. Si 2. No	0.266666667	0.8	2	0.133333333	0.4

Población Cercana	2	1. El Destino Limita Con Un Destino Turístico	1. Si 2. No	0.2	0.4	2	0.1	0.2
		2. Limita Con Población Cercana Con Mayores Ingresos A Los Del Destino	1. Si 2. No			2	0.1	
Estilo De Vida	2	1. La Población Local Está De Acuerdo Con El Turismo	1. Si 2. No	0.2	0.4	1	0.2	0.4
		2. En El Rango Indicado Que Tan Amable Es La Percepción De Las Personas Del Destino	1. Muy Amable 2. Amable 3. No Amables			1	0.2	
Demografía	1	1. Cuantas Personas Residen En El Destino	1. Igual O Mayor Al Promedio Del País 2. Menor Al Promedio Del País	0.3	0.3	2	0.15	0.15
TOTAL							2.308333333	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 12. Implementación Factor Oferta

Factor Oferta									
Cuadrante	Subfactor	No.De Preguntas	Preguntas	Calificación Preguntas	Valor Por Pregunta	Valor Del Subfactor	Respuesta	Calificación	Respuesta
1. Oportunidad	Tipologías	2	1. Cuantas Tipologías Tiene El Destino	1. 10 O Mas 2. Menos 9 Mas De 5 3. Menos De 5	0.25	0.5	2	0.125	0.375
			2. El Destino Cuenta Con 2 Tipologías En Un Mismo Lugar (Atractivo O Recurso Turístico)	1. Si 2.No			1	0.25	
	Capacidad De Atracción Turistas	3	1. Cuenta Con Inversiones Privadas Turísticas	1. Si 2.No	0.133333333	0.4	2	0.066666667	0.133333333
			2. La Gobernanza Local Cuenta Con Un Plan De Comunicación Turístico	1. Si 2.No			2	0.066666667	
2. Valor Agregado	Precios (Inflación)	1	1. Cual Es La Inflación Del Destino Respecto A El País	1. Menor Al Promedio Del País 2. Mayor Al Promedio Del País	0.2	0.2	1	0.2	0.2

	Moneda Local	1	1. El Destino Cuenta Con Una Casa De Cambio	1. Si 2.No	0.1	0.1	2	0.05	0.05
	Oportunidad Turística	3	1. El Destino Cuenta Con Personajes Históricos Nacidos En El Territorio	1. Si 2.No	0.2	0.6	1	0.2	0.5
			2. El Destino Cuenta Con Hechos Históricos Dentro Del Territorio	1. Si 2.No			1	0.2	
			3. El Destino Cuenta Con Destinos Turísticos Cercanos Los Cuales Sus Precios Sean Altos	1. Si 2.No			2	0.1	
Total								1.258333333	

Nota. Elaboración propia.

Resultados de la implementación:

Los resultados de la implementación de la matriz GEPO en el destino de Guasca en Cundinamarca, Colombia dan como resultado un total de 69/100, en comparación con los porcentajes propuestos por cada factor (Tabla 5) “Geografía” obtuvo 17/25, seguido de “Estructura” con 16/22, “Población” con 23/35 y por último “Oferta” con 13/18.

Esto quiere decir que el destino cuenta con una geografía y estructura promedio de los destinos emergentes, no obstante, la población no está preparada para un turismo masivo o internacional por lo que se recomiendan estrategias para fomentar el turismo regional en destinos cercanos como Bogotá y alrededores. El factor “Oferta” es positivo, puesto que cuenta con temas de interés para posibles turistas.

Tabla 13. Implementación Valor Porcentual De Los Factores

Destino Guasca, Cundinamarca		
Código	Factores	Porcentaje
G	Geografía	17%
E	Estructura	16%
P	Población	23%
O	Oferta	13%

Nota. Elaboración propia.

Oportunidad: En los cuadrantes de oportunidad, se observa con claridad que es un destino con un faltante desarrollo socioeconómico, sin embargo, por su ubicación geográfica y atractivos tiene un potencial turístico interesante que con la correcta planificación podría llegar a ser un destino turístico exitoso.

