

INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y HUMANIZACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO FACTORES PRIMORDIALES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO COMPETITIVE

INNOVATION, SUSTAINABILITY AND HUMANIZATION OF PUBLIC
SPACE AS PRIME FACTORS FOR COMPETITIVE TOURISM
DEVELOPMENT

Recibido: 30/10/2017 – Aceptado: 26/11/2017

Juan Manuel Mantilla Echeverría

Docente – Universidad de Otavalo

Otavalo – Ecuador

Doctorado en Turismo Integral Interculturalidad y Desarrollo Sostenible

juan.m.mantilla@gmail.com

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. *Tierra Infinita* (5), 217-237
<https://doi.org/10.32645/26028131.973>

Resumen

La presente ponencia tiene como objetivo principal analizar como en la actualidad el desarrollo turístico competitivo depende de varios factores entre los principales la innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público, estos factores permiten generar resiliencia y un lugar de habital atractivo primero para los ciudadanos residentes y como consecuencia a los turistas y visitantes nacionales e internacionales, los principales responsables de aplicar estos factores son los gobiernos de cercanía, con mayor énfasis las municipalidades que con políticas públicas adecuadas pueden plasmar estos factores en el desarrollo de las ciudades especialmente de las zonas urbanas donde se concentra la mayor cantidad de habitantes y son el eje de distribución de los visitantes y turistas a destinos cercanos. Además, en la actualidad un factor de atracción de las ciudades para la realización de varios tipos de turismo como por ejemplo el de eventos, congresos y reuniones es la calidad de desarrollo de las ciudades en varios aspectos de la vida cotidiana como espacios públicos, medios de transporte, tecnología, cultura y arte. Mientras más innovadora, sostenible y humana es la ciudad mayor éxito tendrá como destino turístico.

Palabras Clave: innovación, sostenibilidad, humanización, desarrollo turístico competitivo

Abstract

The main objective of this paper is to analyze how competitive tourism development currently depends on several factors, including innovation, sustainability and humanization of public space. These factors make it possible to generate resilience and an attractive habitat first for residents and citizens. as a consequence, to national and international tourists and visitors, the main responsible for applying these factors are the local governments, with greater emphasis the municipalities that with appropriate public policies can capture these factors in the development of cities, especially in urban areas where The largest number of inhabitants is concentrated and they are the distribution axis of visitors and tourists to nearby destinations. In addition, currently a factor of attraction of cities for the realization of various types of tourism such as events, conferences and meetings is the quality of development of cities in various aspects of daily life as public spaces, media of transport, technology, culture and art. The more innovative, sustainable and human the city, the more successful it will be as a tourist destination

Keywords: innovation, sustainability, humanization, competitive touris development

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. Tierra Infinita (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

Introducción

Esta ponencia es un trabajo de investigación documental y bibliográfica a través de la utilización del estudio de casos y método deductivo en el cual se estudian ejemplos de acciones de innovación, economía creativa y humanización del espacio público en varias ciudades y sus impactos en la mejora de la calidad de vida de las ciudades además de su competitividad y por ende su potencial como destino turístico.

Este análisis se hace a través del eje transversal de la sostenibilidad que esta enlazado fuertemente con los tipos de economías estudiadas: la creativa y la colaborativa ya que ambas permiten el aprovechamiento de los recursos existentes y la generación infinita de ideas, servicios y productos a través de la creatividad. También se analizan algunos casos de humanización y democratización del espacio público con ejemplos como peatonalizaciones, potencialización de parques y restauración de edificaciones públicas y privadas como mercados populares y casa patrimoniales se analiza como estos casos potencian la oferta turística de un destino.

Para finalizar la ponencia se establecen propuestas sobre las acciones y políticas públicas que debe determinar una ciudad para promover los tipos de economía analizados con el eje transversal de la sostenibilidad y la humanización del espacio público para generar factores de competitividad de la ciudad para posicionarse como un destino turístico innovador y atractivo.

