



**CONDICIÓN Y POTENCIALIDAD  
TURÍSTICA: UNA EXPLICACIÓN  
TEÓRICA PARA SU APLICACIÓN  
PRÁCTICA<sup>37</sup>**

**CONDITION AND TOURIST  
POTENTIAL: A THEORETICAL  
EXPLANATION FOR ITS PRACTICAL  
APPLICATION**

Mercedes Elena Zapata Mendoza<sup>38</sup>

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup> Derivado del proyecto de investigación: Condición y Potencialidad Turística: una Explicación Teórica para su Aplicación Práctica.

<sup>38</sup> Dra. en Ciencias del Desarrollo Social, Universidad Nacional de Trujillo, Licenciada en Turismo, docente de la Escuela Profesional de Turismo – Facultad de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Trujillo – Perú. elenazapata21ezm@gmail.com.

<sup>39</sup> Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. [www.rediees.org](http://www.rediees.org)

## 5. CONDICIÓN Y POTENCIALIDAD TURÍSTICA: UNA EXPLICACIÓN TEÓRICA PARA SU APLICACIÓN PRÁCTICA<sup>40</sup>

Mercedes Elena Zapata Mendoza<sup>41</sup>

### RESUMEN

Este documento es una propuesta teórica, en el ámbito de la investigación en turismo y pretende contribuir con el esclarecimiento y definición de dos variables que se vienen usando en las investigaciones turísticas descriptivas, en los últimos años, como son: la condición y la potencialidad turística.

Se abordó el entendimiento de ambas, desde los aspectos básicos, como la etimología, la lexicografía de la lengua española y la definición filosófica; información de partida que permite entender el origen y definición primigenia, tanto de condición, como de potencialidad, para luego proponer una definición en el ámbito turístico de cada una de éstas, considerando como punto de partida al destino turístico, escenario en el que convergen ambas posibilidades; llegando asimismo hasta la determinación de sus tipos y componentes, con la finalidad de ampliar el conocimiento de los mismos, para su uso eficiente de manera práctica.

---

<sup>40</sup> Derivado del proyecto de investigación: Condición y Potencialidad Turística: una Explicación Teórica para su Aplicación Práctica.

<sup>41</sup> Dra. en Ciencias del Desarrollo Social, Universidad Nacional de Trujillo, Licenciada en Turismo, docente de la Escuela Profesional de Turismo – Facultad de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Trujillo – Perú. elenazapata21ezm@gmail.com.

## ABSTRACT

This document is a theoretical proposal in the field of tourism research and aims to contribute to the clarification and definition of two variables that have been used in descriptive tourism research, in recent years, such as: the condition and tourism potentiality.

The understanding of both was approached, from the basic aspects, such as the etymology, the lexicography of the Spanish language and the philosophical definition; starting information that allows us to understand the origin and original definition, both of condition and potentiality, to then propose a definition in the tourism field of each of these, considering the tourist destination as a starting point, a scenario in which both possibilities converge; also reaching the determination of their types and components, in order to expand the knowledge of them, for their efficient use in a practical way.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo, Destino turístico, Condición turística, Potencialidad turística.

**Keywords:** Tourism, Tourist destination, Tourist condition, Tourist potentiality.

## INTRODUCCIÓN

El Turismo es una actividad que se manifiesta profesionalmente en el siglo XIX a través de la participación del empresario Thomas Cook en la generación de la idea de organizar viajes con valor económico y dirigidos a un público definido; a partir de este hecho la actividad turística se ha desarrollado ampliamente desde el punto de vista de las apariencias y no de las esencias, es decir este fenómeno se desarrolla y se manifiesta de manera práctica en Europa, para luego ser replicada en el mundo entero, generando procesos, herramientas, establecimientos y servicios, para atender a los clientes que empezaron a ser llamados turistas, dando como resultado una actividad polisémica y dejando de lado la construcción de la teoría turística.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) determina que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (OMT, 2021)

A partir de esta definición podemos establecer elementos centrales en la ejecución y definición del turismo, siendo así todo el hecho turístico ocurre en el escenario físico de un destino, el que cuenta con valores que atraen a los visitantes, empresas que prestan servicios y turistas que hacen posible todo este hecho.