Valor agregado: Es claro como en el cuadrante de valor agregado hace falta una propuesta de valor la cual determine la visualización del destino, no obstante, tiene aspectos que pueden ser desarrollados y con la correcta inversión podrían crecer y darle una definición al destino.

Conclusión: El destino cuenta con los recursos y atractivos turísticos para la atracción de un mayor flujo de turistas, sin embargo, se debe invertir en educación, infraestructura y en la consolidación de un producto turístico sólido basado en el valor agregado.

En la medición del potencial turístico la (Tabla 8). El destino Guasca cuenta con una rentabilidad de 29/50, seguido de una demanda de 46/75 y finalizando con 69/100.

Si bien la rentabilidad del destino no es la esperada, esto debido a que tiene un déficit en la estructura y en su propuesta de valor en la oferta, podría tener una demanda significativa si se mejora en estos aspectos dando apertura a oportunidad en el bienestar de la población local y una oportunidad a futuros empresarios del territorio.

Tabla 14. Implementación Indicativos Potencial Turístico

Código	Indicativos Potencial Turístico				
R	Rentabilidad	16%	13%		
D	Demanda	17%	16%	13%	
B	Bienestar	17%	23%	16%	13%

Nota. Elaboración propia.

Conclusiones y recomendaciones

Una vez realizada la matriz GEPO por completo en los destinos emergentes que se pusieron a prueba, se llega a concluir que las condiciones de la matriz en general, permiten generar un mejor proceso evaluativo y un empleo similar en investigaciones de otras matrices, por lo que con una implementación adecuada se puede conseguir un mayor conocimiento y generar mayor flujo de turistas que quieran conocer destinos con valor agregado y bien planificados, con lo que también se incrementan las posibilidades de que se detenga la desinformación y el poco control de estos destinos.

Los resultados de la matriz GEPO arrojan información muy importante, misma que nos permite concluir que los destino emergentes con sus atractivos no puede venderse por sí solos al mercado nacional e internacional, sin un buen proyecto de investigación y planeación, hasta es necesario realizar un anclaje a un destino consolidado para generar un vínculo que

relaciona las actividades y las vuelva más llamativas para los cliente para que cuando sea visitado de forma pasajera un destino se logre un retorno de un porcentaje de los turistas que pasaron.

Al generar un interés por el uso de una nueva herramienta que facilite la evaluación de los destinos emergentes, permite que más personas conozcan los territorios y la demanda por conocerlo más a profundidad también crezca. Al motivar a los encargados en investigar esta clase de destinos permite que se dé a conocer de forma indirecta los pasos y el proceso de planeación para así dinamizar la economía del sector mediante una serie de encadenamientos productivos.

La dinámica de este estudio es indagar y estudiar la estrategia de la evaluación de destinos emergentes, por lo que se concluye que la ruta propuesta es adecuada y es necesario reevaluar todas las matrices para generar más conocimiento entre ellas.

Se recomienda a las autoridades gubernamentales, provinciales y nacionales realizar mayor énfasis en la promoción del uso de matrices evaluativas en destinos emergentes, ya que esto permite que los turistas tengan más opciones para visitar durante el camino y así se den a conocer estos destinos rezagados. Para alcanzar mayores resultados derivados de la matriz, se recomienda a los actores privados unirse y trabajar juntos en pro de un desarrollo local, ya que al existir una mayor afluencia de turistas se genera un encadenamiento productivo del cual se benefician todos, por el contrario, si se continúa manejando la actividad de forma individual es probable que los resultados no logren el retorno adecuado de turistas.

Bibliografía

Antioquia es Mágica. (s.f.). Mutatá. Antioquia es mágica.

