

TURISMO URBANO

 PROCOLOMBIA
PROMOVENDO O TURISMO EM COLOMBIA



CONTENIDO

1.

Turismo Urbano

1.1

Generalidades

1.2

Definiciones

1.3

Historia

1.4

El turismo urbano

1.5

Clasificación

1.6

Perfil del turista urbano

2.

Ciudades Capitales

2.1

Generalidades

2.2

Tipos de ciudades capitales

CONTENIDO

2.3 Importancia del turismo de ciudades capitales

2.4 Factores de impacto en el turismo de ciudades capitales

2.5 Índice Global de destinos capitales

3. Turismo Arquitectónico

3.1 Antecedente

3.2 Generalidades

3.3 Sitios destacados

3.4 Organización del viaje

3.5 Recomendaciones

CONTENIDO

4.

Turismo de arte

4.1

Definición

4.2

Perfil del turista

4.3

Arte en Colombia

4.4

Caso de éxito

5.

Tendencias, desafíos y Recomendaciones

GENERALIDADES

Definiciones

- ❑ La Organización Mundial del turismo se refiere al turismo urbano como aquel viaje que realizan los turistas a ciudades o lugares de alta densidad poblacional. La duración de estos viajes es normalmente corta (de uno a tres días), se pueden asociar estos viajes a descansos cortos.
- ❑ El turismo urbano es el conjunto de recursos o actividades turísticas localizadas en ciudades y ofrecidas a los visitantes de otros lugares*.
- ❑ Urbanización: es el crecimiento en la población que determina el desarrollo del urbanismo en las ciudades.
- ❑ El crecimiento del interés académico en turismo urbano está relacionado con el crecimiento de las ciudades**.



Fuente: *Vighetti, 1994; ** Pearce (2001).

Historia

1964 -
Stansfield
llamó la
atención sobre
el tema rural



1970- tierra y
placer –
Patmore



1976- Miossec ;
1968- Yokeno –
"Periferias de
recreo".



1998 – Tyler et
al. Relacionó
el turismo
urbano a las
políticas y a la
planeación,
manejo de
visitantes,
turistas,
recursos
eventos al
turismo.



1966 - Crisaller
propuso el
Spatial
Modelling
(Modelo
espacial) en el
cual el turismo
era una función
de las periferias
urbanas y no
centros
urbanos.

1975-
Recreación en
el campo" –
Coppock and
Duffield's

1993- Kotler et
al, técnicas de
marketing en
turismo urbano.

Las primeras investigaciones en el campo del turismo urbano fueron un poco enfocadas al uso y la economía de la tierra y la agricultura y conservación de la naturaleza.

El turismo urbano



- ❑ Cada vez se convierte en un producto turístico más popular.
- ❑ La estadía promedio en este producto es de 3 días.
- ❑ Son destino que no requieren más de 3 horas de vuelo.
- ❑ Es un producto turístico complementario a las vacaciones principales.
- ❑ En ocasiones representa un turismo conectado a una oferta especial o un evento (ej. Festival, expo, etc).
- ❑ El turista urbano quiere estar siempre bien informado durante su viaje para conocer su destino en mayor proporción.

Clasificación

El turismo urbano se clasifica en las siguientes categorías:



Urbanizaciones
turísticas



Turismo Histórico

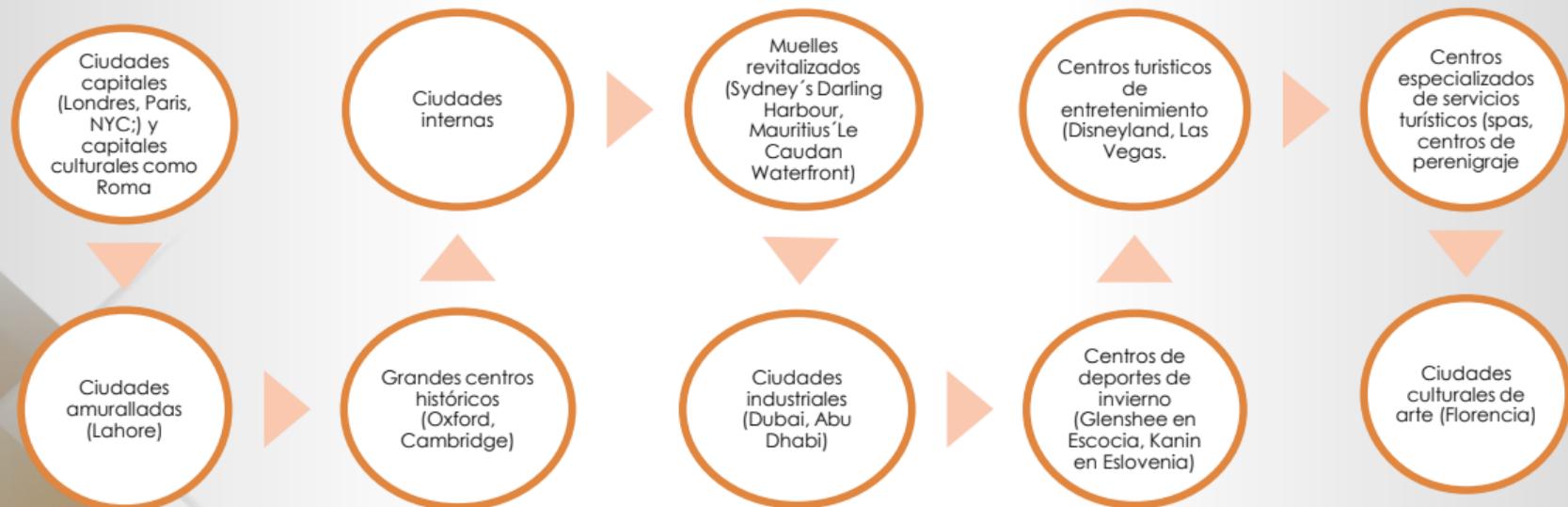


Ciudades
"transformadas"



Categorías adicionales en turismo urbano

El turismo urbano tiene una sub- clasificación debido a su diversidad, estas son:



Aspectos a considerar en turismo urbano

Producto turístico complementario.

Producto turístico Primario



Imagen turística.



Accesibilidad doméstica (cómo moverse dentro del destino).



Accesibilidad externa (Cómo llegar al destino).

Perfil del turista urbano

Existen diferentes tipos de turistas urbanos pero tienen dos aspectos comunes frente a sus expectativas:

1. Buscan una buena movilidad facilitada por una red de transporte eficiente y acceso a información.
2. Una ciudad en donde todo pueda ocurrir pero también llena de memoria: rica en patrimonio pero llena de vida, gracias a los eventos culturales, las reuniones, etc.



Perfiles del turista urbano

Impulsivo

- Busca tranquilidad durante la visita.
- Una ciudad práctica

Ansioso

- La decisión se toma en el lugar y motivado por algún evento especial o deseo
- Una ciudad mágica que lo sorprenda.

- Busca experiencias geográficas y emocionales
- Una ciudad que lo aleje de la cotidianidad.

Aventurero

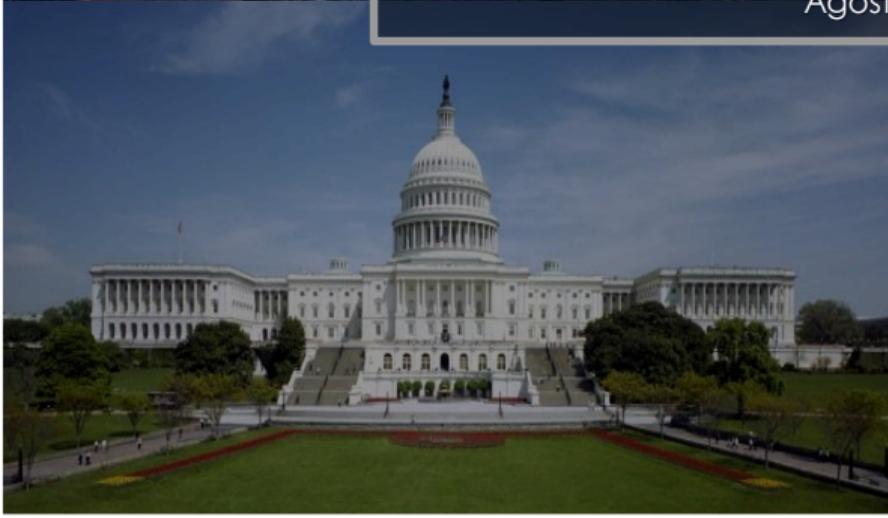
- Elige la mejor oferta preciodad.
- Una ciudad divertida y recreacional.