El turismo ha evolucionado principalmente como actividad comercial, gracias a su gran capacidad generadora de divisas, convirtiéndose en una actividad prioritariamente económica, que genera, además, importantes beneficios culturales y ambientales cuando es desarrollado de manera sostenible. “El turismo es un fenómeno de gran trascendencia económica, social y cultural y una actividad económica transversal, de difícil delimitación, de la que aún se desconoce su dimensión económica de forma precisa” (Sáez, 2014).

Luego de la consolidación de la actividad turística como una de tipo comercial, aparecen las iniciativas para investigar los hechos turísticos a nivel científico, a causa de la

profesionalización del turismo, lo que genera una corriente de investigación en el ámbito del fenómeno, en ejes temáticos relacionados con la oferta y demanda turística, principalmente.

La investigación supone una herramienta necesaria en todos los procesos de crecimiento y desarrollo tecnológico de las empresas y sectores económicos, no sólo para aquellos de fuerte contenido industrial, sino para todos los que deben adaptarse a las nuevas exigencias del mundo actual. Ello debe además abordarse desde la doble perspectiva de la **investigación básica**, como generadora de conocimientos en forma propia, y de la **investigación aplicada**, donde esos conocimientos son puestos en práctica con fines comerciales. En definitiva, la investigación conduce a la modernización de las estructuras productivas y a la integración en estas estructuras de los cambios tecnológicos que actúan sobre el sector. (Sancho et al, 2001)

Como se puede notar hace 20 años, la OMT a través del estudio liderado por Sancho, se viene preparando para emprender el proceso de investigación en el ámbito turístico, indicando el valor de la investigación, tanto básica como aplicada, ya que se reconoce la importancia empírica del turismo, pero al mismo tiempo se detectan los vacíos que se tenía y aún se sigue teniendo como disciplina científica en los ámbitos de la teoría y la metodología turística.

La investigación en turismo se ha desarrollado con mayor énfasis en los últimos 20 años, fomentada por la profesionalización de la carrera a nivel universitario, lo que genera la necesidad de estudiar el fenómeno turístico desde el punto de vista científico, enfrentando así el reto de ser investigado científicamente, cuando aún no es considerado una ciencia; pero en el entendido de que todo aquello que existe en la realidad, puede ser sometido a pesquisa científica, fue posible iniciar el proceso de investigación en este ámbito.

Gemelli (2020) en su artículo, *La investigación en turismo*, pone en relevancia cada uno de los hechos más significativos de la investigación en turismo desde los años 1940, hasta la actualidad; inicia destacando el gran aporte que han desarrollado los profesionales de otras disciplinas al conocimiento del hecho turístico, como los economistas Kurt Krapf y Walter Hunziker, de la universidad de Berna y St. Gallen (Suiza), quiénes fueron los primeros en organizar la enseñanza e investigación en turismo.



En este mismo documento se destaca la gran trascendencia de Francia y España en la construcción de una línea de estudios turísticos, enfatizando en cada acción la importancia y necesidad de las investigaciones turísticas para consolidar la profesión desde el punto de vista académico y científico; la autora considera un hito histórico, la publicación de la revista científica PASOS en el año 2003, editada por el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de la Laguna, España y el Instituto Universitario de Maia IMAI Portugal, iniciándose con este hecho la publicación de hallazgos científicos en este ámbito profesional del turismo.

Un importante impulso para la investigación turística en América Latina fue la creación en 1974 en la ciudad de México del Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) dependiente de la Organización de Estados Americanos, que fuera dirigido por Roberto Boullon. En este espacio confluyeron durante más de diez años los principales especialistas en turismo de Latinoamérica y se generaron marcos conceptuales y metodológicos pertinentes para la investigación del turismo en la región. (Gemelli, 2020).

El inicio de la investigación en turismo en Latinoamérica ha estado impulsado por esta importante organización académica, que impartió formación técnica profesional a muchos representantes del turismo en la región, profesionales que transmitieron lo aprendido en sus países, fomentando el interés por el estudio de sus realidades turísticas; recordemos que uno de los grandes aportes de CICATUR para el Perú y Latinoamérica es la primigenia categorización de recursos turísticos de los destinos, principal interés de investigación, antes de iniciar el desarrollo turístico de un pueblo.

Por otro lado, Bertoncello (2010) plantea que luego de la revisión de las investigaciones en turismo en los últimos tiempos se encuentran cuatro grandes tradiciones en el estudio del turismo que son : a) La perspectiva económica: “ el turismo como negocio”; b) El sistema turístico y las estadísticas; c) La Planificación y gestión del turismo; d) La alarma por los impactos negativos.

