

# METROPOLIZACIÓN Y TURISMO EN CIUDADES INTERMEDIAS<sup>1</sup>

## ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL DEL TURISMO EN BELLO, COLOMBIA

42

METROPOLIZATION AND TOURISM IN INTERMEDIATE CITIES: ANALYSIS OF THE TERRITORIAL COMPETITIVENESS OF TOURISM IN BELLO, COLOMBIA

ELKIN MUÑOZ <sup>2</sup>  
ALEXANDRA LÓPEZ MARTÍNEZ <sup>3</sup>  
YUNIER SARMIENTO RAMÍREZ <sup>4</sup>

- <sup>1</sup> Trabajo desarrollado en el marco del proyecto "Competitividad territorial de ciudades intermedias latinoamericanas. Un estudio de caso múltiple." (206001222) financiado por el Tecnológico de Antioquia
- <sup>2</sup> Doctor en Estudios Territoriales  
Tecnológico de Antioquia, Medellín, Colombia.  
Docente ocasional, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
<https://orcid.org/0000-0003-1667-5849>  
[elkin.munoz@tdea.edu.co](mailto:elkin.munoz@tdea.edu.co)
- <sup>3</sup> Doctora en Estudios Territoriales  
Tecnológico de Antioquia, Medellín, Colombia.  
Docente ocasional, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.  
<https://orcid.org/0000-0002-2966-4965>  
[alexandra.lopez55@tdea.edu.co](mailto:alexandra.lopez55@tdea.edu.co)
- <sup>4</sup> Doctor en Economía  
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, Brasil.  
Profesor visitante junior, Programa de Pós-graduação em serviço Social e sustentabilidade na Amazônia (PPGSS) do Instituto de Filosofia, Ciências Humanas e Sociais (IFCHS)  
<https://orcid.org/0000-0002-7261-7515>  
[yunier@ufam.edu.br](mailto:yunier@ufam.edu.br)



Las ciudades intermedias al interior de un Área Metropolitana quedan, en muchas ocasiones, supeditadas al rol asignado para el funcionamiento general del sistema que se construye en torno a la ciudad central, lo que restringe un posible proceso de desarrollo independiente que las convierta en territorios competitivos. En esta medida, el objetivo de este artículo es analizar la influencia de los procesos metropolitanos en el comportamiento del turismo en el Municipio de Bello, Colombia, para la consolidación de su competitividad territorial. La metodología utilizada es mixta, y se emplean técnicas como las encuestas, la cartografía y los recorridos territoriales. Se concluye que la imagen de ciudad insegura y la poca historia turística de Bello en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá disminuye la capacidad de competencia territorial del turismo urbano, pero el turismo rural —localizado en San Félix— representa una gran oportunidad para que el municipio aproveche sus particularidades y el potencial del mercado metropolitano.

**Palabras clave:** Área Metropolitana, ciudad intermedia, competitividad territorial, turismo.

Intermediate cities inside a Metropolitan Area are often subject to the role entrusted for the general operation of the metropolitan system built around the central city. This limits a possible independent development process that turns them into competitive territories. In this regard, the purpose of this article is to analyze the influence of metropolitan processes on the behavior of tourism in the Municipality of Bello, Colombia, for the consolidation of its territorial competitiveness. A mixed-method was used, with techniques such as surveys, cartography, and territorial routes. It is concluded that the image of an unsafe city it conveys, and the little tourist history of Bello in the Metropolitan Area of the Aburrá Valley, reduces its capacity for the territorial competition of urban tourism. However, rural tourism located in San Félix would be a great opportunity to take advantage of its distinctive features and the potential of the metropolitan market.

**Keywords:** Metropolitan Area, intermediate city, territorial competitiveness, tourism

## I. INTRODUCCIÓN

El contexto global actual hace que no solo sea necesario competir a nivel empresarial sino también a nivel territorial. Si bien se ha criticado el uso de la competitividad a una escala nacional -porque implica ver al país como una empresa y constituye un uso muy simplista del concepto (Krugman, 1995)-, es una estrategia que ha permitido añadir dimensiones sociales y ambientales a la económica. Desde esta óptica, cuando se habla de competencia territorial no se tiene en cuenta únicamente la productividad empresarial, sus costos y demás acciones internas; es, además, primordial considerar el entorno de esas empresas, que incluye la institucionalidad, la sociedad y los recursos naturales.

No se trata de la forma tradicional de evaluar vocaciones de los territorios y definir una determinada actividad económica a impulsar, sino de la posibilidad de encontrar articulaciones entre los actores territoriales para que se aprovechen las condiciones particulares del territorio de manera económica. Esto no significa que el proceso no pueda centrarse en una actividad en particular, de hecho, en muchos casos así se hace; lo que diferencia la dinámica de la competencia territorial es que esta busca fortalecer relaciones entre actores locales, lugares, comunidad residente, autoridades, empresarios locales y de otros sectores, la academia, etc., alrededor de determinada actividad que, a su vez, se convierte en la imagen de la ciudad hacia el exterior. Ese uso de los recursos, no desde una mercantilización tradicional, sino a partir de la participación de los actores, pretende contribuir a una verdadera distribución de ingresos y al acceso a nuevas oportunidades que mejoren las capacidades y condiciones de vida de la población local. Se puede decir entonces que todos los territorios tienen un potencial de competitividad territorial en la medida en que logren reconocer sus particularidades, generar ingresos a partir de ellas y distribuirlos entre sus miembros. Para ello es fundamental que cada uno asuma un rol dentro del proceso.

En ese contexto, el presente artículo tiene como objetivo analizar la influencia de los procesos metropolitanos en el comportamiento del turismo en Bello, Colombia, para la consolidación de su competitividad territorial. Aunque existe una amplia cantidad de estudios sobre el turismo urbano en ciudades latinoamericanas (Alvarado y Batista, 2019; Bertoncello y Luso, 2016; de la Calle, 2019; Hiernaux y González, 2014; Judd, 2003; Rodríguez, 2021), todavía son escasos los que se abocan a observar su competitividad territorial (Barrado, 2016; Díez, 2012; Trujillo, 2008), ya que se enfocan primordialmente en la competitividad de las empresas turísticas (Alcocer, 2013; Gómez, 2018; T. Mercado, Vilorio y L. Mercado, 2019). Adicionalmente, las particularidades del territorio seleccionado aquí hacen que su consolidación sea aún más compleja. Bello es limítrofe con Medellín, la segunda ciudad en importancia económica

y demográfica de Colombia, por lo que sus procesos internos están supeditados en gran parte a esta. Dada situación, el municipio conforma un caso de estudio muy interesante, ya que se intenta generar allí una dinámica interna en medio de la fuerte atracción que genera la ciudad.

