

## “Experiencias de turismo patrimonial en ciudades”



**Dr c Camila Bustos**  
**Antropóloga | Universidad Austral**  
**Máster en Gestión del Patrimonio Cultural**  
**Dra. © en Estudios de la Cultura y el Patrimonio**  
**U. De Barcelona**

**Dr. c Pablo Soriano F**  
**Ecólogo Paisajista | Universidad Central.**  
**Ms. Dr en Gestión y Desarrollo Territorial |**  
**Universidad de Barcelona**

# Qué presentaremos

- **Cómo se desarrolla el turismo en ciudades patrimoniales**
- **Qué características tiene este tipo de turismo?**
- **Qué tipos de emprendimientos se desarrollan?**
- **Cuáles son las características de la oferta?**

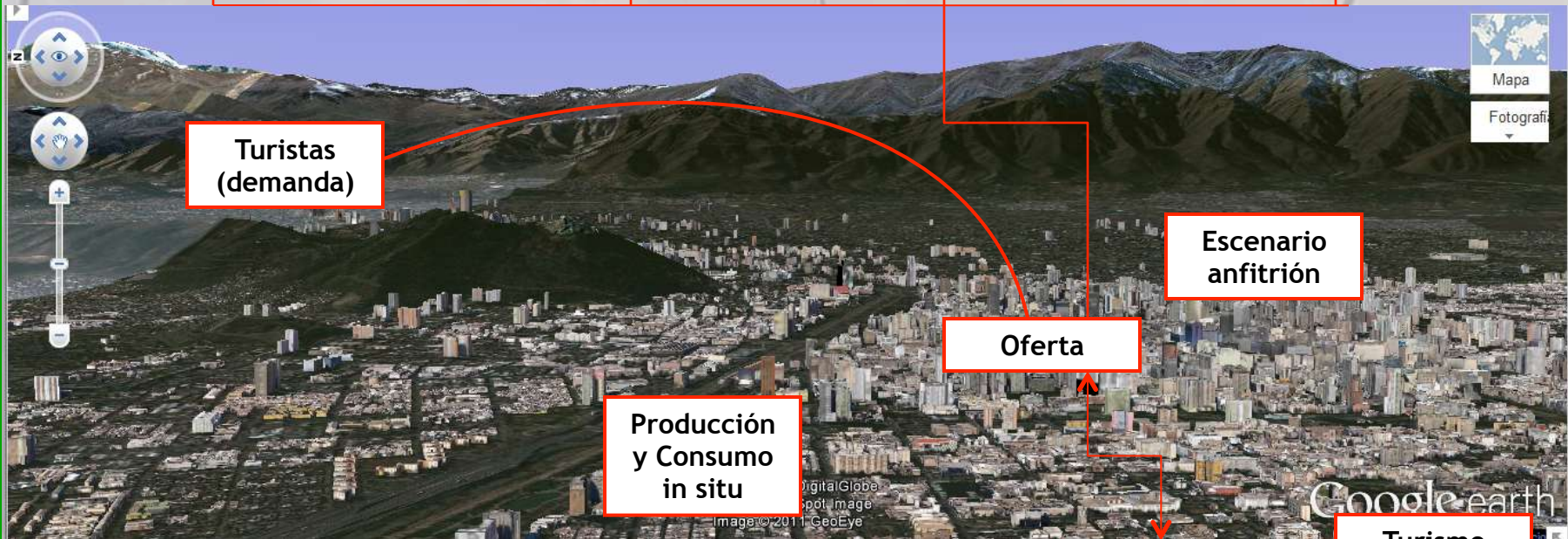
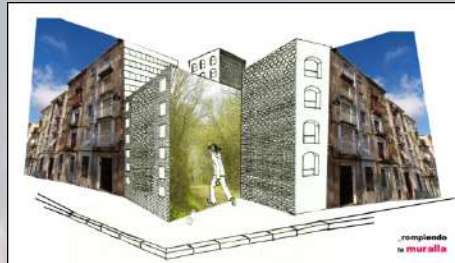


# “Experiencias de turismo patrimonial en ciudades”

- **Stakeholders**
- Las ciudades son polifuncionales/polivalentes. Expectativas y funcionar
- Al Incluir recursos patrimoniales la ciudad debe asumir
- Estacionalidad estable a diferencia de sol y playa
- Industrias creativas
- **Competitividad de ciudades**

- creación de productos que articulen el territorio
- Infra acceso a los destinos
- Puesta en valor de los recursos naturales y cult
- Servicios (planta)
- eventos y planes de **destemporalizar** (plan tercer edad eventos)
- normativa que incentive y regule
- sistemas de producción
- capacitación
- señalética
- Sistemas de calidad
- Ferias

# “Ciudades patrimoniales centros distribución”



Las ciudades se diversifican, se enriquece el centro en LA han quedado abandonado.