Bertoncello, muestra estos ejes de investigación turística, basado en las variables más frecuentes de estudio del turismo, en ese sentido los profesionales y estudiantes del área,

enfrentan una realidad de investigación diversa y multifacética que claramente alude con mayor énfasis al aspecto económico del turismo, su manejo y gestión y los impactos que ésta genera en el medio; se considera que es una forma acertada de organización de los estudios científicos en turismo, pues muestra las necesidades de investigación para el desarrollo de la actividad.

Para contribuir con la reflexión de esta temática, se plantea que las investigaciones en turismo, también se podrían organizar en dos grandes aspectos, teniendo en cuenta el tipo de destino donde se genera el turismo, siendo de la siguiente manera: a)

*Investigaciones turísticas en destinos emergentes:* las investigaciones de destinos que no tienen desarrollo turístico, pero que poseen valores que le permitirían en el futuro desarrollarse efectivamente, por lo que se requieren estudios descriptivos del potencial que poseen los destinos, con la finalidad de generar información base para futuras propuestas de intervención y desarrollo turístico. b) *Investigaciones en destinos desarrollados:* en un segundo plano se encuentran los destinos desarrollados, en los que se requieren investigaciones para medir impactos del turismo en el ámbito social, económico y ambiental, con la finalidad de reconocer el verdadero aporte de la actividad turística en las comunidades y el territorio y del mismo modo identificar procesos exitosos o deficientes para ser tomados en cuenta en otras realidades.

El Turismo en el Perú podría encontrar su antecedente más remoto en el descubrimiento científico de Macchu Picchu, por Hiram Bingham en 1911, a partir de allí, se generó un indiscutible desarrollo de acciones que han promovido esta actividad en el país; podríamos destacar que la formación en turismo, tiene una corta presencia en el ámbito nacional, en 1940 se crea la primera escuela de guías de turismo, la llamada escuela de Cicerones y es hasta 1964 que se inaugura la primera escuela de turismo de nivel universitario, en la universidad San Antonio Abad del Cuzco y a partir de allí se establece un número significativo de universidades que ofrecen la carrera de turismo en el país. Teniendo claro que las funciones centrales de la universidad es la formación profesional, la responsabilidad social universitaria y la investigación científica, la carrera de turismo, tuvo que cumplir con estos requisitos, iniciándose así el estudio del turismo con base en el método científico.

En el norte del Perú, podemos mencionar a la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo, creada en 1993, fomentando la investigación científica del turismo, a partir de la primera promoción de estudios, por lo que se fueron generando investigaciones, con el propósito de graduación de los estudiantes, como parte del quehacer institucional, éstas investigaciones tanto de la Universidad Nacional de Trujillo, como de otras universidades públicas y privadas que fueron incorporándose a la labor académica desde el ámbito turístico, han desarrollado con énfasis en sus primeros años, investigaciones exploratorias sobre las cualidades que los destinos emergentes poseían, para ponerlos en relevancia y aportar a su futuro desarrollo, a partir de ese conocimiento, años después fueron desarrollándose destinos que ameritaron estudios de impactos, evaluando el desempeño de la actividad turística frente a la mejora de la calidad de vida de las comunidades, la conservación de los recursos, la salvaguarda de la cultura y la rentabilidad económica empresarial y pública.

El primer aspecto relacionado con investigaciones dirigidas a reconocer las cualidades de los destinos emergentes para su desarrollo futuro, han venido haciendo uso de conceptos como la condición y la potencialidad, generando estudios de condiciones o potencialidades turísticas de manera frecuente. Así, el interés de este artículo es definir con amplitud y en diferentes flancos, a la condición y potencialidad turística, que son conceptos muy usados en este proceso de investigación de la espacialidad, pero con poco tratamiento teórico, por lo que se pretende llenar algo de este vacío, con la finalidad de ampliar el entendimiento de la actividad, engrandecer la teoría propia de la disciplina y proceder de manera técnica en estudios científicos que involucren el uso de los dos conceptos antes mencionados

### **Acepciones del concepto condición y potencialidad**

El abordaje teórico de estos conceptos debe iniciar en el aspecto etimológico en el que encontramos lo siguiente: Condición viene “Del latín *conditio*, forma sustantiva abstracta de *condits*, preparado, compuesto, participio de *condire*, fabricar, construir” (Barcia, 1880).