De otro lado, los estudios sobre las ciudades intermedias han abordado problemáticas diversas como su crecimiento (Torres y Caicedo, 2015) y su papel en la interacción entre las grandes aglomeraciones urbanas y las zonas rurales (Llop, Iglesias, Vargas y Blanc, 2019), excluyendo a las ciudades que forman parte de grandes áreas metropolitanas, sus procesos de desarrollo y sus aportes al desarrollo territorial (Méndez, Michelini y Romeiro, 2006; Sornoza, 2013; Wilches y Niño, 2017), además de algunas problemáticas sociales al interior de las mismas (Borsdorf, Sánchez y Marchant, 2008; Novillo, 2018; Prieto, 2012). En consecuencia, el aporte del presente estudio reside en que aborda una ciudad intermedia al interior de un área metropolitana desde una perspectiva de competitividad territorial, a diferencia de los abordajes tradicionales que estudian estas dos condiciones de manera independiente y desde una mirada que plantea a la ciudad intermedia como contraparte a las grandes aglomeraciones urbanas.

El artículo está compuesto por un total de cinco apartados, a saber: marco teórico, estudio de caso, metodología, resultados y discusión, y, finalmente, una serie de conclusiones y recomendaciones.

## II. MARCO TEÓRICO

### **Metropolización y el papel de las ciudades intermedias**

El presente artículo parte de la relación entre cuatro conceptos fundamentales para la construcción de su objeto teórico: procesos de metropolización, ciudades intermedias, competitividad territorial y turismo. Los procesos de metropolización plantean una "estructuración de formas sociales y económicas en una o más áreas subnacionales que se distinguen por una acentuada centralización de actividades, funciones y relaciones, así como por un elevado grado de concentración de la población" (Villa, 1980). Sin embargo, en América Latina estos procesos se enmarcan en una urbanización catapultada por las bajas oportunidades que ofrecen las zonas rurales y urbanas más dispersas: era en las grandes aglomeraciones urbanas en donde se encontraban mejores oportunidades y eso llevó a que la urbanización se viera reflejada en una creciente metropolización de las ciudades principales (Bähr y Borsdorf, 2005; de Mattos, 2006; Gross, Galilea y Jordán, 1988).

No obstante, esos procesos concentradores de la urbanización industrial se han visto transformados con la

globalización y las nuevas fuerzas urbanas que surgen de ellos (Martínez, 2016). Las novedades en tecnologías para la información y la comunicación (TIC) y en las formas de organización productiva han derivado en nuevas estructuras urbanas que se caracterizan, principalmente, por la compresión espacio-temporal (Harvey, 1994) y que, asimismo, generan efectos sobre la expansión de las ciudades, ya que en el espacio también se debe reflejar la reducción de las barreras para el libre flujo del capital y las mercancías, redundando en una acumulación de capital en un tiempo menor. Esto implica la construcción de nuevas infraestructuras, un mayor relacionamiento entre territorios para flexibilizar los procesos productivos, entre otros procesos con incidencia directa en las zonas urbanas y su crecimiento. De esta manera, la creciente movilidad al interior de las ciudades, la profundización de los servicios financieros, la expulsión de actividades industriales en favor de usos residenciales o de servicios y la creciente economía del ocio y del entretenimiento, configuran nuevas características urbanas que también modifican las funciones de los territorios que componen las grandes aglomeraciones metropolitanas.

La ciudad intermedia se convierte en un nodo funcional “que va a facilitar la descentralización de actividades nacionales y regionales haciendo posible la intermediación entre diferentes escalas y potenciando la gobernanza colaborativa como derecho a la ciudad” (Otero y Llop, 2020, p. 4). El adjetivo “intermedia” hace referencia a lo cualitativo, a su papel de intermediación entre partes del sistema urbano, dejando de lado la tradicional forma de ver solo el tamaño demográfico como el jerarquizador de las ciudades (Prieto, Schroeder y Formiga, 2011). Esto no quiere decir que el tamaño de la población no sea importante; lo es porque le da un carácter de centro urbano fundamental, pero es en la medida en que se relaciona con otros nodos o ciudades que va a ser más relevante su papel de intermediación, pues allí se puede plantear su zona de influencia y su capacidad para dirigir o intermediar en grandes flujos del sistema.

Tal conceptualización pareciera indicar que las ciudades intermedias son independientes de los procesos de metropolización al ser un estadio intermedio entre ese extremo urbano y otros netamente rurales. Además, analizarlas por fuera del escenario metropolitano sería desnaturalizar su contexto territorial dominante (Alfonso, 2018) y un desacierto, como también lo sería negar el hecho de que son ciudades intermedias, puesto que, a pesar de contar con ciertas formas de organización y administración metropolitana, todavía tienen unas estructuras propias de gobierno que requieren la toma de decisiones particulares para aprovechar de una forma adecuada las dinámicas en las que están insertas y no ser relegadas a servir las funciones o los recursos que la ciudad central necesita.

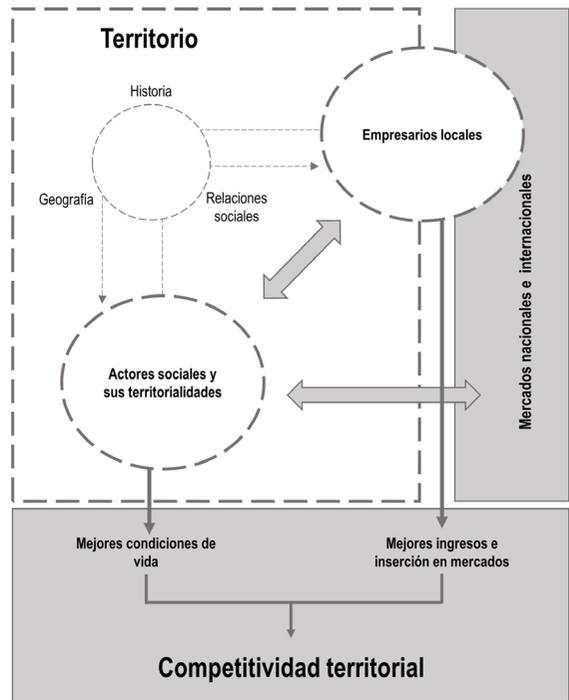


Figura 1. Construcción teórica de la competitividad territorial. Fuente: Elaboración de los autores.