Turismo emisoro

# Aspectos positivos de la creación de productos turísticos a partir del patrimonio cultural.

Entre los positivos destacan

- Orgullo en la población residente y el interés de los poderes públicos por la protección del patrimonio cultural.
- Facilita la diversificación de la oferta turística de los destinos maduros,
- Puede constituir un nuevo pilar para economías deprimidas.
- Favorece la cooperación entre los sectores turístico y cultural.
- Puede generar recursos económicos que financien el mantenimiento y la conservación de los sitios con patrimonio.
- Promover el entendimiento entre pueblos.



# Los casos de: Quito y Barcelona.



# Barcelona

- Si bien no es una ciudad de gran tamaño 101,4 KM<sup>2</sup>, presenta una gran complejidad por su diversidad cultural
- El turismo se ha vuelto un eje central en la gestión de la ciudad.
- Es una ciudad densamente poblada .



## La marca BCN-modelo turístico

- **UNA CIUDAD QUE RECONOCE SU VOCACIÓN TURÍSTICA**
- **Se ha desarrollado un plan estratégico de desarrollo turístico que incluye la consideración del turismo en la toma de decisiones en distintos ámbitos.**



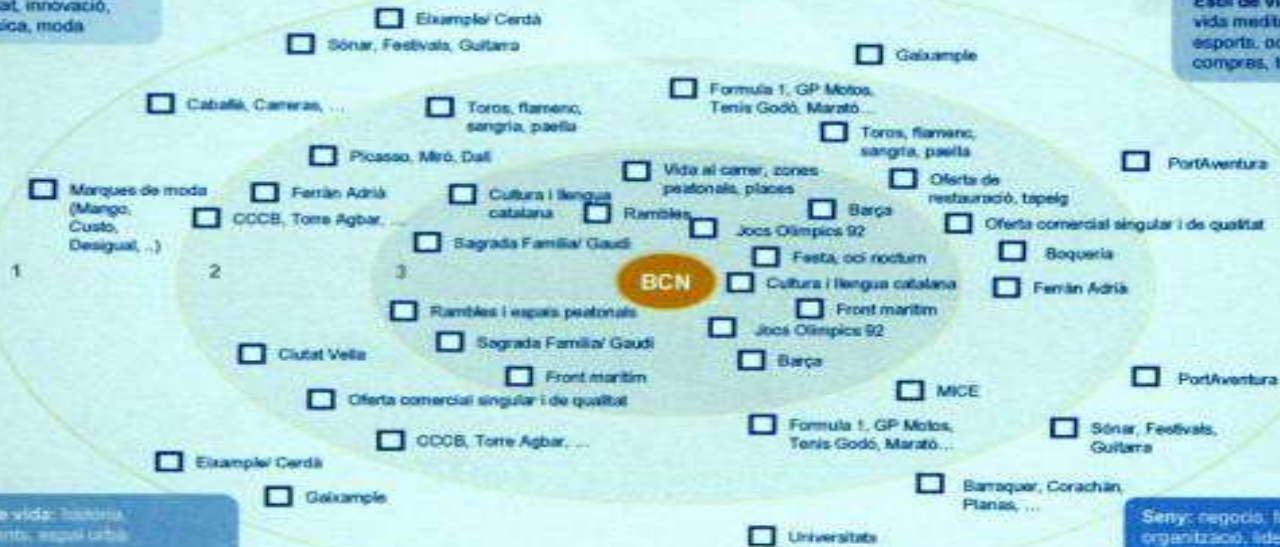


# Plan estratégico de turismo

Turisme **2015**  
BCN

**Reixa:** Cultura, creativitat, innovació, art, música, moda

**Estil de vida:** vida al carrer, vida mediterrània, identitat, esports, oci, gastronomia, compres, tolerància



Amb la seva manera de fer ciutat, Barcelona ha anat desenvolupant recursos, productes i finalment una important marca turística

# Estadísticas turísticas

- Recibe alrededor de 7.550.000 visitantes al año.
- Patrimonio de la humanidad (2 patrimonio inmaterial de la humanidad, 9 edificios patrimonio de la humanidad)
- El patrimonio es lo que más valoran los turistas junto con la oferta cultural.