Conditio, un elemento, un condimento, una sustancia y *condire* el verbo que hace referencia a creación o fabricación de algo, con base en lo primero; ambas voces podría

interpretarse como el conjunto de sustancias que sirven para fabricar o construir algo, dejando como premisa la idea de que sin a no existe b, es decir, se establece una relación condicional, una situación que determina que debe existir un elemento indicado, para la creación de otro de mayor calidad o cantidad.

Para Barcia (1980) la condición es: “ La naturaleza, constitución o propiedad de las cosas (...) calidad o circunstancia con que se hace o promete alguna cosa (...) Dícese de aquella sin la cual no se hará una cosa o se tendrá por hecha ” (Pp. 985-986)

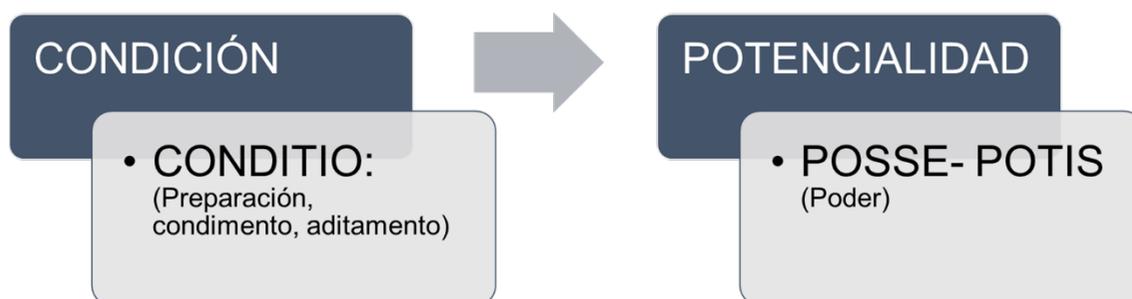
Entonces, la condición puede ser entendida, desde sus orígenes etimológicos, como un elemento sin el cual no se cumple una acción futura, es decir, es la situación o unidad inicial para el desarrollo de un hecho.

Mientras que la potencialidad según Anders (2021):

Determina que “la palabra “potencial” está formada con raíces latinas y significa “relativo al que tiene el poder de realizar una acción”. Sus componentes léxicos son *posse* y *potis* (poder)”. Barcia (1894) manifiesta que la potencialidad es “La manera o capacidad de la potencia, independiente del acto. Equivalencia de una cosa, respecto de otra, en virtud y eficacia”

La potencialidad, en cambio, se refiere al poder que un elemento, persona o lugar, posee y que le puede dar la oportunidad de desarrollar una situación nueva a partir de ese poder identificado.

**Figura 1. Resumen de la etimología de los conceptos condición y potencialidad**



Desde el aspecto filosófico, la condición puede entenderse de la siguiente manera:

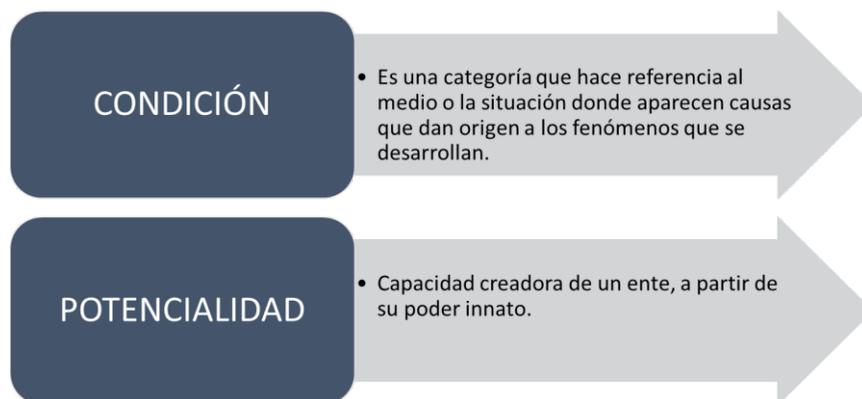
Categoría filosófica que expresa la relación del objeto con los fenómenos que le rodean, sin los cuales no puede existir. El objeto mismo aparece como algo condicionado, mientras que la condición aparece como la multiplicidad del mundo objetivo, externa al objeto. A diferencia de la causa, que engendra directamente tal o cual fenómeno o proceso, la condición constituye el medio, la situación en que éstos surgen, existen y se desarrollan. El hombre cuando conoce las leyes de la naturaleza puede crear condiciones favorables para su actividad y eliminar las desfavorables. Las condiciones influyen sobre los fenómenos y procesos, pero ellas mismas sufren la acción de unos y otros. (Rosental y Iudin, 1971)