<https://turismoantioquia.travel/mutata/>

Alcaldía Municipal de Guasca Cundinamarca. (2018). El turismo en Guasca. Alcaldía Municipal de Guasca Cundinamarca. <http://www.guasca-cundinamarca.gov.co/turismo-636746/el-turismo-en-guasca>

Albuquerque, F. (2003). FLACSO Andes. teoría y práctica del enfoque del desarrollo local: <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/teoria-y-practica-del-enfoque-deldesarrollo-local>

Abdelati M, B., & Bramwell, B. (2015). Tourism Product Development and product diversificación in destinations. *Tourism Management*.

Báez, M. D. C. S., Perea, P. J. R., & Sandoval, F. C. (2016). Destinos turísticos emergentes y empoderamiento del mundo rural: las divergencias y convergencias en las políticas turísticas. *International journal of scientific management and tourism*, 2(2), 467-487.

Blancas, J.; Guerrero, C. F. M. y Lozano. O. M. (2009). La localización espacial en la planificación del turismo rural en Andalucía: un enfoque multicriterio. *Rev. Estudios Reg.* 84:83-113

Benseny, G., 2007. El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en el espacio litoral. *Aportes y Transferencias*, 11(2), pp. 13-34.

Camara, C. J., & Morcate Labrada, F. D. L. Á. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48-67.

Casalderrey, N. G., Garcia, J. A., Mach, A. P., & Fernández, Ó. V. (2018). De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *Ara: Revista de investigación en turismo*, 8(2), 25-34.

Chaviano, E. L. M. y Aro, Y. H. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en cuba. *Teoría y Praxis*. 4:161-180

Correa, J. (2006). El método DOFA. Trabajo de la especialización en alta gerencia. Universidad de los Andes de Colombia.

Do Nascimento, E. P., & Costa, H. A. (2012). factores de inserción socioeconómica en destinos turísticos emergentes. estudios y perspectivas en turismo.

Enríquez, M. M. A.; Osorio, G. M.; Franco, M. S.; Ramírez, D. L. O. I. L. y Nava, B. G. (2010). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos del parque estatal Sierra de Nanchititla, Estado de México. El Periplo Sustentable. 18:7-35.

Franco-Maass, S.; Osorio-García, M.; Nava-Bernal, G. y Regil-García, H. H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Estudios y Perspectivas en Turismo. (18):208-226.

Gallardo García, G. (2013). Evaluación del potencial turístico de las playas del departamento del Atlántico-Colombia, desde la perspectiva ambiental.

Guerrero, Á. R. (2019). Planeacion estrategica para el desarrollo sustentable en el sector turistico. Journal of business and entrepreneurial studies.

Juárez, I. D.; Tablada, M. E. N.; López, F. G.; Albarado, J. C. G. y Fajersson, P. (2008). Potencial para turismo alternativo del municipio de Paso de Ovejas, Veracruz. Trop. Subtrop. Agroecosys. 2 (8) :199-208.

Henderson (1973). The Experience Curve-Reviewed. IV. The Growth Share Matrix of the Product Portfolio. Boston: Consulting Group.

Humphrey, A., & Lie, B. (2004). Análisis de matriz DOFA. <https://www.academia.edu/download/45320229/AnalisisFODAyPEST.pdf>.

Hunter, C. (2002) "Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective". In: Harris, R.; Griffin, T.; Wall, G. (eds). Sustainable Tourism: a global perspective. Butterworth-Heinemann, Oxford.

Ielenicz, M. and Comănescu, L. 2009. România, Potențial turistic. Ed.Universitară. 464 p. [[Links](#)]

Ley General del Turismo, [L.G.T], Modificada, Modificado por el Art. 4 de la Ley 2068 de 2020, (Colombia).

Marín-Yaseli, M. L. y Nogués, B. D. (2001). La potencialidad turística del medio natural en el lic de las sierras ibéricas riojanas mediante evaluación multicriterio. *Zubía Monográfico*. (13):227-240.

Mendoza, M. E. Z. (2022). Comportamiento del turismo del destino turístico La Libertad, frente a la pandemia de COVID 19: caos y orden. Savez Editorial.