### Competitividad territorial y su manifestación en el turismo

En este punto es fundamental adelantar acciones que apalancen procesos de competitividad territorial en estas ciudades. En la Figura 1, se muestra la posición teórica respecto a este concepto. Como se observa, hay una gran necesidad de interacción entre el territorio local, construido por una geografía, una historia y unas relaciones sociales particulares que se han logrado en la medida que interactúan los actores sociales y empresariales del territorio. Así también, el mercado internacional marca muchas de las acciones de los actores empresariales y sociales, por lo que esa relación con el contexto internacional es cardinal. De este modo, solo se logrará una competitividad territorial cuando el territorio se posicione económicamente de manera simultánea, es decir, que se inserte en mercados regionales, nacionales o internacionales y que sus habitantes puedan mejorar sus condiciones de vida.

Se entiende, entonces, la competitividad territorial desde un amplio relacionamiento al interior de los territorios que persigue transformar y apalancar el proceso de desarrollo. Es imposible hablar de un territorio competitivo que solo beneficie a los empresarios; debe tratarse de un proceso articulado donde todos los actores locales se vean beneficiados (Barrado, 2016).

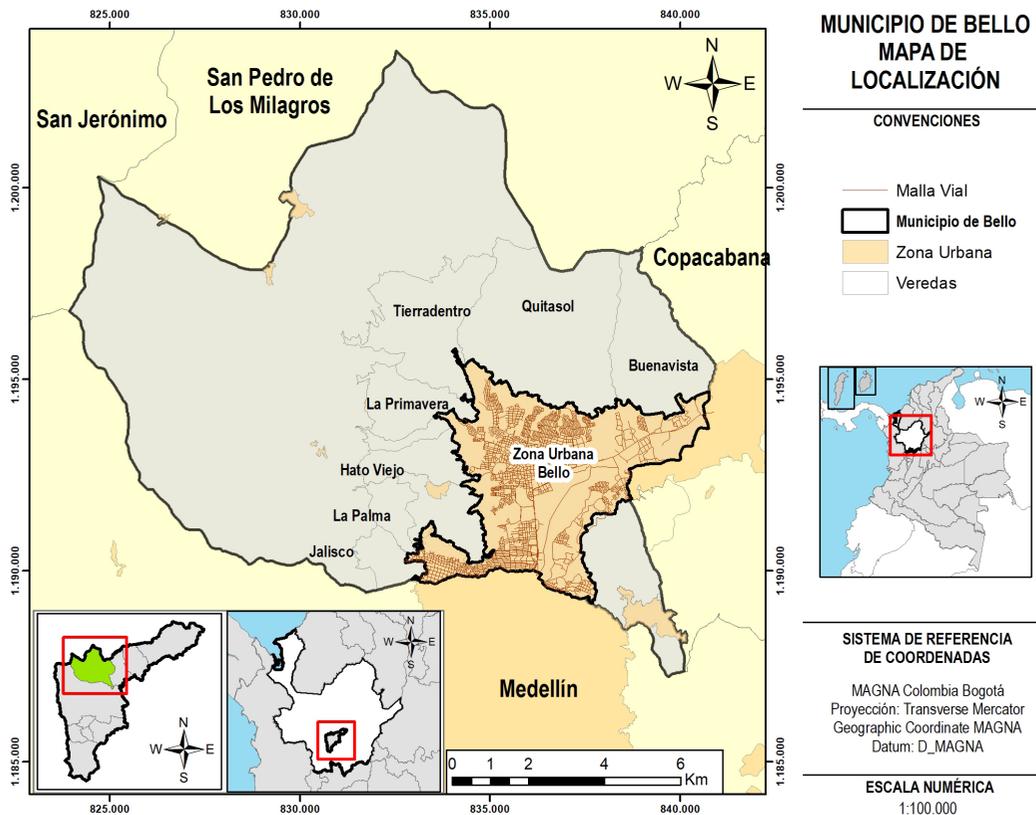


Figura 2. Localización del Municipio de Bello. Fuente: Elaboración de los autores.

Es importante, igualmente, destacar los procesos urbanos que hoy marcan la incidencia del turismo en las ciudades intermedias. La globalización ha impulsado la competencia entre los territorios, lo que ha llevado a regiones, municipios y ciudades a crear imágenes y marcas territoriales que las diferencien de las demás. En efecto, “el turismo ofrece a las ciudades una vía de inclusión a partir de sus especificidades adecuadamente convertidas en atractivos turísticos y complementados con los servicios y equipamientos necesarios y adecuados” (Bertoncello y Luso, 2016, p. 111).

En este sentido, los atractivos turísticos deben ser transformados en productos que puedan ser comercializados entre los visitantes, lo que podría tener un tinte economicista si se encarga únicamente de preparar una imagen específica sin contar con los actores locales, convirtiéndolos en una imposición y

generando desigualdades en el territorio (Muñoz, 2017). Otra posibilidad es construirlos con la participación activa de la población y actores locales que le transmitan a dicho producto particularidades locales que lo hagan atractivo y donde todos los involucrados intervendrían y se beneficiarían. Este trabajo asume ese camino, ya que posibilita la competitividad territorial. La primera opción, como se mencionó anteriormente, apuntaría a un turismo depredador de los recursos locales y, por lo general, pensado desde unos intereses externos al territorio que poco aportan a la mejora de las condiciones de vida de los residentes.

### III. ESTUDIO DE CASO

Bello es una ciudad intermedia colombiana con una población de 522.200 personas, aproximadamente (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas

Documento	Escala
Plan de Desarrollo Municipal 2020-2023. Por el Bello que queremos	Local
Identificación de vocaciones económicas para el Municipio de Bello	Local
Plan prospectivo estratégico de desarrollo turístico Municipio de Bello	Local
Plan de desarrollo Turístico Valle de Aburrá 2008-2015	Regional
Plan de desarrollo Turístico Valle de Aburrá 2017-2026	Regional

Tabla 1. Documentos oficiales revisados. Fuente: Elaboración de los autores.