Desde el punto de vista de la definición filosófica, la condición es una categoría que hace referencia al medio o la situación donde aparecen causas que dan origen a los fenómenos que se desarrollan; siendo así, la condición es un elemento contextual, primigenio, que da pase al desarrollo de un nuevo elemento que se puede manifestar en la naturaleza, la sociedad o el pensamiento.

La Potencialidad, en cambio, puede entenderse de la siguiente manera: Ferrater (1964) “la potencia es el poder que tiene una cosa de producir un cambio en otra cosa, según otra, la potencia es la potencialidad residente en una cosa de pasar a otro estado” (p.459).

El término potencialidad, como ya se ha visto, deviene de la palabra poder o potencia, en tal sentido queda claro que filosóficamente este concepto se refiere a la capacidad creadora de un ente, para generar una realidad nueva a partir de su poder innato.

**Figura 2. Resumen de la definición filosófica de los conceptos condición y potencialidad**

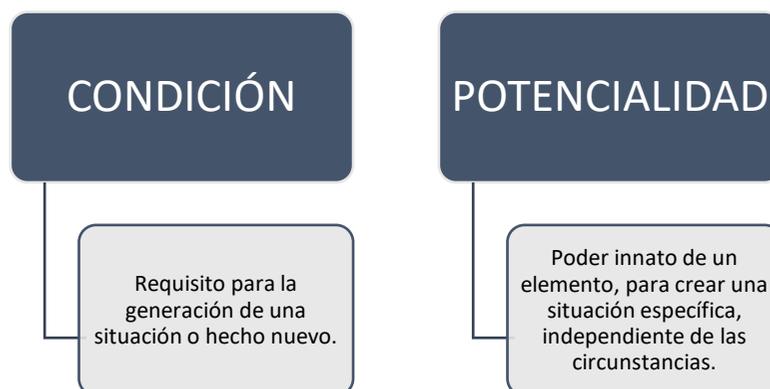


Según el Diccionario de la Lengua Española “la condición en una situación o circunstancia indispensable para la existencia de otra” (RAE, 2021)

De manera general, entonces la condición es un concepto que hace referencia a un elemento que es una cláusula, un requisito para la generación de una situación o hecho nuevo, sin el cual existen limitaciones para desarrollarse.

Mientras que la potencialidad es definida, como: “la capacidad de la potencia independiente del acto” (RAE, 2021). La potencialidad es la energía, capacidad o poder innato de un elemento, para crear una situación específica, no dependiendo ésta de las circunstancias externas a ese potencial.

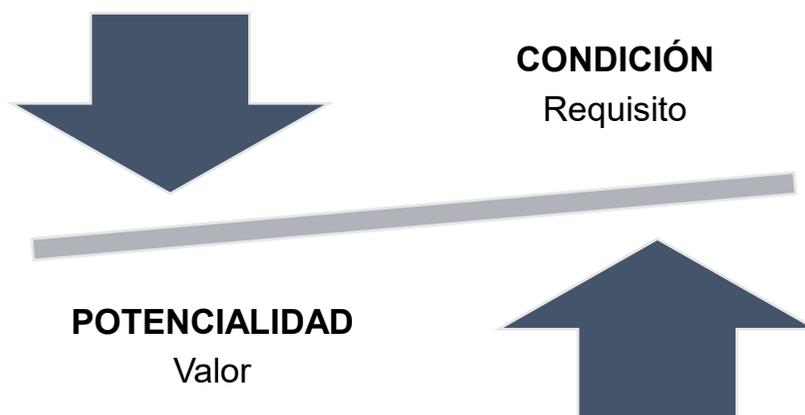
**Figura 3. Resumen de la definición general de los conceptos condición y potencialidad**



Para llegar a las definiciones de los conceptos en estudio, debemos conocer las diferencias centrales entre ambos, así podemos mencionar que luego de todo el abordaje

teórico preliminar, establecemos que la condición en esencia es un requisito\_ que hay que cumplir y, por lo tanto, este se encuentra estipulado por alguien ajeno al proceso de cumplimiento de la misma; mientras que la potencialidad es un valor, es decir una cualidad propia de una entidad, que le permite acceder a futuras transformaciones positivas en virtud de su posesión.