Materiales y Métodos

Es importante analizar el contexto en que se impulsan y desarrollan algunas propuestas innovadoras para el fomento de políticas públicas que permitan el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible establecido en el 2015 por la asamblea general de las naciones unidas con la participación de 193 países incluidos el Ecuador donde se proponen 17 ejes de trabajo que son:

- Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
- Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
- Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
- Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. Tierra Infinita (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

- Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
- Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
- Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
- Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
- Construir infraestructuras resistentes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
- Reducir la desigualdad en y entre los países
- Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resistentes y sostenibles
- Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (United Nations Development Programme, 2017)

Los ODS se basan en los logros de los Objetivos del Milenio y tienen como objetivo erradicar la pobreza, proteger al planeta del cambio climático y las amenazas medio ambientales además de trabajar para garantizar paz y prosperidad a los habitantes. Esta campaña global es un esfuerzo de la gran mayoría de los países y habitantes del planeta para tratar de garantizar la conservación del planeta y una vida digna para el presente y futuro de la humanidad. (Naciones Unidas, 2016) (United Nations Development Programme, 2017) 2017 año internacional del turismo sostenible para el desarrollo

La organización mundial de turismo OMT organización perteneciente a la Organización de Naciones Unidas ONU es la comisionada para promover el desarrollo turístico. La OMT fue elegida en el 2017 para organizar y celebrar el año internacional del turismo sostenible como una acción vinculada al trabajo del logro de los objetivos de desarrollo sostenible, esa decisión se la toma en son de varios aspectos entre ellos lo manifestado por el Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon en el 2015 por motivo del día mundial del turismo.

“Con más de mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años, el turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. Tierra Infinita (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

en la vida de millones de personas. Las posibilidades del turismo de incidir en el desarrollo sostenible son considerables. Por ser uno de los principales sectores de generación de empleo en el mundo, el turismo ofrece importantes oportunidades de subsistencia, con lo que contribuye a aliviar la pobreza e impulsar el desarrollo inclusivo”

En el 2018 la organización mundial del turismo realizará un informe de los logros y actividades realizada durante el año internacional el, informe que será presentado ante las naciones unidas. (World Tourism Organization, 2016) (Organización Mundial de Turismo, 2017)

Economía creativa o economía naranja

El término economía naranja fue acuñado por primera vez por el Banco Interamericano de Desarrollo BID para referirse a la economía creativa, la economía creativa es una actividad en crecimiento y desarrollo poco estudiada en américa latina, pero que en la actualidad está siendo impulsada por sus amplias posibilidades para el aporte en el desarrollo económico y social.

Algunos datos importantes de la economía creativa se encuentran en el estudio del BID “la economía naranja una oportunidad infinita” este libro afirma algunos datos como, por ejemplo; que la economía creativa representa el 6,1 % del PIB mundial, que los bienes y servicios de la economía creativa representan el aproximadamente 646000 millón de dólares y que es la 5 mercancía más transada en el mundo amenas representa dos veces el gasto mundial militar. (Buitriago Restrepo & Duque Márquez, 2013) (Naciones Unidas/PNUD/ UNESCO, 2014)

Según (Getino, y otros, 2014) Los conceptos de “Economía Creativa” e “Industrias Creativas”, originados a finales del siglo pasado en el campo académico australiano, concretamente en 1994, pronto fueron asumidos por el gobierno de ese país como parte de un concepto más totalizador como fue el de “nación creativa”. Rápidamente fue traspalado al Reino Unido, donde la política del gobierno aprobó la creación de una task force o fuerza de tareas múltiples, que comenzó a ocuparse de las tendencias del mercado y las ventajas competitivas de un amplio campo de la cultura, como el conformado por la radio y la televisión, las industrias del libro y del disco, el cine y el video, los espectáculos, la publicidad, arquitectura, mercados de arte y antigüedades, artesanías, diseño y moda, los servicios informáticos y el software.