Mendoza, D., Gutiérrez, M., Hernández, A., Luna, M., Rodríguez, J., & Villarreal, D. (2014). Introducción al sistema turístico: Una aproximación a los conceptos 109 generales. Nicoya, Costa Rica: Universidad Nacional de Costa Rica. file:///C:/Users/dami_/Downloads/LibroIntroduccinalSistemaTurstico.pdf

Moreno Gil, S., & Celis-Sosa, D. F. (2003). La calidad en los destinos turísticos emergentes de todo incluido: el caso de República Dominicana. *Estudios y Perspectivas en Turismo*.

Muntele, I. and Iașu, C. 2006. Geografia turismului. Concepte, metode și forme de manifestare spatio-temporală. Ed. Sedcom Libris. Segunda edición. 302 p. [[Links](#)]

OLIVEIRA, M. F. S.; OLIVEIRA, O. J. R. Estado e turismo: trajetórias do caso baiano. *Caderno Virtual de Turismo*, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 384-398, dez. 2012.

Organización de los Estados Americanos (OEA). (2005). Estudio de diagnóstico de la cuenca del río San Juan y lineamientos del plan de acción. Gobierno de costa rica, gobierno de nicaragua. <https://www.oas.org/dsd/publications/Unit/oea05s/begin.htm>.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). Manual de desarrollo de productos turísticos. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414154>

Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El periplo sustentable*, (31).

Reyes-Pérez, Ó.; Vázquez-Solís, V.; Reyes-Hernández, H.; Nicolás-Caretta, M. y Rivera-González, J. G. (2012). Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 12 (38):249-275.

Sanahuja, J. A. (2019). La Agenda 2030 y los ODS: sociedades pacíficas, justas e inclusivas como pilar de la seguridad.

Sergio. G, et al (2015, abril 18). Influencia de los postulados de Taylor y Fayol en el desarrollo de las técnicas modernas de administración [Tesis de pregrado]. Universidad Francisco De Paula Santander, Ocaña, Colombia

Toselli, C. (2009). Programa de fortalecimiento a destinos turísticos emergentes: un análisis desde la visión del desarrollo endógeno. *Gestión Turística*, (12), 109-124.

***Estimado estudiante diligencie todos los campos de la ficha.**

TITULO COMPLETO DEL TRABAJO DE GRADO

MATRIZ GEPO: HERRAMIENTA PARA LA MEDICIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN DESTINOS EMERGENTES

AUTORES

Apellidos completos

Nombres completos

CORREA MURCIA

JUAN DAVID

TUTOR DE TRABAJO DE GRADO

Apellidos completos

Nombres completos

GUATAVITA ORDOÑEZ

LAURA XIMENA

EVALUADOR TRABAJO DE GRADO

Apellidos completos

Nombres completos

RODRIUEZ GOMEZ
OLARTE RODRIGUEZ

JUAN CARLOS
INGRID CAROLINA

PROGRAMA ACADÉMICO

Nombre del programa

**Tipo de programa
(marque con una x)**

ADMINISTRACION TURISTICA

Pregrado

X

Especialización

Maestría

Linea de Investigación

**Modalidad de Grado
(marque con una x)**

GESTION ADMINISTRATIVA

Misión académica

Proyecto de Investigación

X

Emprendimiento

Semillero de Investigación

Diplomado

CIUDAD

**AÑO DE PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE GRADO**

NÚMERO DE PÁGINAS

BOGOTA

2023

53

PALABRAS CLAVES

Español


Inglés

Turismo, destinos emergentes, potencial turístico, desarrollo turístico y matriz evaluativa.

