

## **Propuesta #11.**

### **«El turismo y la naturaleza aliados de la recuperación urbana».**

El desarrollo turístico sostenible en los destinos patrimoniales debería ser no sólo un deseo, cuya operatividad presenta dificultades, sino una estrategia explícita, necesaria para insertar el turismo en un marco de compatibilidad con el patrimonio, con el medio ambiente, con la sociedad y con la economía.

El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, su presencia dinamiza los diversos sectores de la vida de la ciudad, genera riqueza y empleo e introduce nuevas modalidades en el consumo y en el uso del suelo. En primer lugar, potencia el desarrollo de las ramas de actividad que cubren directamente las necesidades de consumo de los visitantes (hostelería, restauración, comercio y servicios de ocio y recreo) e impulsa también el desarrollo de otros sectores de actividad al tener un importante efecto multiplicador. Esto es algo que, especialmente en lo relacionado con el turismo y la hostelería, ha sido bien evidente durante la última década.

El turismo, además de incrementar la renta de la población local, también genera un aumento de los ingresos de las corporaciones locales. Su desarrollo puede contribuir a la revitalización económica de los destinos y sus entornos, ahora bien, también tiene su lado oscuro. Cuando la economía depende en exceso de esta actividad, se expone a serios peligros puesto que una disminución de la afluencia de visitantes o del gasto turístico puede provocar una crisis en el sistema productivo. A la oferta de empleo generada en las actividades directamente servidoras del turismo, hay que sumar el empleo indirecto generado en aquellas empresas que prestan bienes y servicios al sector. Se estima que por cada empleo directo creado en el turismo, se generan 1,2 empleos indirectos y 1,5 empleos inducidos.

Todo ello plantea la necesidad de prever suelos para nuevos usos e infraestructuras relacionados con la demanda turística. En general, existe una estrecha relación entre el esfuerzo en la conservación y una mayor o menor afluencia turística. La revalorización y utilización turística del patrimonio requiere, sin embargo, que esté integrada dentro de un proyecto cultural donde se inviertan, en alguna medida.

El desarrollo turístico sostenible en los destinos patrimoniales debería ser no sólo un deseo, cuya operatividad presenta dificultades, sino una estrategia explícita, necesaria para insertar el turismo en un marco de compatibilidad con el patrimonio, con el medio ambiente, con la sociedad y con la economía.

El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, su presencia dinamiza los diversos sectores de la vida de la ciudad, genera riqueza y empleo e introduce nuevas modalidades en el consumo y en el uso del suelo. En primer lugar, potencia el desarrollo de las ramas de actividad que cubren directamente las necesidades de consumo de los visitantes (hostelería, restauración, comercio y servicios de ocio y recreo) e impulsa también el desarrollo de otros sectores de actividad al tener un importante efecto multiplicador. Esto es algo que, especialmente en lo relacionado con el turismo y la hostelería, ha sido bien evidente durante la última década.

El turismo, además de incrementar la renta de la población local, también genera un aumento de los ingresos de las corporaciones locales. Su desarrollo puede contribuir a la revitalización económica de los destinos y sus entornos, ahora bien, también tiene su lado oscuro. Cuando la economía depende en exceso de esta actividad, se expone a serios peligros puesto que una disminución de la afluencia de visitantes o del gasto turístico puede provocar una crisis en el sistema productivo. A la oferta de empleo generada en las actividades directamente servidoras del turismo, hay que sumar el empleo indirecto generado en aquellas empresas que prestan bienes y servicios al sector. Se estima que por cada empleo directo creado en el turismo, se generan 1,2 empleos indirectos y 1,5 empleos inducidos.

Todo ello plantea la necesidad de prever suelos para nuevos usos e infraestructuras relacionados con la demanda turística. En general, existe una estrecha relación entre el esfuerzo en la conservación y una mayor o menor afluencia turística. La revalorización y utilización turística del patrimonio requiere, sin embargo, que esté integrada dentro de un proyecto cultural donde se inviertan, en alguna medida, las reglas del mercado.

