



12. MAR. 26
ALMA MATER
ZARAGOZA
TURISMO*



¿A DÓNDE
VAMOS?

CULTURA + TURISMO

SINERGIAS
SUMAR a los DESTINOS

PATRIMONIO

MESTIZAJE en
España como
EUROPA 50% a
TURISMO MUNDIAL
50% BIENES del
PATRIMONIO MUNDIAL

¿PARA QUIÉN ES EL PATRIMONIO?
ACCESIBILIDAD → FACILITAR → TECNOLOGÍA

QUE LA CULTURA NO CAIGA
EN EL OLVIDO!!
PARA QUE NO PIERDA
FINANCIACIÓN!
INCORPORAR NUEVOS
"LENGUAJES"

PATRIMONIO VIVO

- MERCADO
- GASTRONOMÍA
- GOBERNANZA APOYO
- GESTIÓN COMUNITARIA
- ACCESIBILIDAD
- IGUALDAD GÉNERO
- INCLUSIÓN
- SOSTENIBILIDAD

ESPAÑA COMO DESTINO
TURÍSTICO ES IMPORTANTE

EUROPA

+2M Personas
trabajan en
SECTOR CULTURAL
10-15% MOTIVACIÓN
de CULTURA para
viajar

RETO

CONSEGUIR QUE
LOS CIUDADANOS
SEAN
EMBAJADORES

UE COMISSION
POTENCIA y VALORA
CREATIVIDAD en CULTURA

PARADORES = PIONEROS en
CONSERVACIÓN

TURISMO CULTURAL ESPAÑA

OCIO o CULTURA?
+ QUE LITORAL
TURISMO MEJORA
la VIDA

CONOCERSE A SÍ MISMOS → INVESTIGACIÓN
24% ESPAÑA - TURISMO CULTURAL 38.000K



SEVILLA

PATRIMONIO MUNDIAL
SEDE DEL FLAMENCO
CIUDAD CREATIVA DE
LA MÚSICA → ÓPERAS!
MONUMENTOS

ATRAER TURISMO

PATRIMONIO + CULTURA + GASTRONOMÍA
TURISTA PREMIUM
FESTIVAL ICONICA
PARA LA FAMILIA
EL TURISTA SE ADAPTA
= CIUDAD =
TURISTA A LOS BARRIOS

PROYECCIÓN INTERNACIONAL
IMPORTANCIA de MULTISEDE
diferentes UBICACIONES

KOŠICE

CULTURA, CREATIVIDAD, PATRIMONIO

MAIN STREET

THE CENTER

¿DÓNDE VIVE LA GENTE

SLOW TURISM → MEZCLARSE
CON LA VIDA

REJUVENECER el TURISMO

FUTURO? → THE HERITAGE AS

A PRODUCT

MIRAR A LA
CULTURA
CON OJOS
de VISITANTE

NO ES DEVALUAR
ES ADAPTAR

RECONOCER ARTE
Y PATRIMONIO con
VALORES DE HOY

NUEVO PLAN

ESPAÑA ES MUCHO MÁS
PATRIMONIO COMO
PALANCA DE POSICIONAMIENTO

MARCA ESPAÑA

THINK AGAIN

TRANSFORMAR LA
FORMA de PENSAR
de los ciudadanos

CHANGE the MINDSET

COLONIA

4TH BIGGEST CITY in
GERMANY

CERCA en TREN

bien COMUNICADA

6.000K TURISMO

MASIFICACIÓN
del TURISMO

¿AYUDA a PRESERVAR?

¿HECHO DIFERENCIAL?

TRABAJAR en UNIR

CULTURA + TURISMO

ESTUDIAR
DATA & AI

PARA
PERSONALIZAR

SERVICIOS y

DISEÑAR

EXPERIENCIAS

CITIZENS LEAVE
MARATHON

OR CITIZENS
PARTICIPATE

LOS
NIÑOS
PIDEN
IR

RETOS

* MASIFICACIÓN?
→ USAR TECNOLOGÍA
PARA OPTIMIZAR

* ACERCAR LA CULTURA
A QUIEN NO LA CONOCE
O TIENE NIVEL EDUCATIVO

* CONVIVENCIA SIN
PERDER NUESTRA
IDENTIDAD

* QUE LA CULTURA
INTERESE AL TURISMO

* TECNOLOGÍA QUE
CONECTE CON LOS
VIAJEROS/AS

* DIGITALIZAR y
PRESENCIA ONLINE

si NO LIMITA y CONCENTRA
LA AFLUENCIA

la CULTURA dialoga
CON LA SOCIEDAD

* CONECTAR y
FACILITAR la
accesibilidad

* LA VIDA y EL
TURISMO SE
RELACIONAN CON
ACEPTACIÓN

* CONSERVACIÓN
NECESITA AL TURISMO

CATEDRAL ICONICA
La ciudad la POSICIONA

UNIR ↓ POTENCIAR
CONEXIÓN
TURISMO y CIUDADANOS

IDEAL CUSTOMER
busca
EXPERIENCIAS
y VALORA
PATRIMONIO

¿qué es el turismo?

Patrimonio Mundial y Gestión DEL Destino TURÍSTICO.