Tourism, Emerging destinations, Potential, Geography, Structure, Population and Supply

RESUMEN (Máximo 250 palabras)

Este proyecto de investigación destaca la importancia de abordar el turismo desde una perspectiva dinámica e integradora. La pregunta de investigación planteada es: ¿Cómo reconocer el potencial turístico en destinos emergentes? Para abordarla se propone la matriz GEPO, una herramienta especializada en la evaluación cuantitativa del potencial turístico de un destino emergente, la cual por medio de la evaluación de 4 factores: Geografía, Estructura, Población y Oferta reúnen la información necesaria para brindar un análisis acerca del destino a estudiar y su potencial de desarrollo turístico en el territorio. El objetivo es generar nuevos insumos para analizar la construcción social del turismo en territorios emergentes y ampliar el conocimiento sobre el desarrollo turístico sostenible. La investigación se hizo mediante la revisión de fuentes bibliográficas y se adoptaron algunas ideas de diversos autores como Roberto Boullon, Sergio Molina, Henry Fayol y Adam Smith, así como también se realizaron interpretaciones propias sobre ciertos conceptos

	LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA PUBLICAR Y COMPARTIR LA CONSULTA Y USO EN EL REPOSITIO.	Código: INV-FM-013
		Versión: 1.0
		Página: 1 de 3

Bogotá D.C., _____ 14 de agosto 2023 _____

Términos aplicados a la licencia general para publicar y difundir obras en el repositorio institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El (los) suscrito (s) a continuación declara(n) que es el titular (es) de los derechos de propiedad intelectual objeto de la presente cesión en relación con la obra aquí descrita

Juan David Correa Murcia _____ con C.C. N° __1000178875

actuando en calidad de autor(es) de la (obra): MATRIZ GEPO: HERRAMIENTA PARA LA MEDICIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN DESTINOS EMERGENTES _____


Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia trabajo académico en formato digital o electrónico.

Objeto y fines de la cesión:

Bajo los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables y con el fin de dar la máxima difusión posible de la obra mencionada a través del repositorio institucional y demás herramientas de visibilidad académica existentes de la Universidad, el (los) autor(es) cede(n) a la Fundación Empresarial Uniempresarial de **forma no exclusiva, limitada y gratuita** para la presente licencia y de la licencia de Creative Commons con que se publica para:

- Publicar la obra de forma abierta y con acceso libre en el Repositorio institucional de la Universidad en el formato en el que lo requiera (impreso, digital, electrónico o cualquier otro conocido o por conocer) y en las demás herramientas de visibilidad académica y científica existentes y futuras por el plazo máximo legal y con ámbito universal. Además, entiende(n) que circulará en internet a un alcance mundial.
- Autorizar a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- A transferir y convertir la obra a cualquier formato y medio para propósitos de preservación digital.

Derechos del autor:

	LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARA PUBLICAR Y COMPARTIR LA CONSULTA Y USO EN EL REPOSITIO.	Código: INV-FM-013
		Versión: 1.0
		Página: 1 de 3

El autor como titular de la obra y por aceptar depositar el documento en el repositorio tiene derecho a:

- A que sea identificada claramente su nombre como autor o como propietario del documento.
- Comunicar y dar visibilidad a su obra en esta y posteriores versiones en los medios que considere oportunos.
- Solicitar la retirada de la obra por causa justificada. Para tal efecto es importante que se comunique con el área encargada.
- Recibir notificaciones por parte de terceras personas a fin de reclamación de su obra relativas al derecho de autor.
- A reclamar sus derechos a terceras personas sobre sus derechos autor.

Deberes del autor:

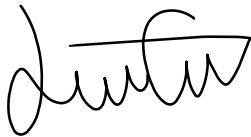
El autor se compromete a:

- A no infringir ningún derecho legal de propiedad industrial, intelectual o de cualquier otra a terceros.
- Garantizar que su obra cuenta con los derechos a la intimidad, a la imagen a otros.
- A asumir toda la responsabilidad legal, eximiendo a la Universidad por los daños causados a terceros.

Para constancia se firma el presente documento en ___Bogota D.c ___, el año ___2023___ del mes ___8___ a los ___14___ días.

FIRMA

Firma



C.C. ___1000178875___

Otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red,

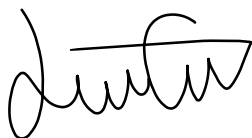
Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en ___Bogota D.c __, el año ___2023___ del mes ___8___ a los ___14___ días.

FIRMA



C.C. ___1000178875_____