**Figura 4. Resumen de la diferencia central, entre los conceptos estudiados**



### **Propuesta de definición de la condición y potencialidad turística**

Se ha podido ver entonces en los caminos de la etimología, la filosofía y la lengua, las definiciones de estos dos conceptos que suscitan el desarrollo de este documento y así se puede plantear una propuesta de definición, desde el punto de vista turístico, con base en lo antes desarrollado.

Para tal situación tenemos que establecer la solución de una duda, ¿en qué escenario se dan las condiciones o potencialidades turísticas?, una respuesta inmediata sería en el destino turístico, que es definido de la siguiente manera:

Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquieren 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 característica integral (Valls, 2004, pp. 18-19)

El destino turístico es la unidad territorial pequeña, mediana o grande en la que se desarrolla la actividad turística, posee significativos y particulares valores ambientales y culturales, así como debe contar con requisitos básicos de servicios e infraestructura para la satisfacción de los turistas.

Pero se debe establecer que el destino turístico es un elemento en el proceso de la creación turística, pues para que exista destino, debe existir asimismo un espacio emisor en el que se encuentra la demanda interesada en la vivencia turística, en un lugar diferente al de su residencia, es por esta razón que debemos englobar el concepto de espacio dentro de un aspecto mayor, que es el sistema turístico.

Cavassa (2006) “El fenómeno turístico considerado como sistema integra elementos materiales, humanos, técnicos y económicos, los cuales presentan una estructura bien definida a la que se llama sistema turístico”

Para la definición de los términos condición y potencialidad, es importante considerar el enfoque de sistemas, pues nos ayuda a entender la conectividad que existe tanto entre los aspectos territoriales, por ende, físicos y los procedimentales, por ende, inmateriales, los que en conjunto permiten una experiencia turística favorable para la comunidad, los empresarios y los turistas.

Para Leiper (1979 citado por Sáez, 2014):

El conocido modelo de Leiper presenta de una forma sencilla, los elementos e interrelaciones fundamentales del turismo, es decir, el sistema turístico geográfico. Facilita la percepción del turismo como un sistema complejo, en el que pueden identificarse las distintas partes y los vínculos que se establecen entre ellas. (Pp.25-26)

Leiper propuso un modelo de sistema turístico, compuesto de cinco elementos, que comprenden tres elementos geográficos: la región de origen del viajante (el origen o el ambiente usual de convivencia del viajante), una región de tránsito que intercomunica el origen con el destino, y la región del destino turístico.

Los otros dos elementos son el turista y la industria del turismo y de los viajes (Centro de información turística, medios de hospedaje, etc.).(Panosso & Lohmann, 2012)

Entender al turismo como sistema, reafirma la necesidad de concatenación de esta actividad, no solo entre territorios, sino también entre actores del turismo, con la finalidad de gestionar experiencias de viaje que beneficien tanto a turistas como a comunidades, empresario y gestores públicos.

En función de estos elementos preliminares, podemos determinar que las condiciones y potencialidades turísticas se encuentran prioritariamente en el territorio del destino, mientras que fuera de este escenario también existen elementos que pueden ser considerados como tal y que en conjunto forman el sistema turístico de un país, región o pueblo.

En vista de que la condición, es un requerimiento y en el ámbito del turismo está vinculada al destino, podemos entonces definir a la condición turística, como:

Requisito o conjunto de requisitos internos y externos, con los que debe cumplir un destino, para acceder al mercado como producto turístico y satisfacer las necesidades de los ofertantes y demandantes, en un entorno de equilibrio de uso.

Debemos mencionar que los requisitos para desarrollar un destino pueden estar estipulados con claridad por parte de los organismos que dirigen la actividad turística de un país o pueden estar asumidos de manera consuetudinaria por los actores de la actividad turística de los pueblos, así podemos mencionar por ejemplo que para el caso del Perú, se cuenta con el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025 , el que plantea la misión y visión del turismo peruano, encontrando de manera no explícita lo que necesita el país hoy, para lograr la visión siguiente: “El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro”, a través del cumplimiento de la siguiente misión: “Establecer los pilares estratégicos para consolidar al Perú como un destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, el turista viva experiencias únicas que generen oportunidades para el desarrollo económico y social del país”. (MINCETUR, 2016)

De la misión podemos rescatar que los requisitos que requiere el país para ser un destino turístico competitivo son, la oferta diversa y oportunidades de desarrollo; podemos

así establecer que la oferta diversa incluye tanto a los atractivos como a los servicios, que deben generar experiencias únicas en los visitantes; mientras que dentro de las oportunidades para el desarrollo económico y social se encuentran la accesibilidad, la superestructura, la comunidad y la demanda.

Asimismo, podemos determinar que las condiciones turísticas no se presentan de una sola manera, sino que podrían manifestarse en dos tipos claramente definidos que están en relación con el criterio del origen del requisito, en concordancia con la existencia del destino y estas son las condiciones turísticas externas y condiciones turísticas internas.

Las condiciones turísticas internas hacen referencia a requisitos básicos y propios del destino y vendrían a ser los atractivos y la comunidad receptora; mientras que las condiciones turísticas externas, son aquellas que se desarrollan fuera de la existencia singular del destino, las que son adicionadas a las cualidades propias del mismo y que en conjunto, llevan a cabo la actividad, entre las que tenemos a la demanda, la superestructura, la planta y la accesibilidad turística.

**Tabla 1. Propuesta de definición, tipos y elementos de la condición turística**

CONDICIÓN TURÍSTICA	TIPOS	ELEMENTOS
<i>Requisito o conjunto de requisitos internos y externos, con los que debe cumplir un destino, para acceder al mercado como producto turístico y satisfacer las necesidades de los ofertantes y demandantes, en un entorno de equilibrio de uso.</i>	INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los atractivos.</li> <li>2. La comunidad.</li> </ol>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. La demanda.</li> <li>4. La superestructura.</li> </ol>

	EXTERNOS	<p><b>5.</b> La planta turística.</p> <p><b>6.</b> La accesibilidad.</p>
--	----------	--

Mientras que la potencialidad turística puede definirse como:

El conjunto de atributos inherentes al destino, de tipo natural y cultural, que tienen el poder de desarrollar productos turísticos diferenciados, capaces de particularizar al destino dentro de los mercados turísticos y atraer segmentos de demanda especializados.

Es necesario puntualizar que un valor o una cualidad es un elemento que le pertenece y caracteriza a una persona u objeto, de ese modo las cualidades del destino vendrían a ser sus aspectos naturales y socioculturales; los que turísticamente pueden estar traducidos en atractivos, que no son más que el elemento que define la experiencia de viaje, es por el atractivo que un turista toma la decisión de salir de su lugar de residencia a conocer un destino nuevo.

Los atractivos son los imanes que hacen posible el desplazamiento turístico. Sin un atractivo no existe turismo, por lo cual aquellos destinos que no cuentan con algún elemento especial de atracción no dudan en crear uno si cuentan con las condiciones necesarias en el mercado. (...) Los atractivos se crean a partir de un recurso, y la industria turística, mediante el agregado de facilidades (alojamiento, alimentación, infraestructura para la realización de actividades recreativas, entre otros) y un transporte de aproximación, los transforma en productos. (Del Acevo & Schluter, 2012,p.48)

Entre tanto, podemos determinar los siguientes tipos de potencialidades, que han sido definidas a partir del criterio de tipos de atractivos existente en el destino, los que serían *potencialidades turísticas naturales*, en las que se encuentran los recursos bióticos y abióticos del destino; mientras que en las *potencialidades culturales*, tenemos a las manifestaciones culturales, materiales (bienes muebles e inmuebles) y las inmateriales; así

como la comunidad receptora que es depositaria, promotora y agente de salvaguarda de la cultura inmaterial.

**Tabla 2. Definición, tipos y elementos de la potencialidad turística**

POTENCIALIDAD TURÍSTICA	TIPOS	ELEMENTOS
<i>El conjunto de atributos inherentes al destino, de tipo natural y cultural, que tienen el poder de desarrollar productos turísticos diferenciados, capaces de particularizar al destino dentro de los mercados turísticos y atraer segmentos de demanda especializados.</i>	NATURALES	1. Los atractivos naturales bióticos. 2. Los atractivos naturales abióticos.
	CULTURALES	1. Manifestaciones culturales materiales (Muebles e inmueble). 2. Manifestaciones culturales inmateriales. 3. La comunidad receptora.

Teniendo en cuenta lo desarrollado, podemos notar que la condición turística, incluye a la potencialidad, ya que la primera estudia a la mayoría de los elementos del sistema turístico; mientras que la potencialidad turística, solo trata de un elemento central que es el atractivo; Siendo así debemos plantear que para estudios que profundicen sobre los valores ambientales y culturales que posee un destino emergente, se debería utilizar la variable potencialidad turística; en cambio, las investigaciones que valoren la incidencia de los factores externos de un destino para acceder al mercado, como la demanda ya existente, la planta turística, la superestructura y la infraestructura desarrollada, se debería usar la variable condición turística.

En muchos de los casos se han usado a estos dos conceptos como sinónimos, pero es claro que no lo son, un concepto no niega al otro, sino más bien se complementan, pero deben ser usados en su real magnitud en las investigaciones turísticas.

Luego del abordaje teórico desarrollado en este documento, debemos establecer que ésta sigue siendo una primera tentativa de aclaración teórica de los dos conceptos trabajados a lo largo de esta propuesta, la misma que fue realizada con la finalidad de ponerla a escrutinio público y contribuir con el esclarecimiento de cada concepto en el ámbito de la investigación en turismo.

Entonces queda planteada la posibilidad de definición de los conceptos más usados en investigaciones turísticas descriptivas, principalmente en el ámbito nacional y que requerían de un urgente tratamiento teórico para su aplicación práctica.

## CONCLUSIONES

Los conceptos condición y potencialidad, han sido abordados teóricamente desde la perspectiva de la etimología, la filosofía y la lengua y se puede determinar que no son sinónimos, sino complementos.

La condición turística es el requisito o conjunto de requisitos internos y externos, con los que debe cumplir un destino, para acceder al mercado como producto turístico y satisfacer las necesidades de los ofertantes y demandantes, en un entorno de equilibrio de uso.

Los tipos de condiciones turísticas que se plantean son las condiciones turísticas Internas, en las que se incluyen a los atractivos y la comunidad receptora y las externas, en las que se encuentran la demanda, accesibilidad, planta y superestructura turística.

La potencialidad turística es el conjunto de atributos inherentes al destino, de tipo natural y cultural, que tienen el poder de desarrollar productos turísticos diferenciados, capaces de particularizar al destino dentro de los mercados turísticos y atraer segmentos de demanda especializados.

Se han propuesto dos tipos de potencialidades turísticas, entre las que encontramos a las naturales, que incluyen a los recursos bióticos y abióticos, y las potencialidades culturales, que comprenden las manifestaciones culturales materiales e Inmateriales y la comunidad receptora.

Esta es una primera propuesta de definición de los términos de interés de investigación en turismo, que pretende iniciar el diálogo profesional para la construcción de la teoría turística propiamente dicha.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anders , V. (05 de Octubre de 2021). <http://www.dechile.net/>. Obtenido de <http://etimologias.dechile.net/?potencialidad>

Barcia, R. (1880). *Primer Diccionario General Etimológico de la Lengua Española-Tomo I*. SEIX EDITOR.

Barcia, R. (1894). *Primer Diccionario General Etimológico de la Lengua Española - Tomo IV*. SEIX - EDITOR.

Bertoncello, R. (2010). Investigación en Turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana . *Aportes y Transferencias* , 11-22.

Cavassa, C. (2006). *Visión Integral del Turismo*. Trillas.

Del Acevo, & Schluter. (2012). *Diccionario de Turismo* . Claridad S.A.

Gemelli, A. (2020). La investigación en turismo: algunos antecedentes en la materia . *Aportes y Transferencias* , 63-89.

MINCETUR. (2016). *PENTUR. Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

OMT. (24 de Marzo de 2021). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>. Obtenido de <https://www.unwto.org>

Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría y técnica del turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. Trillas .

RAE. (16 de agosto de 2021). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/condici%C3%B3n>

Sáez , A. (2014). *Introducción a la Estructura del Mercado Turístico*. Editorial Síntesis .

Sáez, A. (2014). *Introducción a la Estructura del Mercado Turístico*. Síntesis .

Sancho Perez , A., Cabrer Borrás, B., García Mesanat, G., & Perez Mira, J. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT).

Valls, J. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Ediciones Gestión 2000.