Según estas reglas, la oferta prime sobre la demanda. Los ejes fundamentales de esta política deben ser la adecuada preparación, presentación e interpretación del patrimonio cultural, donde el planeamiento urbanístico o el territorial tienen un importante papel. Hay que hacer un esfuerzo para preparar los territorios para la función turística, sólo así se puede hablar, en sentido estricto, de destinos turísticos patrimoniales. Una ciudad y un centro histórico, además de un ámbito receptor de turistas, es un lugar donde se vive, un centro de negocios, una zona de compras y un espacio donde se localizan funciones administrativas. Se trata de una realidad multifuncional, donde una excesiva presión turística puede introducir importantes desequilibrios; es necesario dotarse de un planeamiento urbanístico o territorial que dé respuesta a las nuevas demandas funcionales y propicie estrategias cualitativas de multifuncionalidad.

Nuestras claves de intervención son las siguientes:

### **De la Agenda Urbana Española**

Realizar planes turísticos que tengan una visión integrada en la que se recojan acciones a largo plazo y en los que se permita participar de manera efectiva a las comunidades locales.

Desarrollar planes de marketing turístico que tengan como objetivos primarios los perfiles de turistas de calidad, de alta rentabilidad en el destino urbano que visita, y con un nivel cultural que permita valorar el patrimonio de la ciudad.

Apostar por la cultura, la gastronomía y los productos locales como recursos propios y existentes.

Conseguir la desestacionalización del turismo, revalorizando los recursos que fomenten el equilibrio socio—territorial, creando nuevas categorías de producto que sean capaces de operar todo el año.

Regenerar y reconvertir los destinos turísticos maduros para dotarlos de unos estándares de calidad actuales.

Impulsar el turismo urbano sostenible que gestione los flujos de visitantes y la capacidad de carga de los espacios históricos, evitando el efecto de masificación, que sea respetuoso con el patrimonio cultural y que garantice el equilibrio entre el turismo y el bienestar para las comunidades receptoras.

Favorecer el ecoturismo y el turismo rural como forma de dinamizar económicamente y de forma sostenible, entornos y núcleos territoriales en regresión, con el fin de diversificar la demanda de actividad y de sectores económicos.

Disponer de oferta hacia un turismo especializado con actividades ligadas a la innovación, la creatividad y el ocio.

### **Marca Cuenca Turismo**

Nuestro patrimonio natural, cultural y gastronómico nos convierte en referencia para el turismo nacional e internacional de interior. Bajo el sello de calidad que ya nos confiere ser Ciudad Patrimonio de la Humanidad debemos avanzar en la construcción de nuevos itinerarios turísticos que posibiliten una mejor integración del Casco Antiguo y el centro de la ciudad (superando la distinción entre uno y otro entorno para construir el concepto «centro histórico»), que acerquen a los turistas a nuestros barrios populares (San Antón y Tiradores), de extraordinario valor paisajístico y que cuente con el paseo del Júcar (desde el Recreo Peral al Bosque de Acero), como hilo conductor de la visita a nuestra ciudad (ofertando opciones de ocio de naturaleza que pueden servir de argumento para prolongar la estancia media en la ciudad).

La actividad cultural y el arte en las calles, un comercio abierto y atractivo, la excelencia en la oferta hostelera y la correcta difusión de nuestro destino deben ser los pilares de nuestra marca.

La ciudad ha de perseverar en fortalecer, en cooperación con los municipios de la provincia, los servicios que conforman nuestro destino turístico, y para ello debe seguir trabajando de forma proactiva con la Red de Ciudades Patrimonio, como motor de dinamización del sector turístico en España y herramienta colaborativa para nuestro posicionamiento internacional.

El *stand* de Turespaña acogido la presentación del Plan de Acción para la promoción internacional de las 15 Ciudades Patrimonio a lo largo de 2019, dentro del marco del convenio de colaboración que la red mantiene con Turespaña desde 2001.

Este acuerdo permite la realización conjunta y coordinada de acciones de marketing en torno a la marca «Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España» en los mercados internacionales, mejorando la eficacia y rentabilidad de las promociones que cada una de las entidades realiza. Para 2019 se prevé la presencia de las 15 ciudades en las ferias más importantes del mundo, la organización de presentaciones directas en mercados de origen y la participación en jornadas profesionales de comercialización, así como la organización de viajes de familiarización a las Ciudades Patrimonio de periodistas y turoperadores.