# Relación del turismo con la comunidad

**Distrito de Ciutat Vella: Altamente turísticos, con recursos de alta potencialidad**



# Ciutat Vella: Barcelona

- **Concentración de recursos de alta potencialidad turística**
- **Concentración de alojamiento.**
- **Saturación física**
- **Peligro de gentrificación**
- **Excesiva especialización**



# Quito



**Patrimonio de la humanidad desde 1978.**

- **2011 fue nominada como Capital Americana de la Cultura.**
- **El patrimonio cultural de la ciudad es el principal atractivo turístico de Quito.**









## MISIÓN

### Razón de Ser

- Desarrollo y promoción turística de la ciudad (público y privado)
- Desarrollo de planta turística.
- Gestión del destino turístico
- Regulación de la actividad turística formal por transferencia de competencias.
- Generación de oportunidades de negocio turístico como empresa pública.

### Productos y Servicios

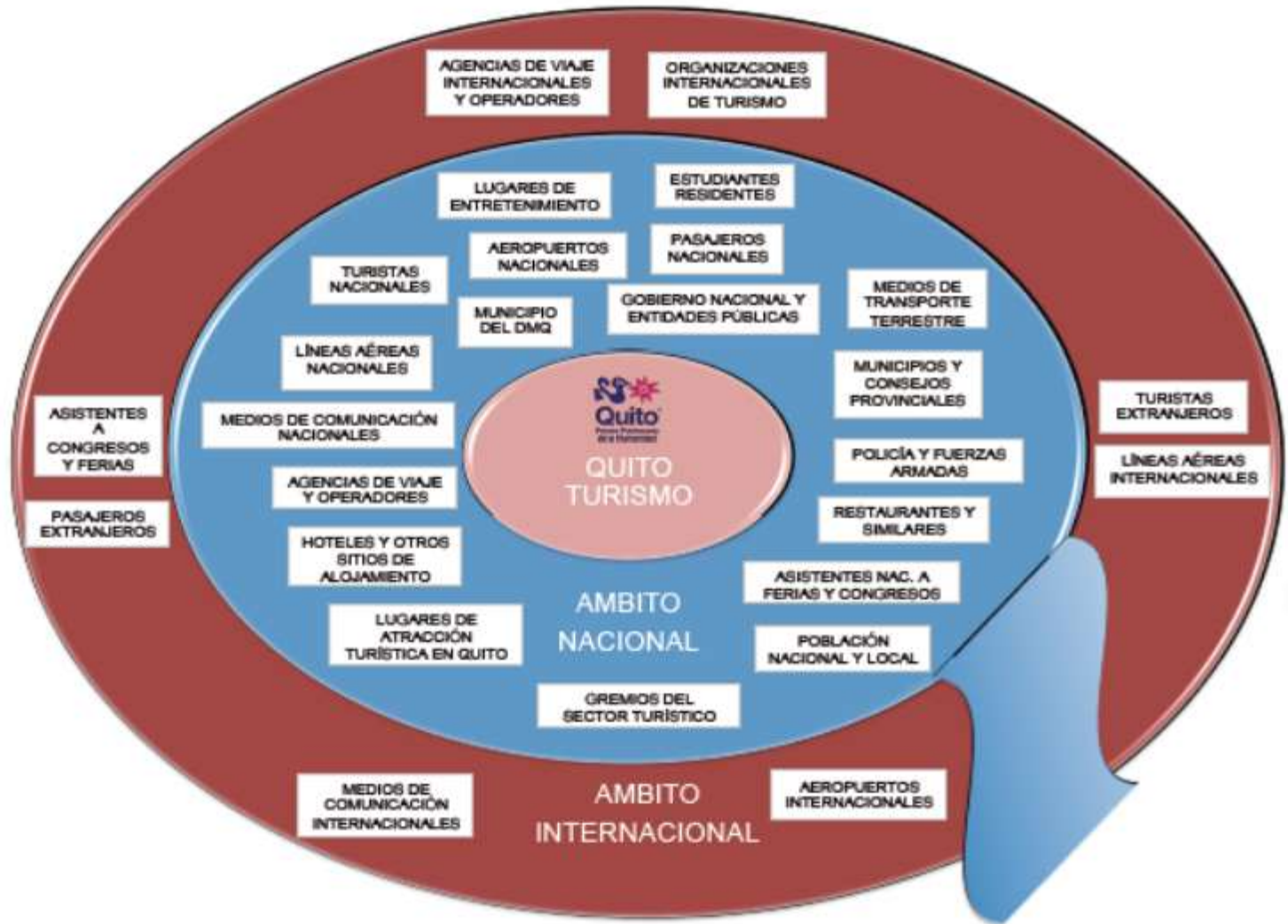
- Presencia de marca turística ciudad a nivel nacional e internacional.
- Avalar la calidad y legalidad de la actividad turística en el Distrito.
- Desarrollo del segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos)
- Prestar facilidades turísticas, información, servicio.