Inteligente



CIUDADES CAPITALES

Agosto 2016



GENERALIDADES

¿Qué se entiende por turismo de ciudades capitales?

- El turismo de ciudades capitales representa un caso especial del turismo urbano*.
- El turismo de capitales hace referencia a aquellos lugares donde se encuentran las autoridades y son tomadas decisiones importantes; muchas de las capitales son sedes de no solamente instituciones políticas sino también administrativas**.



TIPOS DE CIUDADES CAPITALES

Clasificación de las ciudades capitales

Existen diferentes tipos de capitales:

- Capitales multifuncionales: combinan la mayor parte de los niveles y funciones del país. Ejemplo: París, Londres y Estocolmo.
- Capitales globales: representan el orden súper nacional en temas políticos y comerciales. Ejemplo: Nueva York y Tokio.
- Capitales políticas: creadas para concentrar el poder político y frecuentemente sin otras funciones o ganándoselas en el tiempo hasta que la función política es establecida. Ejemplo: Washington, Ottawa, Canberra, y Brasilia.



Tipos de ciudades capitales



- Ex capitales: aquellas que perdieron su rol como sede de gobierno pero que congregan funciones históricas. Ejemplo: Leningrado, Filadelfia.
- Ex capitales imperiales: aquella capitales que han perdido el imperio pero que todavía tienen la función como capitales nacionales u otras funciones. Ejemplo: Lisboa, Madrid, Viena, Londres.
- Capitales de provincia o de estado. Ejemplo: Montreal, Múnich, Melbourne, Vancouver.
- Súper capitales: funcionan como centros para organizaciones internacionales. Ejemplos: Bruselas, Estrasburgo, Nueva York.

IMPORTANCIA DEL TURISMO DE CIUDADES CAPITALES

Importancia de las capitales



| DELAY | FLIGHT | DESTINATION | ROWS | GATE |
|-------|---------|-------------|------|------|
| | SN 2585 | BERLIN TXL | 4 - | 5 |
| | IB 3197 | MADRID | 6 - | |
| | KL 1726 | AMSTERDAM | 7 - | |
| | LH 4607 | MUNICH | 8 - | |
| | BD 1630 | EDINBURGH | 9 - | B |
| | SN 2811 | PRAGUE | 4 - | 5 |
| | SN 2555 | WARSAW | 4 - | 5 |
| | SN 2317 | GOTEBORG | 4 - | 5 |

- La función cultural de la capital es representar logros, identidades culturales, costumbres y creencias de un país.
- La capital tiene instituciones, eventos, atracciones, símbolos, paisajes, y representación de las autoridades principales que garantizan que en la capital está todo, además de exhibir valores culturales, aspiraciones y tradiciones de una ciudadanía.
- Las ciudades capitales pueden ser atractivos tanto para el turista internacional como el doméstico.

Importancia de las capitales



- Ciudades como Canberra, Australia o Washington, Estados Unidos; reconocen el valor de la capital a través de entidades como National Capital Authority (Australia) y la National Capital Planning Commission (USA) en donde se revisan las acciones de política pública que irán encaminadas a darle la importancia de capital que merece y a desarrollar estrategias cuyo objetivo es el desarrollo económico de las mismas, en este sentido, reconocen la estrecha relación que tiene el turismo en el cumplimiento de este último objetivo.