Es decir a finales del siglo pasado en algunos países principalmente anglosajones se empezaron a desarrollar y establecer políticas públicas para el desarrollo e impulso de la economía creativa entre estos también se encuentra Canadá y específicamente la ciudad de Montreal que desde hace 20 años atrás ha desarrollado clúster creativos del arte, cultura, cine, circo etc. teniendo un impacto positivo al momento de potenciar su ciudad como un atractivo turístico diferenciado, esto a través de entidades como la agencia de financiamiento para el desarrollo de Montreal que

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. Tierra Infinita (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

realizo un préstamo de 350 mil dólares para la creación del circo del sol, empresa que en la actualidad genera 500 millones de dólares y miles de empleos alrededor del mundo, acciones como estas entre otras políticas públicas importantes han permitido que Montreal reciba casi 10 millones de turistas en el año 2016 (Duque, 2015) (Aguzzi, 2016)

Otro caso de estudio es la ciudad de Bilbao tradicionalmente caracterizada por la industria pesada como una de sus principales actividades económicas pero que en la actualidad han pasado a un segundo plano gracias a la apuesta por la economía creativa, en la actualidad según el instituto vasco de estadística la industria en el 2012 representada el 6,9% del PIB (Instituto Vasco de Estadística, 2017) a comparación del 12% del PIB que le representa en la actualidad la economía creativa a Bilbao (Duque, 2015) esto como consecuencia entre algunas cosas la construcción y puesta en marcha el museo de arte contemporáneo Guggenheim iniciada su construcción en 1993 y terminada en 1997 (FMGB Guggenheim Bilbao Museoa, 2017), la apuesta a al desarrollo de la economía creativa ha llevado a Bilbao a pasar de 500 mil visitantes anuales a 3 millones anuales en un periodo de 8 años. Tanto Bilbao como Montreal son dos casos de estudio evidencia el éxito de la aplicación de políticas e inversión en la economía creativa generando un aporte directo al crecimiento del turismo en sus respectivas ciudades.

Economía colaborativa

La economía colaborativa es una nueva alternativa para el desarrollo económico que prima el uso de los bienes sobre la posesión de los mismos, existen dos elementos importantes para su desarrollo según (Creus, 2014) la generación de confianza que se necesita para compartir un bien que es de propiedad de alguien y las plataformas tecnológicas que nos permiten dar a conocer los bienes que se pretenden compartir, en la economía colaborativa es muy importante el desarrollo de plataformas tecnológicas abiertas que primero promueven la utilización de bienes subutilizados y que a través de esas plataformas los usuarios y las personas que alquilan o prestan los bienes pueden calificar al usuario, o la calidad del bien generando una relación de ida y vuelta y que también permite que el nuevo consumidor tenga referencias del producto que necesita, una de las consecuencias de la economía colaborativa es la mayor utilización de los bienes y esto impulsa a que exista menor fabricación de los mismos es decir tiene un fondo importante de sostenibilidad al igual que la economía creativa son alternativas con una visión de conservación de los recursos naturales implantando modelos sostenibles basados en la confianza, tecnología y el infinito mundo de las ideas. (Navio, Santaella, Portilla, & Martín, 2016)

En el artículo “La Economía Colaborativa. Una Aproximación al Turismo Colaborativo en España” (Rodríguez-Antón, Alonso-Almeida, Rubio-Andrada, & Celemín Pedroche, 2016) se hace referencia a un informe realizado por Price Waterhouse Coopers solicitado por la Unión Europea donde se estima que la economía colaborativa generaría 335 millones de dólares en el 2015 y que

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. *Tierra Infinita* (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

el 9 % de los consumidores en Estados Unidos están participando de alguna manera en actividades de consumo colaborativo. El turismo no se queda relegado en el desarrollo y oferta de bienes y servicios de la economía colaborativa existen todo tipo de servicios relacionados a la actividad turística que van desde la búsqueda de información hasta renta de espacios para pernoctar, alquilar y compartir vehículos, acceder a servicios de guianza, etc. Dos de los ejemplos más importantes según nuestra consideración son; Airbnb una plataforma para alquileres de espacios de pernoctación donde se puede encontrar desde habitaciones o departamentos hasta castillo, y barcos está presente en 191 países del mundo, 65 mil ciudades, 200 millones de huéspedes y cuenta con más plazas de alojamiento que muchas de las más grandes cadenas hoteleras pero sobre todo permite evitar la subutilización de espacios por las personas pueden alquilar sus bienes en épocas en las cuales no las utilizan o espacios como habitaciones que no son utilizadas. (Airbnb, Inc., 2017)

Por otro lado, se encuentra la empresa BlaBlaCar que mediante la tecnología permite compartir viajes principalmente de vehículos particulares esta empresa tiene una presencia en 22 países con 50 millones de usuarios (BlaBla Car, 2017) según la empresa el último año han ahorrado aproximadamente 1 millón de toneladas de CO₂ por evitar emisiones que producen los vehículos.