PATRIMONIO MUNDIAL Y TURISMO



CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

TURISMO

CONSERVACIÓN

- CULTURAL

- NATURAL

RECONOCIMIENTO

COMPROMISO



EXPERIENCIAS & BUENAS PRÁCTICAS



ESPAÑA = 50 BIENES INSCRITOS

OTROS DE CARÁCTER INTERNACIONAL

COORDINACIÓN ADMINISTRACIONES

UNESCO

TURISMO SOSTENIBLE

- km 0
- mundo rural
- emisiones

MADRID

2ª ciudad + verde

IMPACTO POSITIVO +

COMPROMISO

modelos

ARAGÓN

VALENCIA

BURGOS

UNESCO



* PLAN DE SOSTENIBILIDAD

RETOS y DESAFÍOS DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS PATRIMONIALES

PATRIMONIO

POTENCIAR EL COMERCIO LOCAL
COMO PARTE DE NUESTROS ACTIVOS

TRADICIÓN
MIRADA CON OTROS OJOS, ESTA VIVA

ARTE para SOBREVIVIR
A LOS RETOS DE LA IA
y DESPERSONALIZACIÓN

POTENCIAR IDENTIDAD

• ARTE • ARTESANÍA

NO SÓLO MONUMENTOS
ABRIR EL PATRIMONIO

NO QUEREMOS UN FAKE BARRIO



ZARAGOZA

EL ARTE O DISEÑO
COMO PATRIMONIO

MODOS DE VIDA como
PATRIMONIO INMATERIAL

FOCO en lo RURAL
hay riqueza y tradición
en nuestros PUEBLOS



MADRID

LA MARCA es el "CIUDADANO"

EL TURISTA QUIERE SER EL
EL HOTEL como un
DINAMIZADOR más
PARA SER

SOSTENIBLES

NECESITAMOS AL
VEGANO EN EL CENTRO
CREANDO IDENTIDAD
GRACIAS AL TURISMO
VIVIMOS MEJOR



DEBRECEN

OFERTA muy VARIADA
STORYTELLING

PROYECTOS DE
ARTE VISUAL dando
CONTEXTO A LOS LUGARES

+ MURALES + VIDEO MAPPING
+ POTENCIAR lo que nos
HACE ÚNICOS + COLABORAR
CON CIENCIA



BARCELONA

CAMBIO de PERFIL
STORYTELLING en
la narrativa turística

CONSERVACIÓN del
PATRIMONIO

SER COSMOPOLITA
COMO FORTALEZA

TURISMO

LOS LUGARES
SON LAS PERSONAS

+ TURISTAS
PERSONAS DE LA
COMUNIDAD

REDES
COLABORACIÓN
PÚBLICO-PRIVADA
CAPITALIZAR
NUESTROS BUENOS
RESULTADOS EN LA E.U.

PACTO DE
CREATIVIDAD

VECINOS en
los BARRIOS
VS FRANQUICIAS

EL TURISMO
DE CALIDAD
CONOCIMIENTO
DE CALIDAD

AÑADIR
RELATO a
NUESTRO PATRIMONIO

NUEVA
CIUDADANÍA
SON PRESCRIPTORES

REFORZAR en la
UE la cultura y
el PATRIMONIO
el DESTINO es
la PRIORIDAD



EMILIA ROMAGNA

METAHERITAGE
HACER MÁS FUERTE

EL TURISMO
cómo? NETWORKS

NUESTRA ZONA
CON NUESTROS VECINOS
COMUNIDADES LOCALES

FORMANDO
PARTE DEL
TURISMO

RETOS

* INNOVACIÓN en la
INDUSTRIA

* SER MÁS COMPETITIVOS

* UTILIZAR "RESEARCH"
PARA NUESTRAS DECISIONES
EMPRESARIALES.

CRECER SIN PERDER
LA CONVIVENCIA

* GESTIÓN de FLUJOS
generar nuevos
productos turísticos

* ESTRUCTURA
COMBINADA
SECTOR PRIVADO
SECTOR PÚBLICO
I+D+I

* AUTENTICIDAD

* SOSTENIBILIDAD
TAMBIÉN COMO PRESERVACIÓN

* PROTEGER EL
LIFESTYLE DEL CIUDADANO/A

* LO RURAL como
GRAN ACTIVO

* PRESIÓN SOBRE AUTENTICIDAD
Y CONSERVACIÓN

* TRASVASE CIENTÍFICO
HACIA EL TURISMO

* CONCLUSIONES

NO CONCLUSIONES

FOMENTAR el
DIÁLOGO y
PRODUCTIVO
ENTRE PATRIMONIO y CULTURA

INTEGRAR la
INCLUSIÓN
SOCIAL en la
COMUNICACIÓN
e INTERPRETACIÓN

SITUAR AL CIUDADANO
EN EL CENTRO
DIÁLOGO con NUEVAS
GENERACIONES

* GESTIONAR ^{de forma}
SOSTENIBLE
los DESTINOS
— PARA —
GARANTIZAR el
EQUILIBRIO

ENTENDER EL
TURISMO y
como CONSECUENCIA
NO como FINALIDAD

REFORZAR el
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN
e INTERPRETACIÓN
PATRIMONIO MUNDIAL

— la —
IMPLICACIÓN de
la COMUNIDAD LOCAL

GESTIONAR
los IMPACTOS y
la CAPACIDAD de
CARGA del TURISMO

EDUCACIÓN
PATRIMONIAL
e INTERPRETACIÓN
PROFESIONALIZADA

INTEGRACIÓN
↓ ↓ ↓
INNOVACIÓN y
CREATIVIDAD

GESTIÓN con RESPETO
↳ SOSTENIBILIDAD