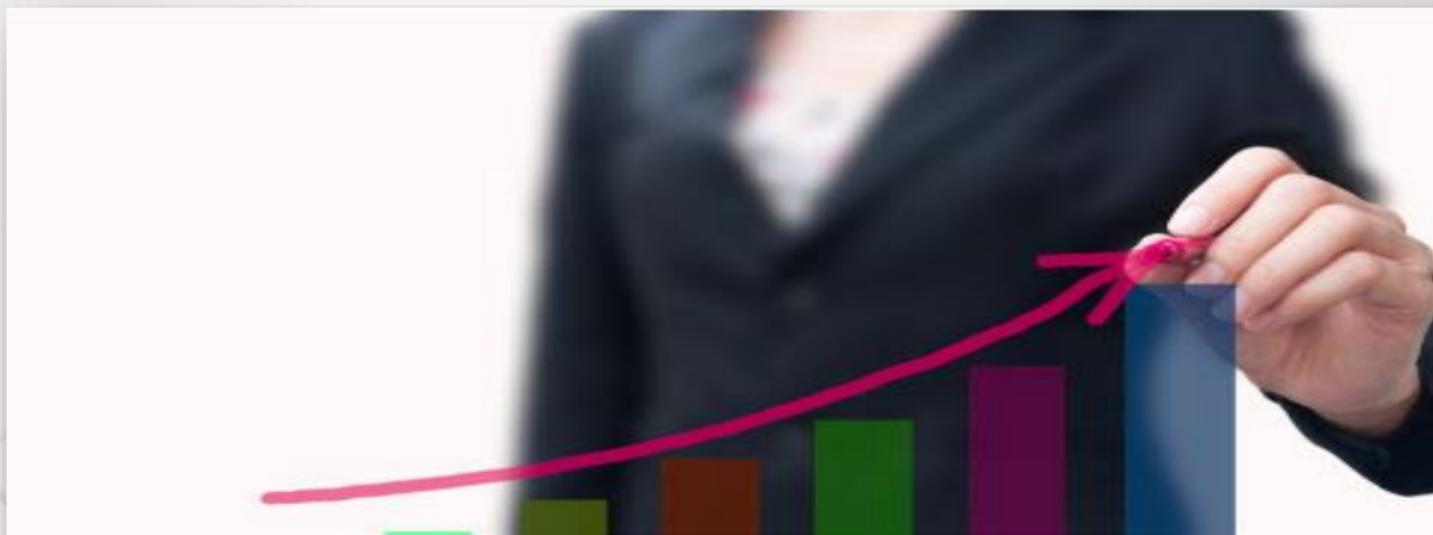
Importancia de las capitales

- El estatus político de las ciudades capitales puede también influenciar los flujos de los viajeros de negocios porque está claro que las decisiones de gobierno influyen también las decisiones de negocio.
- Las ciudades capitales son un índice importante de los valores políticos dominantes de sus países, a esto se debe agregar que quizá son barómetros significativos de cambio urbano a escala global.



Importancia de las capitales

- Las ciudades están en constante crecimiento y en un permanente cambio para ofrecer a sus visitantes las experiencias y productos que ellos esperan, a su vez dichos productos y experiencias también están en cambiando con el fin de adaptarse a una demanda creciente



FACTORES DE IMPACTO EN EL TURISMO DE CIUDADES CAPITALES

Aspectos que impactan el turismo de ciudades capitales

Gobierno y planeación.

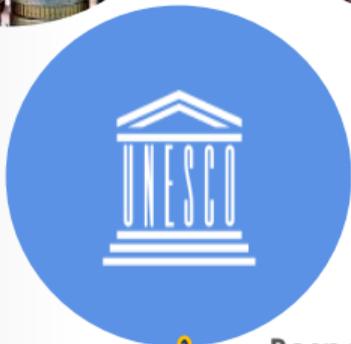
Contribución económica



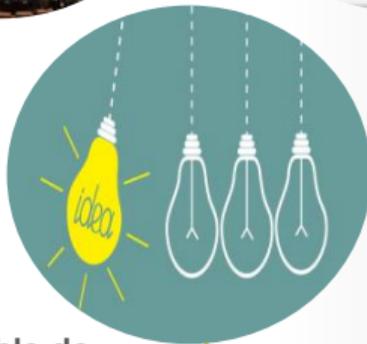
Promoción y marketing.



Recursos humanos.



Responsable de turismo: patrimonio cultural y natural.



Innovación.



Experiencia de quien la visita

ÍNDICE GLOBAL DE DESTINOS CAPITALES

Ranking mundial de destinos capitales

- “En los últimos cinco años este índice ha mostrado un gran dinamismo, impulsado por la mejora de las infraestructuras, el aumento del poder adquisitivo especialmente entre las clases medias en expansión de los mercados emergentes y la aparente sed insaciable de cada vez mayor número de personas por visitar el mundo”, explica el informe de Mastercard.
- De hecho, entre las 20 ciudades del mundo que reciben más turistas, las cuatro urbes que registraron los **crecimientos más fuertes** durante el período 2009-2015 (aumentos de entre el 10% y el 15%) están situadas en Asia: Taipéi, Tokio, Bangkok y Seúl, gracias sobre todo al turismo emisor de China. La quinta es Estambul.
- **Londres, Nueva York y París encabezan el Ranking mundial de las ciudades donde más gastan los turistas extranjeros**, según el informe de Mastercard que incluye tanto el gasto en destino como el precio del pasaje de avión hasta el destino.