### Usuarios o Clientes

- Industria turística.
- Visitantes locales, nacionales e internacionales

### Ventaja competitiva

- Participación de todos los actores
- Estándares reguladores referenciales para otras entidades del sector a nivel regional.
- Poder de convocatoria y participación ciudadana
- Talento especializado (know how)
- Innovación constante



# Objetivos estratégicos de Quito Turismo

**INCREMENTAR EL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO EN EL Destino Mundial Quito.**

- 1. Aumentar la efectividad de los canales de promoción y difusión del destino**
- 2. Identificar y desarrollar nichos de mercado**
- 3. Desarrollar la estrategia digital para comercializar el destino y sus productos.**
- 4. Desarrollar ofertas turísticas competitivas**
- 5. Generar un modelo de gestión de proyectos rentables.**

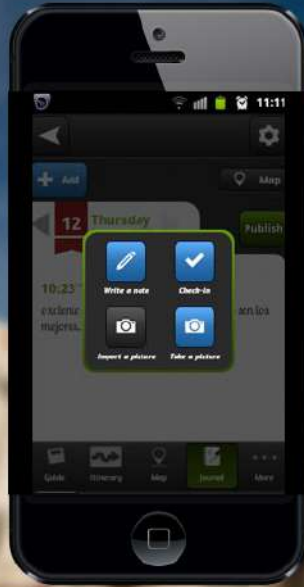
# Estadísticas- referencias de crecimiento económico

La política municipal en materia turística se basa en tres ejes:

- 1.vender a Quito como una sede para turismo de negocios, congresos y seminarios.
- 2.proyectarla como una ciudad patrimonial.
- 3.y promocionar el área rural de naturaleza y cultura.

El plan estratégico para el 2020 busca duplicar el número de visitantes e incrementar entre un 20% y 30% el gasto del turista en la ciudad.





# GUIA QUITO

Descarga gratis la guía oficial turística de Quito, lleva en tu móvil o tablet: mapas, agenda cultural, guías de atractivos turísticos, restaurantes y hoteles.

Crea y consulta tu itinerario de viaje en [app.quito.com.ec](http://app.quito.com.ec). Apunta con tu cámara y descubre lo que la ciudad que toca el cielo tiene para ti. Sincroniza la aplicación periódicamente para estar actualizado con la información de Quito.

- Itinerario personalizado y bitácora.
- 100% Off Line.
- Georeferenciación
- Disponible en español e inglés.
- Realidad aumentada.
- Agrega sitios de interés.



© Derechos Reservados © 2014



**MQ** 2014 VERANO DE LAS ARTES QUITO

VOTA



**Quito**  
Finalista Oficial  
7 CIUDADES  
MARAVILLA

# Casos de estudio

- Cuantitativamente distintos; litoral, faces de desarrollo de destino distinto
- Realidades distintas



Fuente: elaboración propia

## “Caso del barrio Yungay”

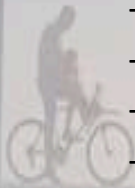
- Stakeholders
- Las ciudades son polifuncionales
- Estacionalidad estable a diferencia de sol y playa
- Competitividad de ciudades

- creación de productos que articulen el territorio
- Infra acceso a los destinos
- Puesta en valor de los recursos naturales y cult
- Servicios (planta)
- eventos y planes de destemporalizar (plan tercer edad
- normativa que incentive y regule
- sistemas de producción
- capacitación
- señalética
- Sistemas de calidad
- Ferias