Ambosemprendimientosestánaltamentereacionadosaladinámicaeindustriaturística ya que proveen servicios indispensables como el transporte y alojamiento. Este modelo de negocio sin duda permite una reducción de la contaminación ya sea por la disminución de agentes contaminantes, así como que optimiza la utilización de bienes disponibles evitando de alguna manera la fabricación o construcción de nuevos bienes promoviendo la sostenibilidad global y sobre todo en los países donde tienen presencia sus servicios.

Humanización y democratización del espacio público

Sin duda el mayor factor de competitividad de una ciudad es la calidad de vida y la calidad de vida según muchos urbanistas y expertos como Enrique Peñalosa, Guillermo Peñalosa, Jan Gehl o Janette Sadik-Khan esta intimamente ligado con la calidad de espacios públicos principalmente y luego servicios públicos entre estos primordialmente el transporte público.

Existen algunos ejemplos de cómo la humanización de espacios públicos ha permitido mejorar la economía de la ciudad y sobre todo generar puntos de encuentro ciudadano que permiten tener ambientes más amigables que a su vez se convierten en ventajas competitivas de los destinos turísticos. (Gehl, 2006)

Un primer ejemplo en analizar es la ciudad de nueva york con la segunda mayor tasa de vehículos después de Dubái, Nueva York tiene aproximadamente 305 vehículos por cada 1000 habitantes (El Tiempo, 2017) es imposible pensar que una ciudad con nueva york con gran

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. Tierra Infinita (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

cantidad de tráfico, vehículos y con una cultura acostumbrada a vivir con mucha velocidad haya podido generar un cambio y un nuevo modelo de política pública que ha invertido fuertemente en la humanización y democratización del espacio público generando gran cantidad de espacios peatonales si plaza donde antes eran calles para los vehículos. En el 2009 en la alcaldía de Michael Rubens Bloomberg y bajo la responsabilidad de Janette Sadik-Khan, la principal personera municipal de Transporte de Nueva York se prohibió la circulación vehicular sobre la calle Broadway, en la ciudad de Nueva York, a la altura de Times Square y Herald Square. Esto significó la adición de más de 7 mil metros cuadrados de superficie para la vida urbana, y el nivel de actividad en la zona ha sido impresionante desde el primer día según (Gehl, Ciudades para la gente, 2014) las repercusiones en la calidad de vida de los habitantes, la dinámica económica y el turismo han sido positivas. (Stang, 2014)

¿Y ahora qué hacer en las ciudades?

Las ciudades en la actualidad necesitan innovar pero sobre todo innovar dentro de dos objetivos principales la búsqueda de la calidad de vida a escala humana fomentando espacios públicos de calidad y suficientes áreas verdes por otro lado la búsqueda de una industria creativa que permita generar factores diferenciadores que atraigan a visitantes y fomenten el turismo de reuniones incentivos convenciones y eventos RICE que es uno de los tipos de turismo que más ingreso generan a los destinos, y también es importante la generación de plataformas tecnológicas para facilitar el consumo colaborativo estas acciones trazar una línea de acción basada en la sostenibilidad del destino lo cual atraerá a las nuevas generaciones de turistas preocupadas por la conservación del medio ambiente pero sobre todo generara ciudades de las cuales sus habitantes se sientan orgullosos que les brinden calidad de vida y oportunidades de desarrollo.

Para esto es importante el desarrollo de políticas públicas que promuevan la inversión en la industria creativas y tecnologías para facilitar el consumo colaborativo además de una fuerte e inversión de espacios públicos de calidad pensando principalmente en el ser humano inversiones en peatonalizaciones de calles, recuperación de infraestructuras públicas como mercados, fomento de alternativas de movilidad como la bicicleta, rehabilitaciones de edificaciones patrimoniales para fomentar el arte, música, gastronomía, etc.

Conclusiones

La economía creativa en un factor importante para generar atractivos importantes en los destinos turísticos tales como propuestas de arte, diseño, producción audiovisual, artesanías, innovación culinaria y gastronómica etc.