Ranking mundial de destinos capitales

Otro dato del índice Mastercard surge al comparar la evolución de la economía mundial con el ritmo de crecimiento en las llegadas de turistas internacionales y su correspondiente gasto turístico.

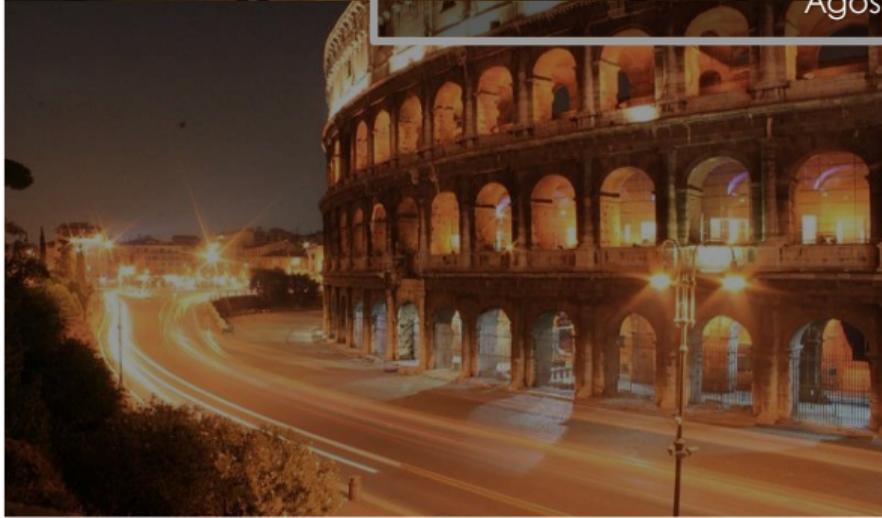
*gasto en miles de millones de dólares realizado por turistas que pernoctan al menos una noche en la ciudad, incluye el gasto del destino como el tiquete de avión.

| # | País | Gasto (millones USD) |
|----|--------------|----------------------|
| 1 | Londres | 20.23 |
| 2 | Nueva York | 17.37 |
| 3 | París | 16.61 |
| 4 | Seúl | 15.24 |
| 5 | Singapur | 14.65 |
| 6 | Barcelona | 13.86 |
| 7 | Bangkok | 12.36 |
| 8 | Kuala Lumpur | 12.02 |
| 9 | Dubái | 11.68 |
| 10 | Estambul | 9.37 |



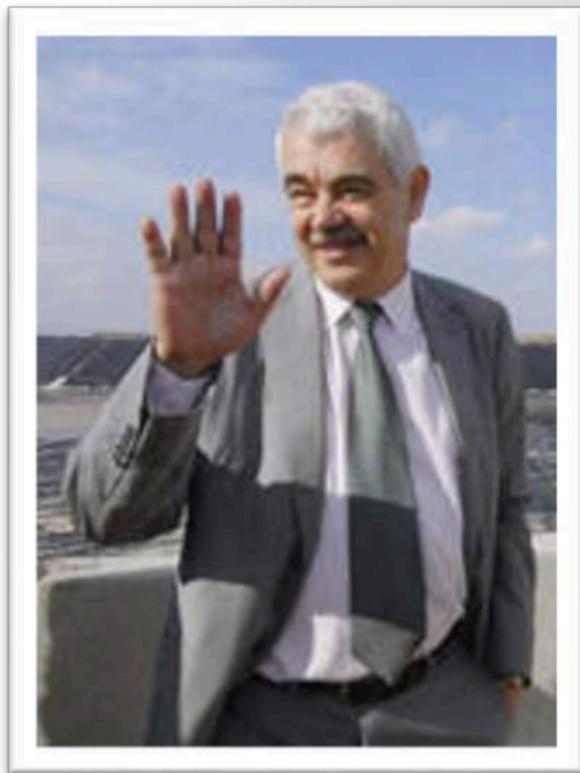
TURISMO ARQUITECTÓNICO

Agosto 2016



Antecedente

Pascual Maragall, alcalde de Barcelona durante los Juegos Olímpicos de 1992 vio la posibilidad unir la arquitectura de autor con la promoción turística y la renovación urbana, tendencia que le dio muy buenos resultados y fue replicada casi que por todo el mundo.