## “Caso del barrio Cerro Concepción y Alegre”

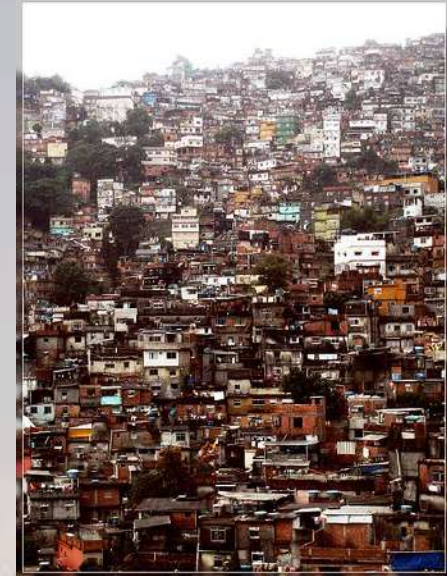
- Stakeholders
- Las ciudades son polifuncionales
- Estacionalidad estable a diferencia de sol y playa
- Competitividad de ciudades

- creación de productos que articulen el territorio
- Infra acceso a los destinos
- Puesta en valor de los recursos naturales y cult
- Servicios (planta)
- eventos y planes de destemporalizar (plan tercer edad
- normativa que incentive y regule
- sistemas de producción
- capacitación
- señalética
- Sistemas de calidad
- Ferias





# Otros casos



**DE TURISMO TOURIST INFORMATION**  
de las 8h às 20h Mon-Fri from 8am to 8pm

**0800-2822007**

**PROIBIDO FOTOGRAFAR**  
NESTA ÁREA DE MORADIA, SÓ FOTOGRAFE SE TIVER A PERMISSÃO DO MORADOR

**NO PICTURES**  
IN THIS AREA OF HOUSING, JUST SHOOT IF YOU HAVE THE PERMISSION OF THE RESIDENT

**BRASIL**  
PAÍS RICO E PAÍS SEM MORTEZA

SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER  
Ministério do Turismo

¿banalización del paisaje?  
¿escenificación y tematización?  
¿concentración de los impactos neg?



Esto está descrito , publicaciones científicas, ej balihai contraejemplo  
<http://www.redbocabarracas.org.ar>

# Bibliografía

- ÁVILA,R Y BARRADO,D, 2005, “Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales y Operativos para su Planificación y Gestión” *Cuaderno de Turismo*, Nº15, España
- BARRADO, T, 2004, *El Concepto de Destino Turístico. Una aproximación Geográfico-Territorial* IEPALA Editorial, Madrid.
- BERQUE, a. (1990) *Médiance: de mileux en paysages*. Ed Reclus. Montpeiller-Paris
- BIGNE, P; FONT, A; ANDREU, M. 2001, *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*. Editorial Esic, España
- BOLÓS I CAPDEVILA, Maria de (2008): *Història i evolució del concepte de paisatge*. Conferencia Inaugural en Curs d'actualització en fonaments de Paisatge i territori
- BOLÓS, M. de (dir.). (1992). *Manual de la Ciencia del Paisaje. Teoría, métodos y aplicaciones*. Masson, Barcelona.
- Borja
- CANCER, L. (1999). *La degradación y la protección del paisaje* *Interamerican Journal of Environment and Touris*
- CORDERO –SALAS, P; Chavarria, H; Echeverría,R; Sepúlveda,S, 2003, “Territorios Rurales, Competitividad y Desarrollo”. *Cuaderno Técnico*, Nº23. IICA.
- CORRALIZA, J. A. (1993). “Reacciones psicológicas a la estimulación escénica”. *Ecosistemas*, 6, pp. 46-49 Masson, Barcelona. 273 pp
- DEL CANTO, F, 2000, “Nuevos Conceptos y nuevos Indicadores de Competitividad Territorial en Zonas Rurales”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* Nº20
- FERNÁNDEZ TABALES, Alfonso (2004): “Turismo y ordenación del territorio”, *Quaderns de Política Econòmica. Revista electrònica. 2ª época. Vol. 7, May.- Ag. 2004.*
- GUIDEMAPS, 2004, *Manual sobre Toma de Decisiones y Participación Pública*, Editorial Comunidad de Madrid, España
- HAINES-YOUNG, R. & CHOPPING, M. (1996). Quantifying landscape structure: a review of landscape indices and their application to forested landscapes. *Progress in Physical Geography* 20, 4 pp. 418-445
- LENO,F, 1993, “Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico”.MICYT, Madrid.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (1999): “El paisaje en los procesos de producción y consumo turísticos: fundamentos, sinergias y conflictos”, en *Ponéncias III Congreso de Ciencia del Paisaje: “Paisaje y Turismo”*, Universidad de Barcelona, pp. 119-146, Barcelona.
- LYNCH, K, 1992 *Administración del paisaje*. Ed Norma colección Vitral.

# Conclusiones

- Desafío metodológico, trabajar con los principios de geografía del turismo y aplicar el análisis arquitectónico. Escala barrio
- Contrastadas valoraciones y usos del EP según actor: turista, comunidad, administrador diferentes grupos y unidades, valoran y se apropian distinto del EP
- juicio institucional, social del espacio contribuye a la construcción del patrimonio (Prats 2008)
- Aunar visiones y experiencias de la comunidad en relación a la valoración del EP en relación al turismo y sus impactos
- Enfatizar el fenómeno espacial de la significación turismo
- Identifican con criterios valorativos diferentes impactos por el turismo
- Desde una visión comunitaria y Cada barrio apuesta a un modelo de desarrollo diferente mayor control, modelos alternativos, planeado, abierto, participativo, endógeno, autogestionado coherente con Turismo de Base comunitaria
- El paisaje en todas sus dimensiones; física, (natural, urbano, rural), perceptual y social constituye una plataforma física, cultural para el turismo.
- Gentrificaciones, deterioros, mejoras incipientes, mejoras en estándares de calidad, puesta en valor del patrimonio, oportunidad de intercambio entre la cultura anfitriona y la turista.
- Externalidades e impactos que hay que prever desde el paisaje , describir, estudiar y luego diseñar.

## Bibliografía

- MARTÍNEZ DE PISÓN, E. (1998): “El concepto de paisaje como instrumento de conocimiento ambiental”, en *Paisaje y medio ambiente*, Fundación Duques de Soria, Grupo Endesa y Universidad de Valladolid. Valladolid, pp. 9-28
- MATA OLMO, R. Y TARROJA, (2006). *El paisaje y la gestión del territorio. Criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo*. Barcelona, Diputació de Barcelona-UIMP, 303-329.
- MATA OLMO, R.; Gómez Mendoza, R. y Fernández Muñoz, S. (2001). “Paisaje, calidad de vida y territorio”. *Análisis Local*, n.º 37, pp. 27-40.
- MERINERO, R;PULIDO,J.I,2009, “Desarrollo Turístico y Dinámica Relacional. Metodología de Análisis para la Gestión Activa de Destinos Turísticos, *Cuadernos de Turismo* N°23.
- MIRANDA, R (2006): “La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de malinalco, Estado de México”
- NOGUÉ, J. (1989): “Paisaje y turismo”, en *Estudios Turísticos* núm. 103: 35-45.
- NOGUÉ, J. (Ed.) (2007): *La Construcción social del paisaje*. Editorial Biblioteca Nueva, Madrid.
- OTERO, A, 2007, “La Importancia de la Visión de Territorio para la Construcción de Desarrollo Competitivo de los Destinos Turísticos”. *Cuadernos de Turismo*, N° 19.
- PRIORE, R. (2002). “Derecho al paisaje, derecho del paisaje”. En *Paisaje y ordenación del territorio*, Consejería de Obras Públicas y Transportes, Junta de Andalucía-Fundación Duques de Soria,
- PULIDO, 2007, *TURISMO Y SOSTENIBILIDAD. Estructura Económica del Turismo*. Editorial Síntesis.
- VALLS, J.F, 2004, *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Editorial Gestión 2000. Barcelona.
- VERA, F; LOPEZ PALOMEQUE, F; Marchena,M; Antón,S, 1997, *Análisis Territorial del Turismo. Una Nueva Geografía del Turismo*. Editorial Ariel, Barcelona
- Valls, 1996, *Las Claves del Mercado Turístico. Cómo Competir en el Nuevo entorno*. Deusto Turismo.
- WEAVER,D; LAWTON,L, 2007, “Twenty Years on: The state of contemporary ecotourism research”. *Tourism Management* , N°28.
- ZULUAGA, P (2006). Una mirada al paisaje como recurso turístico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. Volumen 2, n° 2