[DANE], 2019). Forma parte del Área Metropolitana del Valle de Aburrá y presenta una conurbación con el Municipio de Medellín (Figura 2). Fue un municipio con alta importancia industrial, en especial, en el área textil y su empresa insignia, *Fabricato* (Rodríguez, 2011).

En general, la industria en esta área metropolitana tenía su principal soporte en las empresas textiles, que luego entrarán en crisis al enfrentarse a la competencia internacional posterior a la apertura económica de los años 90, por ende, la industria y la economía comienzan un retroceso (Sánchez, 2013). Este patrón se repite en Bello, lo cual lleva a que los espacios destinados a la industria poco a poco se vayan transformando hacia usos habitacionales y comerciales (Palacio, 2021). Los procesos de metropolización de Medellín han conducido a una conurbación en la zona norte con este municipio, lo que impone una necesaria articulación entre las políticas de ambos con el fin de ordenar un territorio conurbado que se caracteriza por “una planificación urbanística inapropiada o inexistente y por contar con una trama urbana orgánica y conformada por circulaciones viales que solo satisfacen la necesidad de conexión, tanto dentro de los municipios como entre ellos” (Patiño, 2010, p. 46). En términos amplios, la zona norte del Valle de Aburrá, en donde está localizado Bello, representa la zona más pobre de esta Área Metropolitana y la que registra mayores dificultades sociales y económicas.

#### IV. METODOLOGÍA

La investigación expuesta empleó un enfoque eminentemente cualitativo, tanto por la posición epistemológica para su desarrollo, como por las técnicas de investigación empleadas. Sin embargo, también se utilizaron algunas técnicas de investigación cuantitativas para dar sustento matemático a algunas de las ideas

planteadas sobre el territorio analizado. Por lo tanto, se puede afirmar que la metodología fue mixta. Asimismo, se arranca de una postura hermenéutica, lo que implica realizar una interpretación de la realidad a la luz de unos postulados teóricos que permitieran comprender los hechos y la información arrojada por el caso de estudio.

El desarrollo de la investigación constó de tres etapas. La primera fue un acercamiento con las autoridades municipales para conocer su posición y la información disponible sobre la competitividad del territorio. Para ello, se realizaron dos talleres con un total de seis funcionarios de la Dirección de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Bello. En ese acercamiento se decidió que el sector económico específico a trabajar sería el turismo, ya que es una de las apuestas locales. En la segunda etapa se llevó a cabo un rastreo de información secundaria, como los planes turísticos que se han construido en el municipio y en la región; en este caso, se utilizó una técnica de revisión de literatura y se encontraron en total cinco documentos oficiales sobre el turismo (Tabla 1).

La tercera etapa se abocó al análisis cartográfico y georreferenciación de las empresas turísticas con el fin de identificar los lugares que están involucrados en la actividad, el tipo de turismo que se desarrolla y la posible articulación de las condiciones locales en ese tipo de decisiones. Para esta etapa se elaboró un mapa de calor de las empresas utilizando los Sistemas de Información Geográfica (SIG). La cuarta y última etapa consistió en un diálogo directo con empresas (15 en total) para identificar su posición frente a la actividad turística y el relacionamiento con el territorio y la competitividad. Con estas empresas se logró aplicar una encuesta por medios virtuales y se realizaron recorridos territoriales comentados con dos personas del territorio que permitieron ampliar la visión sobre sus particularidades.

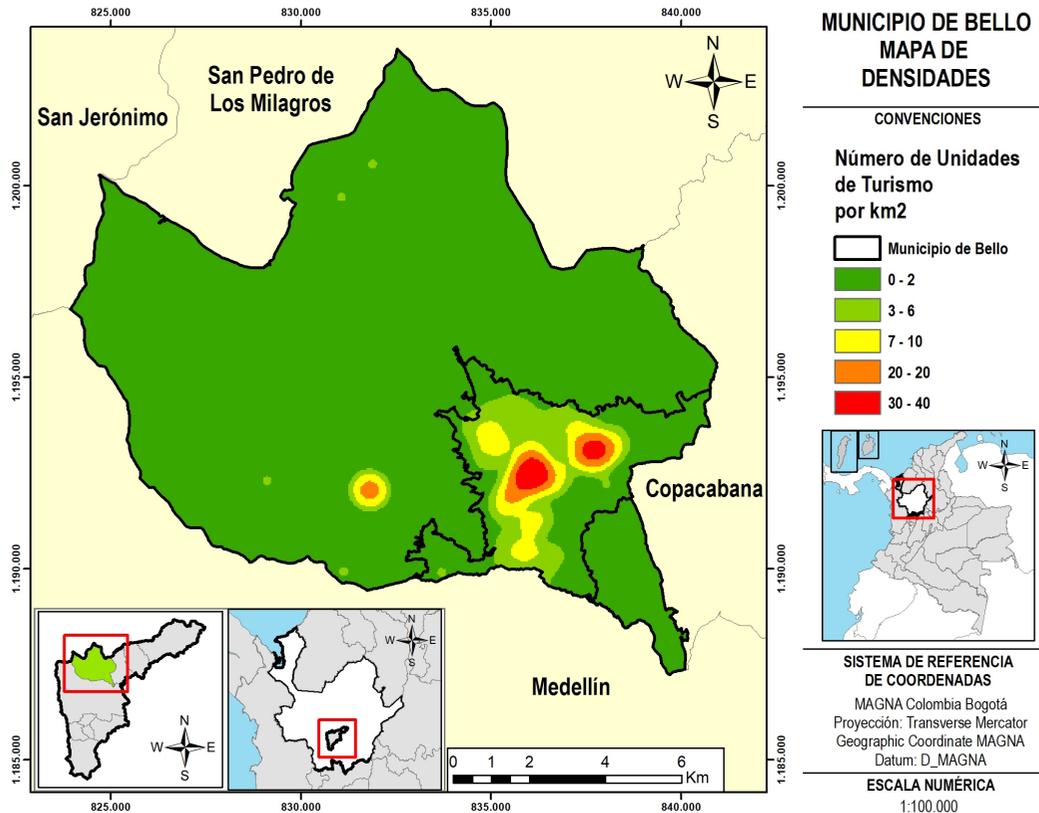


Figura 3. Densidad de organizaciones turísticas con presencia en Bello (2021). Fuente: Elaboración de los autores.