Generalidades

- *Turismo Arquitectónico* significa viajar a un sitio para ver sus monumentos históricos y arquitectura como principal ambición.
- El turismo arquitectónico está muy relacionado al turismo de arte en un sentido general y hace parte de las actividades en turismo cultural que se han estudiado.
- Gracias a este tipo de turismo se pueden llegar a conocer las ciudades y sus encantos de una manera diferente a través de la arquitectura, de esta forma se reconocen las influencias que marcaron el destino y su evolución.
- En cualquier ciudad del mundo se puede observar este tipo de turismo, aquí la diferencia la marca el número de atractivos.

Generalidades

- Las atracciones turístico-arquitectónicas se materializan principalmente en museos o salas para concierto, aunque en ocasiones, el turista está más atraído por su arquitectura que por el programa cultural que alberga, por ejemplo: en el Museo de Guggenheim (en Bilbao o Nueva York), muchos de los turistas no entran a las salas de exposición, se conforma con ver el edificio desde fuera, entrar al vestíbulo, a la tienda o la cafetería.
- Las visitas a castillos, ruinas o localizaciones y edificios con significado histórico, especialmente cuando la arquitectura juega un rol vital en rutas de lugares históricos.



Sitios destacados

- Estados Unidos, Japón y algunas capitales europeas (en la foto Berlín)



Organización del viaje

- Existen agencias de viajes especializadas en la organización de recorridos por países reconocidos arquitectónicamente.
- Las paradas de los tours normalmente son en edificios emblemáticos de la arquitectura contemporánea.
- Existen grupos de estudiantes, arquitectos, diseñadores e ingenieros que contratan a dichas agencias para visitar por ejemplo: la obra de Le Corbusier, Mies van der Rohe o Frank Lloyd Wright.
- Las agencias se encargan del transporte, alojamiento, charlas sobre la construcción e historia de los edificios y permisos para visitar residencias privadas o instalaciones científicas.



Recomendaciones

- Para la mayoría de las piezas arquitectónicas internacionales hay material comercial e informativo gratuito para complementar las visitas. Habitualmente, se encuentran en las oficinas de turismo, organizaciones de gobierno y cultura y también en museos, páginas web, entre otros.
- En el caso de la arquitectura local si la información no está disponible, puede ser útil recopilar información, posiblemente con la ayuda de la comunidad local, de habitantes interesados en la arquitectura y/o arqueología, como un grupo de notas, historias, descripciones o fotos, mapas y dibujos.

Recomendaciones

- Desde hace tiempo están en uso las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) y las opciones de internet como páginas web, bases de datos online y emails informativos. El uso de facebook y twitter y otras redes sociales son también medios para dar información a los visitantes, dándoles nuevas opciones y motivándolos a que regresen.
- Con el crecimiento del uso de los teléfonos móviles, smartphone y tablets se ha abierto el camino para nuevas opciones basadas en servicios geolocalizados, que aportan al turista información extra, rutas con información de arquitectura y proveen guías diarias para los diferentes sitios arqueológicos. Los mapas de rutas también pueden reforzarse con información o incluso ser representados como un juego para los turistas.



TURISMO DE ARTE

Agosto 2016



Definición de turismo de arte

Definiciones de arte en turismo:

- El lado cultural, tales como el establecimiento de estatuas, monumentos, y/o murales o exhibiciones de arte por razones del embellecimiento de la comunidad.
- El lado comercial en el que el público ve/escucha alguna forma de expresión artística a cambio de dinero.

Perfil del turista de arte

Dentro de las actividades que se pueden encontrar en este tipo de turismo tenemos:

- Artesanías
- Sitios históricos
- Festivales musicales
- Presentaciones musicales y/o de artistas locales
- Obras de teatro
- Galerías de arte
- Festivales artísticos (cine, literarios, etc)
- Ballet / danza



Fuente: <http://www.tourismandmore.com/tidbits/las-artes-y-el-turismo/>
<http://www.nasaa-arts.org/Research/Key-Topics/Creative-Economic-Development/Cultural-Visitor-Profile.php>

¿Cómo potencializarlo?

Conozca el perfil de sus potenciales clientes.

Conozca su oferta



Sociedad de turismo/ arte.