La economía colaborativa incentiva el uso de espacios subutilizados que facilitan las

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. Tierra Infinita (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

condiciones para la visita de turistas a las ciudades y destinos además genera un conjunto de medios para conectar proveedores locales a turistas y personas interesadas en visitar las ciudades o destinos.

La humanización y democratización del espacio público es la política pública más acertada para lograr espacios atractivos de encuentro social y fomento de dinámica económica, configurando espacios públicos apetecidos por locales y visitantes en las ciudades

El impulso de la economía creativa, la economía colaborativa y la humanización del espacio público son las acciones más acertadas que una ciudad que quiere consolidarse como destino turístico competitivo debe seguir.

Recomendaciones

El estado central y los gobiernos locales deben generar políticas públicas e instituciones que promuevan del desarrollo de la industria creativa

Los gobiernos locales deben realizar estudios para humanizar los espacios públicos, calles ver esa plaza e infraestructura pública como mercados

Se deben generar políticas para la recuperación y puesta en valor de edificaciones patrimoniales que impulsen la reactivación económica y diversifiquen la oferta turística de las ciudades.

Referencias Bibliográficas

- Aguzzi, M. (1 de febrero de 2016). *El 2015 fue un año excepcional para el turismo en Montreal*. Montreal, Quebec, Canadá.
- Airbnb, Inc. (3 de diciembre de 2017). *Airbnb: Sobre nosotros*. Obtenido de <https://www.airbnb.com/ec/about/about-us>
- BlaBla Car. (3 de diciembre de 2017). *BlaBla Car*. Obtenido de <https://www.blablacar.es/conoce-blablacar>
- Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). *La Economía Naranja una Oportunidad Infinita*. Washington: BID.
- Creus, J. (14 de abril de 2014). *Era de la economía colaborativa: nuevos modelos de negocio y nuevas maneras de trabajar*. Conferencia. España: InfoJobs.
- Duque, I. (21 de diciembre de 2015). *Conferencia; Economía Naranja*. Colombia: ASIPI.
- El Tiempo. (16 de marzo de 2017). *Dubái cuenta con más vehículos por habitante que Nueva York o Londres*. El Tiempo Colombia.

Como citar este artículo:

Mantilla, J. (Enero – Diciembre 2019). Innovación, sostenibilidad y humanización del espacio público como factores primordiales para el desarrollo turístico competitivo. *Tierra Infinita* (5), 217-237 <https://doi.org/10.32645/26028131.973>

- FMGB Guggenheim Bilbao Museoa. (2 de 12 de 2017). *Guggenheim Bilbao*. Obtenido de <https://www.guggenheim-bilbao.eus/el-edificio/la-construccion/>
- Gehl, J. (2006). *La humanización del espacio urbano: la vida social entre los edificios*. Barcelona: Reverté.
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Getino, O., Bonet, L., dos Santos-Duisenberg, E., Yúdice, G., Rosenthal, J., Prestes, L., . . . Schargorodsky, H. (2014). *ECONOMÍA CREATIVA: ponencias, casos, debates*. Buenos Aires: Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.
- Instituto Vasco de Estadística. (2 de 12 de 2017). *Datos estadísticos de la C.A. de Euskadi*. Obtenido de http://www.eustat.eus/municipal/datos_estadisticos/bilbao_c.html
- Naciones Unidas. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Santiago: CEPAL.
- Naciones Unidas/PNUD/UNESCO. (2014). *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. New York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Navio, J., Santaella, J., Portilla, J., & Martín, J. (2016). *Informe sobre Economía Colaborativa*. Madrid: Colegio oficial de Ingenieros de Telecomunicación.
- Organización Mundial de Turismo. (1 de 12 de 2017). *Organización Mundial de Turismo: 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/tourism4development2017>
- Rodríguez-Antón, J., Alonso-Almeida, M., Rubio-Andrada, L., & Celemín Pedroche, M. (2016). *La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 88., 259-283.
- Stang, J. (2014). *La Nueva York Peatonal. La recuperación de la experiencia del espacio público*. Obtenido de <http://www.bifurcaciones.cl/2014/12/stang/>
- United Nations Development Programme. (2 de 12 de 2017). <http://www.undp.org>. Obtenido de United Nations Development Programme: <http://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html>