Las empresas encuestadas fueron seleccionadas de un listado brindado por la Alcaldía Municipal de Bello con un criterio de representatividad que contemplara diferentes sectores económicos que sirvieran al turismo local, a saber: gastronomía, transporte, hospedaje, artesanías y agencias de viaje. Además, se envió el instrumento de manera virtual para constatar la capacidad de respuesta de los empresarios locales por este medio, el cual arrojó un resultado bastante bajo en primera instancia, lo que demuestra una dificultad para la competitividad territorial. Finalmente, la muestra se seleccionó por conveniencia entre quienes contestaron y estuvieron interesados en participar.

En la encuesta se indagó sobre la posición de los empresarios frente a la competitividad del turismo en el territorio y la relación con otros actores del municipio y se crearon algunos indicadores alrededor de esos actores. Se les pidió elaborar un ranking entre diferentes actores locales, indicando si

los conocían y qué tantas relaciones tenían con ellos. Se definió que, según la posición dada por los empresarios a cada actor se le otorgaba un peso en particular. Los pesos fueron los siguientes: 1 si estaba en la primera posición, 0.5 en la segunda posición (1/2), 0.33 en la tercera posición (1/3), 0.25 en la cuarta posición (1/4) y 0.2 para la quinta posición (1/5). Posteriormente, ese peso se multiplicó por el número de veces que apareció el actor ubicado en esa posición; luego se sumaron estos valores para calcular el índice particular de cada actor. Por ejemplo, si el actor A fue clasificado por dos empresarios en primera posición y por otro empresario en la tercera posición, tendría un peso 1 por la primera posición y un peso de 0.33 por la tercera posición. Multiplicando esos pesos por las veces que fueron ubicados allí, se tendría:  $1 \times 2 = 2$  y  $0.33 \times 1 = 0.33$ . La suma de esas cifras entrega el índice para ese actor de 2.33. Así, se calculó un índice de reconocimiento y uno de relacionamiento.

## V. RESULTADOS

Bello ha sido un territorio fuertemente golpeado por el conflicto urbano del Valle de Aburrá, lo que ha impulsado la creación del estigma de que es un municipio violento y con muchas problemáticas sociales (Cruz, 2019). Ello promueve, desde luego, que el municipio no sea identificado como un destino turístico al interior del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. Especialmente, en ciertos ejes de barrios se ubica la mayor tasa de homicidios, lo que dificulta en extremo la localización de actividades turísticas (Jiménez y Rentería, 2019). A pesar de ser parte integral del área metropolitana, el municipio ha evidenciado imaginarios que van en contra de su fortalecimiento socioeconómico, convirtiéndolo así en lo que se conoce como territorio dormitorio, altamente poblado, pero con pocas dinámicas económicas en su interior que ofrezcan nuevas alternativas para la población, que es relativamente pobre si se compara con el resto del área metropolitana (Gobernación de Antioquia, 2018).

Pese a todo lo anterior, una dinámica reciente en el municipio la constituye el alto desarrollo urbanístico: se han construido centros comerciales y viviendas para clase media y alta (Muñoz, 2018), algo que no es tradicional en el municipio ya que la mayoría de su población es de clase baja y se desplaza a trabajar al sur del Valle de Aburrá o a Medellín. Estas nuevas construcciones, por ende, están generando una transformación en el territorio que puede comenzar a atraer turistas culturales y de negocios, dadas las nuevas ofertas comerciales del municipio.

Adicionalmente, la Alcaldía de Bello (2013), en su Plan Estratégico Turístico, sostiene que el turismo del municipio se configura a partir de su relación con el Valle de Aburrá, con conciencia de que los turistas que visitan Bello llegarán principalmente desde los otros municipios de esta región. En la misma línea, se identificó el potencial turístico del corregimiento de San Félix, especialmente gracias a su actividad de parapentismo, los paisajes que ofrece y la cercanía al municipio de San Pedro de Los Milagros y la ruta de la leche. Además, se proponen diferentes tipologías de turismo con potencial en el municipio: turismo cultural (principalmente en el centro del municipio con las iglesias y el museo Chozza Marco Fidel Suárez), ecoturismo (especialmente en el Cerro Quitasol), turismo rural (en San Félix, dada su actividad gastronómica y los usos de la leche por parte de la comunidad campesina), turismo de aventura (senderos ecológicos, caminatas y, sobre todo, el parapentismo) y turismo de negocios (a partir de la amplia gama de servicios comerciales que se ofrecen en Bello).

A través del análisis cartográfico de la totalidad de empresas turísticas ubicadas en el municipio y que cuentan con el Registro Nacional de Turismo (RNT) vigente, se construyó el mapa presentado en la Figura 3. En este se observa que hay tres puntos donde se localiza la mayoría de la oferta turística local. El primero de ellos es Niquia (el punto rojo secundario ubicado cerca a los límites con Copacabana), donde se ha concentrado la oferta comercial y de servicios en el municipio. Este ha sido el polo de desarrollo durante las décadas del 2000 y 2010 y tiene como principales anclas turísticas el Centro Comercial Puerta del Norte y la Unidad Deportiva Tulio Ospina. El segundo es el punto rojo más intenso que representa el centro de Bello, en donde históricamente se localizó la principal actividad económica, social y comercial del municipio, así como la autoridad local. En este espacio se encuentran la Iglesia de Nuestra Señora del Rosario, la Capilla de Nuestra Señora del Rosario de Hato Viejo, el Parque Santander, el Monumento y Casa Natal de Marco Fidel Suárez, la Estación y Talleres del Ferrocarril de Antioquia, por lo que es un lugar específico para el turismo cultural. El tercer punto está en el corregimiento de San Félix, ubicado por fuera de la zona urbana de Bello, el cual, como se mencionó anteriormente, ha venido posicionándose como un destino fundamental para el municipio, ya que es apto para el turismo rural, de aventura y ecológico.

Desde el punto de vista espacial, el turismo que se viene desarrollando en el municipio es diverso, lo cual es una buena señal a pesar de no ser muy reconocido en la región debido, en gran parte, al imaginario que predomina acerca de él y que ha invisibilizado su potencial turístico: un lugar inseguro, industrial y residencial. En cuanto al turismo local en el Valle de Aburrá, los principales destinos tienden a ser Girardota, para las fincas de recreo y el turismo religioso; Barbosa, para el turismo ecológico; Envigado, para el turismo de negocios y compras; y Medellín, destino preferente para el turismo cultural y urbano. El único atractivo que se ha posicionado en Bello es el parapentismo, pero debido a que una de las más importantes vías para llegar hasta el corregimiento pertenece a Medellín, la mayoría de la población metropolitana considera que este destino pertenece a esa ciudad, no a Bello. Tal vez se ha logrado fortalecer por esta misma razón, ya que no se le asocia a la imagen negativa de violencia del municipio. Cabe recordar que parte de la oferta comercial y turística está ubicada en los barrios y ejes vinculados a los principales homicidios identificados por Jiménez y Rentería (2019), en especial los del punto del centro, lo que repercute directa y negativamente sobre la decisión de visitar y acceder a ese turismo en concreto.

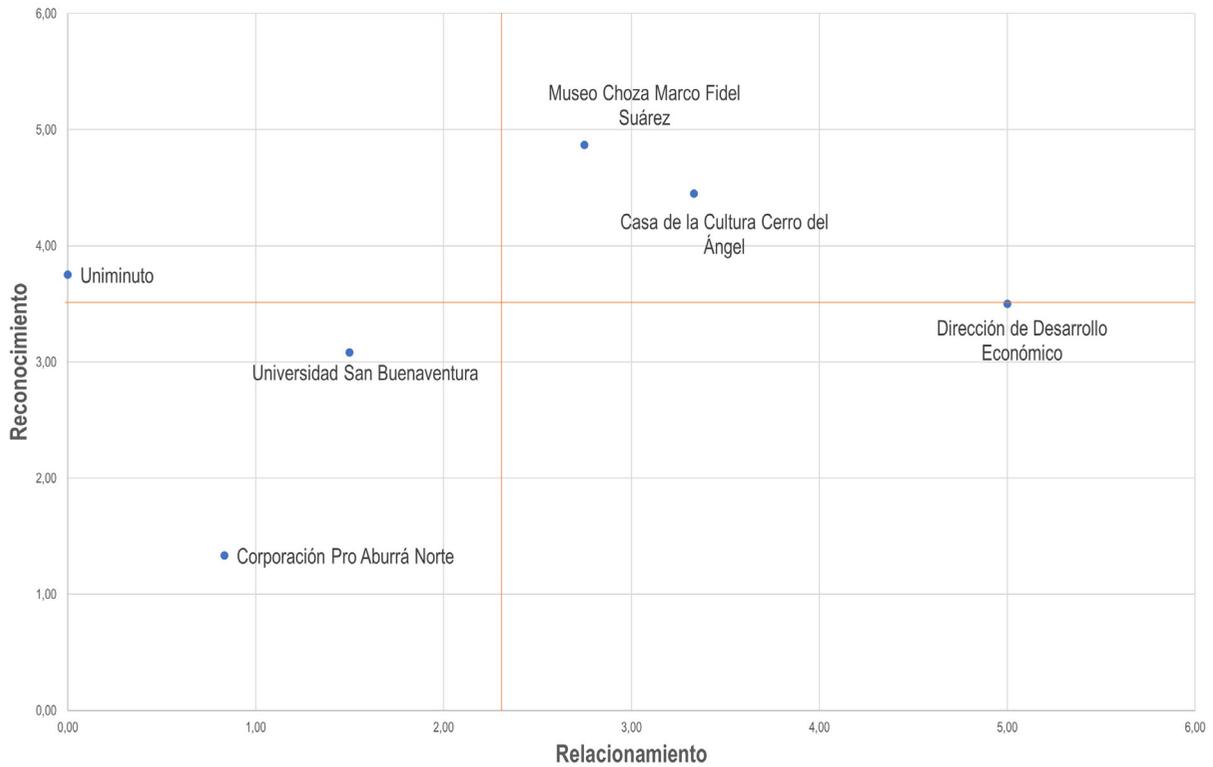


Figura 4. Niveles de reconocimiento y relacionamiento de los actores del sistema turístico de Bello (2021). Fuente: Elaboración de los autores.

## VI. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La competitividad territorial se posiciona como la capacidad que pueden alcanzar los territorios y que les permite fortalecer sus actividades económicas a través de un claro relacionamiento con la población residente y la mejora de sus condiciones de vida. El turismo en Bello tiene un potencial diferenciador para aportar a la competitividad territorial, teniendo en cuenta que para que esta actividad funcione debe articularse con la comunidad local. Si bien existe un potencial para un turismo de corte urbano, este no debería ser el que más se propicie en el municipio debido al contexto territorial en el que se ubica. Es decir, Bello es una ciudad intermedia al interior de un Área Metropolitana liderada por Medellín, este y otros municipios que también experimentan la expansión de la ciudad ya están posicionados local y regionalmente, por lo que se debería apostar por atractivos diferentes a los que ya existen, todavía más si se considera que los habitantes locales son el principal público objetivo.

El corregimiento de San Félix cuenta con la mayor capacidad para fortalecer el turismo en el municipio e

impulsar la competitividad territorial. Allí se lograría, en primer lugar, ofrecer un producto diferente al resto de la región, atrayendo de esta manera los visitantes necesarios para que la actividad sea rentable; en segundo lugar, permitiría incluir una zona rural en las dinámicas económicas y sociales de la ciudad, que se han concentrado fundamentalmente en la zona urbana. No obstante, es importante cuidar el proceso empleado para fortalecer el aprovechamiento turístico de San Félix, ya que este determinará si se logra o no el relacionamiento entre los diferentes actores involucrados. Si se logran propiciar esas relaciones estrechas, la dinámica turística impulsará la competitividad territorial; de lo contrario, será simplemente un proceso de crecimiento económico. En la Figura 4 se muestra el análisis de los actores locales a través del reconocimiento y del relacionamiento. Se observa que queda mucho por trabajar en el municipio en términos de relaciones entre los actores, ya que solo dos son altamente reconocidos y tienen algún tipo de interacción con los empresarios del sector, mientras los demás pueden tener incluso más reconocimiento que relación, lo que representa una alerta para el desarrollo territorial.

Los resultados de las encuestas permiten evidenciar la frecuente necesidad de aprovechar más las zonas rurales de Bello, sobre todo San Félix, para ofrecer un producto diferenciado del resto del Valle de Aburrá. De hecho, surge la propuesta de crear un parque del aire que permita tener una mejor infraestructura para el parapentismo y para aterrizar más fácilmente. En ese parque se espera que puedan converger varios actores turísticos y comunitarios que ofrezcan, entre otros, productos gastronómicos y artesanías. Este sería un símbolo arquitectónico que suscite el recuerdo del territorio a través de una imagen particular, lo cual es, sin duda, una necesidad, ya que se debe afianzar una particularidad en medio de tantas fuerzas metropolitanas que ofrecen productos y servicios turísticos, y esta actividad es ciertamente única en la región.

En igual contexto, uno de los empresarios mencionó que hay poca pertenencia con el municipio, se contratan personas de otros lugares e, incluso, las agencias de viaje locales ofrecen productos en otros territorios. Tal situación es una consecuencia de las relaciones metropolitanas que conducen a estimar mucho mejor desplazarse a satisfacer alguna necesidad, que hacerlo al interior de Bello, dada la cercanía con Medellín. Esto se refleja en las condiciones de contratación de personas por fuera del municipio, así como en la oferta de servicios turísticos con destino a otros municipios regionales. La visión de que los otros territorios pueden ofrecer mejores condiciones, características o profesionales tendrá que irse transformando para que el turismo pueda alcanzar una competitividad territorial basada en el trabajo conjunto entre actores y actividades locales. Lo anterior no quiere decir que se deba trabajar por fuera de las relaciones regionales; al contrario, se debe aprovechar esa condición como un elemento diferenciador y como mercado potencial, pero la esencia para que una ciudad intermedia pueda fortalecerse en medio de una metrópolis es que alcance una dinámica de diferenciación-cooperación con los demás municipios pertenecientes a la región metropolitana.

## VII. CONCLUSIONES

Bello es una ciudad intermedia que se encuentra en medio de un proceso amplio de metropolización de la ciudad de Medellín, el cual limita, en cierta medida, el tipo de dinámicas económicas y sociales que se puedan adelantar de manera independiente para solucionar los problemas particulares del territorio. Por ello, se hace necesario, tanto articular esfuerzos con los demás actores metropolitanos, como diferenciarse para aprovechar las oportunidades locales. Si bien Bello cuenta con cierto

potencial para el turismo urbano, tiene una debilidad fuerte respecto a los demás municipios del Valle de Aburrá y es que ellos ya tienen una historia turística más definida. Asimismo, Bello tiene una imagen de inseguridad muy esparcida en la región, lo que no haría sostenible iniciar un proceso para crear competitividad territorial con el potencial turístico.

Lo opuesto ocurre en San Félix, un área rural que está alejada de la imagen de inseguridad, con una historia más clara en términos turísticos y con una clara diferenciación de producto. El problema que se enfrenta en este caso es que en el imaginario regional se concibe a San Félix como perteneciente a Medellín, por lo que habría que desarrollar un proceso de promoción que lo ratificara como parte del territorio bellanita y que involucrar a diversos actores locales. Esto, con el fin de lograr una articulación capaz de generar nuevos ingresos para el territorio, que se distribuyan entre los diferentes involucrados, de modo de consolidar una competitividad territorial alrededor del turismo. Del éxito de este ejercicio dependerá que los demás lugares, historias y actividades con potencial en el municipio puedan despegar como destinos turísticos domésticos.

Como se advierte, este caso en particular muestra que las ciudades intermedias ligadas a áreas metropolitanas tienen un doble reto en términos de la competitividad territorial. Por un lado, las dinámicas metropolitanas les exigen ciertas funciones o aportes para el adecuado funcionamiento de toda la aglomeración urbana de la que forman parte, por lo que no pueden emprender libremente procesos individuales que les representen un cambio sustantivo en las condiciones de vida de sus habitantes. De otro lado, la competitividad territorial se basa en la capacidad de interiorizar las territorialidades locales en los procesos productivos y de impulsar una amplia participación de los actores sociales, para que los beneficios sean repartidos equitativamente. En este tipo de ciudades no es tan fácil identificar y diferenciar plenamente esas territorialidades y potencialidades, ya que la inmersión en los procesos metropolitanos lo limita. Sin embargo, es un ejercicio necesario para que las desigualdades en estas aglomeraciones también sean reducidas a través de procesos adelantados por los actores locales.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Bello (2013). *Plan prospectivo estratégico de desarrollo turístico Municipio de Bello, 2013-2023*. Bello: Alcaldía de Bello.
- Alcocer, J. (2013). Competitividad en el sector turístico: una revisión de la literatura. *Revista Le Bret*, 5, 271-291.

Alfonso, O. (2018). Metropolitización versus ciudades intermedias. La incompatibilidad del auge de las ciudades intermedias en la fase actual de la urbanización de la población colombiana. *Revista de Antropología y Sociología: VIRAJES*, 20(1), 83–111. DOI: <https://doi.org/10.17151/rasv.2018.20.1.5>

Alvarado, I. y Batista, E. (2019). Situación geográfica turística en la era urbana y devenir campo-ciudad en América Latina. *Investigaciones Geográficas*, (99), 1–26. DOI: <https://doi.org/10.14350/rig.59792>

Bähr, J. y Borsdorf, A. (2005). La ciudad latinoamericana: La construcción de un modelo. Vigencia y perspectivas. *Revista de Ciudad, Urbanismo y Paisaje Urb[er]Es*, (2), 207–221.

Barrado, D. (2016). Destino turístico y competitividad territorial: una aproximación desde la geografía a la competitividad territorial y al papel del territorio como factor competitivo. *Esic Market Economics and Business Journal*, 47(2), 253–273.

Bertoncello, R. y Luso, R. (2016). Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25(2), 107–125. DOI: <https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.56905>

Borsdorf, A., Sánchez, R. y Marchant, C. (2008). Aprendiendo de los errores. La necesidad de cambios a la política de vivienda en ciudades intermedias chilenas. *Revista Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 12(270). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-51.htm>

Cruz, R. (2019). Bello, Antioquia: más que una disputa de bandas delincuenciales de barrio. *Verdad Abierta*. Recuperado de <https://verdadabierta.com/bello-antioquia-mas-que-una-disputa-de-bandas-delincuenciales-de-barrio/>

De la Calle, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 83(2829), 1–40. DOI: <https://doi.org/10.21138/bage.2829>

De Mattos, C. (2006). Modernización capitalista y transformación metropolitana en América Latina: cinco tendencias constitutivas. En A. Geradiges, M. Arroyo y M. Silveira (Eds.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 41-73). San Pablo: CLACSO.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas [DANE]. (2019). Censo Nacional de Población y Vivienda 2018, Colombia. *Demografía y población*. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

Díez, D. (2012). La competitividad turística en espacios interiores: una propuesta metodológica para la determinación de competidores potenciales. *Cuadernos de Turismo*, (30), 109–125.

Gobernación de Antioquia. (2018). Encuesta de Calidad de Vida 2017. *Gobernación de Antioquia*. Recuperado de <https://antioquia.gov.co/index.php/encuesta-calidad-de-vida-2017-indice-multidimensional-de-condiciones-de-vida>

Gómez, S. (2018). Desarrollo y competitividad turística: un destino urbano de México. *Turismo y Sociedad*, 23, 183–197. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n23.09>

Gross, P., Galilea, S. y Jordán, R. (1988). Metropolitización en América Latina y el Caribe. Calidad de vida y pobreza urbana. *Revista EURE*, 14(43), 7–51.

Harvey, D. (1994). La construcción social del espacio y del tiempo: Una teoría relacional. *Geographical Review of Japan*, 67(2), 126–135.

Hiernaux, D. y González, I. (2014). Turismo y gentrificación : pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 55–70.

Jiménez, W. y Rentería, R. (2019). Aportes de la complejidad para la comprensión de las dinámicas de la violencia en las ciudades. Caso de estudio: las ciudades de Bello y Palmira, Colombia (años 2010-2016). *Revista Criminalidad*, 62(1), 9–43.

Judd, D. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *EURE*, 29(87), 51–62.

Krugman, P. (1995). Competitividad: una peligrosa obsesión. *Ensayos de Economía*, 6(9–10), 17–34. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/view/23735/24422>

Llop, J. M., Iglesias, B., Vargas, R. y Blanc, F. (2019). Las ciudades intermedias: concepto y dimensiones. *Ciudades*, (22), 23–43. DOI: <https://doi.org/10.24197/ciudades.22.2019.23-43>

Martínez, P. (2016). La metropolitización afectada por la globalización: reflexión epistemológica sobre la nueva revolución urbana. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 25(2), 77–105. DOI: <https://doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.56907>

Méndez, R., Michelini, J. J. y Romeiro, P. (2006). Redes socio-institucionales e innovación para el desarrollo de las ciudades intermedias. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, 38(2006), 377–395.

Mercado, T., Viloria, A. y Mercado, L. (2019). Competitividad de los recursos turísticos: una propuesta de indicadores para su medición en la región Caribe colombiana. *Revista de Economía del Caribe*, (24), 95–113.

Muñoz, E. (2017). Territorio de postal: la dualidad del turismo en Santa Fe de Antioquia (Colombia). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), 153–174. DOI: <https://doi.org/10.15446/rcdg.v26n2.59237>

Muñoz, J. (2018). Asentamientos informales y pobreza en Bello, la otra cara del “progreso”. Aproximación crítica desde el enfoque de derechos. *Revista de Trabajo Social*, (27), 151–167.

Novillo, N. (2018). Cambio climático y conflictos socioambientales en ciudades intermedias de América Latina y el Caribe. *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, (24), 124–142. DOI: <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.24.2018.3323>

Otero, A. y Llop, J. M. (2020). La ciudad intermedia: crecimiento y dinámicas de desarrollo. *Territorios*, (43), 1–8.

Palacio, S. (2021). *Mercado inmobiliario y producción del espacio en la transformación urbana de Bello*. Universidad de Antioquia.

Patiño, J. E. (2010). *Bordes conurbados metropolitanos, interacción socio-espacial y fragmentación territorial en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.

Prieto, M. (2012). Segregación socio-residencial en ciudades intermedias. El caso de Bahía Blanca-Argentina. *Breves Contribuciones del IEG*, (23), 129–156.

Prieto, M., Schroeder, R. y Formiga, N. (2011). Ciudades intermedias: dinámica y perspectivas. El caso de Bahía Blanca - Argentina. *Revista Geográfica de América Central*, (Número especial EGAL), 1–17.

Rodríguez, J. (2011). Antecedentes y caracterización de la metropolitización del Valle de Aburrá (Col). *Iustitia. Revista de la Devisión de Ciencias Jurídicas y Políticas*, (9), 59–94. DOI: <https://doi.org/10.15332/iust.v0i9.892>

Rodríguez, L. (2021). Descentralización de la oferta turística como estrategia de competitividad urbana: Programas de “Barrio” en la Ciudad de México y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(1), 9–25. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.001>

Sánchez, A. (2013). La reinención de Medellín. *Lecturas de Economía*, (78), 185–227.

Sornoza, J. (2013). Gobernanza urbana, competitividad y procesos de renovación en las ciudades medias españolas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (61), 47–66.

Torres, P. y Caicedo, C. (2015). *Las ciudades intermedias con mayor potencial en Colombia. Un sistema de identificación*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Las-ciudades-intermedias-con-mayor-potencial-en-Colombia-Un-sistema-de-identificación.pdf>

Trujillo, J. (2008). El territorio como factor de competitividad de un destino turístico. El caso de la capital del Estado de México. *Quivera*, 10(2), 131–152.

Villa, M. (1980). Consideraciones en torno al proceso de metropolización en América Latina. *Notas de Población*, (24), 57–105.

Wilches, L. y Niño, J. L. (2017). Internacionalización territorial y competitividad en América Latina. Una perspectiva desde las ciudades intermedias. *Espacios*, 38(54), 9–18.