Galerías de arte



Promueva las lecturas literarias

El arte en Colombia

- Algunos ejemplos del buen momento que el arte colombiano son:
 - En 2015, Colombia fue el país invitado de honor en la feria ARCOmadrid.
 - El premio de Arte de Hiroshima otorgado a la artista Doris Salcedo
 - Galería Saatchi Londres – Fredy Alzate, Oscar Murillo y Rafael Gomezbarros
- La máxima exponente del país es Bogotá. Por ejemplo, del 2011 al 2013, la asistencia a la feria artBO pasó de 16 a casi 25.000 asistentes, señala su directora, María Paz Gaviria y añade que "a pesar de lo que se dice, el mundo del arte se está democratizando cada vez más y hay mayor acceso para las personas que no están directamente vinculadas con el medio o el mercado del arte".



Caso de éxito



- ❑ Roma, Milán, Venecia y Florencia son consideradas como las principales ciudades de arte en Italia.
- ❑ Según un estudio desarrollado por el Instituto Italiano de turismo, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Suiza y Alemania, son las nacionalidades que más visitan las ciudades de arte italianas.

- Algunos ejemplos de asociaciones de arte en el mundo son:
 1. The American Association of Museums, (Asociación Americana de Museos)
 2. Institute of Museum Services, (Instituto de Servicios a Museos)
 3. International Association of Convention and Visitor Bureaus (Asociación Internacional de Negocios de Visitantes y Convenciones)
 4. National Assembly of Local Acts of Agencies, (Asamblea Nacional de Agencias de Actos Locales)
 5. National Endowment for the Arts, (Donacion Nacional para las Artes)
 6. National Endowment for the Humanities (Donación Nacional para as Humanidades)
 7. National Trust for Historic Preservation (Fondo Nacional para la Preservación Histórica)

TENDENCIAS, DESAFÍOS Y RECOMENDACIONES

Tendencias en destinos emergentes



- El acceso a las experiencias y emociones son más asequibles para todos.
- El enfoque ahora es el gozar lo cual desplaza parcialmente el costo.
- La demanda de las prácticas sostenibles adquieren cada vez más importancia.
- El constante crecimiento de la población urbana resalta la importancia del turismo como factor integral de desarrollo para las ciudades.
- Factores como la valoración de los espacios, la naturaleza y el compromiso de los ciudadanos en la protección y conservación de las mismas, son parte del disfrute de la gente.

Tendencias del turismo urbano

La ciudad debe ser divertida, festiva y sostenible

- Los pueblos y las ciudades se esfuerzan por diferenciarse cada una, explorando sus particularidades y atrayendo con intensivas agendas de eventos.
- El espacio urbano se convierte a sí mismo en un escenario de promoción.

Encontrarse e interactuar con los locales

- Desarrollar el turismo basado en la construcción de networks con los locales.
- La necesidad de los turistas por "vivir la experiencia como locales" para integrarse a profundidad.

Descentralización de las áreas turísticas de la ciudad

- Aumentar el interés en visitar y descubrir los lugares y atracciones: favelas, áreas contemporáneas de vivienda etc.
- Nuevas motivaciones para viajar apartándose de lo tradicional cultural-patrimonial y de compras: turismo industrial, turismo étnico.

Desafíos

La Organización Mundial del Turismo, plantea unos desafíos que deben tener en cuenta todos los actores de la cadena del sector para evitar un impacto negativo en las ciudades capitales, estos son:

- ❑ Cómo manejar el creciente número de turistas llegando a las ciudades de modo sostenible y sin afectar la vida de sus habitantes?
- ❑ ¿Cómo usar el turismo urbano para mejorar la calidad de vida de la población local?
- ❑ ¿Cómo asegurarse que los planes de acción de turismo y del desarrollo de la ciudad hagan parte de la agenda de Gobierno?
- ❑ ¿Cómo se incorporan los conceptos de nuevas tecnologías para crear ciudades inteligentes, más competitivas, sostenibles, accesibles y humanas?
- ❑ ¿Cómo medir el impacto económico del turismo en las ciudades?
- ❑ ¿Cómo pueden las ciudades tomar acciones para reducir el impacto en el ambiente y promover beneficios para el turismo verde?

Recomendaciones

Según la OMT gracias a los desafíos que viene con la sociedad moderna existen algunos puntos que se pueden tener en cuenta:

1. Enfrentar el mundo con la mente abierta
2. Transformar la información en conocimiento y aplicarlo de la mejor forma
3. Trabajar de la mano de los diferentes actores , integrando necesidades e intereses estratégicamente.



TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH ДІКУ
GRATIAS 감사합니 MATONDO MAAKE NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALINTAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIEKUJE