



Durango, México
Del 20 al 23 de marzo de 2007

EL TURISMO COMO ESTRATEGIA DE FOMENTO Y TRANSFORMACIÓN DE LA CIUDAD

DECLARACIÓN DE DURANGO

XV Congreso de CIDEU

La calidad de vida de las personas que habitan las ciudades de Iberoamérica, depende de su capacidad para producir desarrollo sostenible. De allí viene el empleo, la conformación de un paisaje urbano de calidad que preserve el medio natural, el cultivo de los valores asociados a la cultura y a la propia identidad, y la creación de una trama urbana que acoja una red de servicios y asentamientos para convivir con equidad y seguridad.

El turismo es fuente indudable de desarrollo, que debería ser siempre sostenible, y como tal, es uno de los principales motores socio-económicos y culturales de la ciudad. Esta a su vez, constituye el primer destino turístico. Decimos pues, que la ciudad se hace para el turismo, en la medida en que el turismo hace la ciudad, en una interrelación en la que pueden y deben salir beneficiadas todas las personas que habitan en ella.

Para lograrlo, las ciudades deben trazar su propio camino y desarrollar su vocación turística, lo que requiere pensar estrategias locales y gestionar actuaciones globales, que conducen en cada lugar a definir productos específicos y diferenciados, con capacidad de seducción y atractivo para los mercados. Hay también que preparar la comunicación de esos productos para hacerla llegar al visitante con la complicitad y el compromiso de los conciudadanos y de los agentes del sector.

Las ciudades definen y dan marca a sus productos turísticos poniendo en valor una combinación de activos urbanos de carácter cultural, gastronómico, histórico monumental, patrimonial, de paisaje y entorno, urbanísticos, deportivos, de oferta de compras, de ferias y congresos, o relacionados con el modo de vida, usos, costumbres, fiestas y tradiciones de los habitantes de la ciudad. Así, forjamos un destino turístico por la integración de un conjunto de segmentos sobre los que debemos realizar un ejercicio continuo de innovación.

Pero la planificación y gestión estratégica de la actividad turística no solo debe centrarse en la captación de un mayor número de visitantes y en el aumento de las pernoctaciones, sino que es menester desarrollar estrategias para traducir las visitas en una mejor dinamización de la ciudad, que incluya el crecimiento sostenible y la mejora de la calidad de vida de las personas que la habitan. La ciudad acogedora sabe hacer del visitante un habitante más.



**Durango, México
Del 20 al 23 de marzo de 2007**

En numerosas ciudades iberoamericanas los ingresos por turismo siguen siendo modestos en relación con los recursos y las oportunidades que pueden ofrecer sus destinos. Queda por lo tanto, un importante camino por recorrer, y está en nuestras manos aprovechar esas oportunidades.

En consecuencia con lo enunciado, y tras haber comprobado la existencia de un conjunto amplio de buenas prácticas en la red de ciudades del Centro iberoamericano de desarrollo estratégico urbano, CIDEU,

DECLARAMOS:

1. Que aunque algunas ciudades han podido posicionarse de forma espontánea por disponer de atributos naturalmente adecuados para desarrollar la actividad turística, la mayoría necesitan y pueden transformar sus propias y cotidianas condiciones para y con el turismo. La ciudad que no ha nacido turística, puede construirse para y con el turismo.

Para ello es preciso, en concurrencia con los demás ámbitos que conforman la planificación urbana, aplicar la manera estratégica de pensar, formulando los instrumentos de planificación y gestión que permitan a la ciudad ganar una posición competitiva. Como es propio, a este menester hay que convocar a todos los actores, especialmente a los agentes del sector, con generosidad y corresponsabilidad en la financiación, en la toma de decisiones, y en la gestión de los instrumentos de promoción para el posicionamiento turístico de lo urbano.

También es necesario desarrollar un sistema pedagógico que además de proveer de profesionales de calidad al sector, alimente el cambio cultural necesario para acercar la ciudadanía al turismo y éste a las realidades e identidades urbanas.

Alcanzar y sostener la posición competitiva del producto turístico urbano requiere de un ejercicio continuo de innovación y análisis de resultados para incorporarlos a los subsistemas antes citados.

2. Que el turismo urbano debe mejorar la calidad de vida de las personas que habitan la ciudad

El modelo turístico que proponemos se basa en el respeto del modo de vida de los residentes, que se enriquecen en el diálogo amable con los visitantes.

Para ello es preciso que las mejoras a realizar en la ciudad mediante el desarrollo de proyectos estratégicos, en equipamientos culturales, deportivos, o en el patrimonio y el paisaje, así como en infraestructuras de movilidad y otras, sean eficaces para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad y la oferta turística.

La actividad económica y el empleo que genera el turismo urbano son fuente de riqueza para la ciudad y de ingresos para la población, aspectos que se traducirán en



**Durango, México
Del 20 al 23 de marzo de 2007**

expansión y crecimiento de los mercados, y en el deseable círculo virtuoso de crecimiento y desarrollo.

3. La planificación turística debe incorporar la dimensión local, adecuarse a cada territorio, y respetar los límites que hacen sostenible el desarrollo.

Eso requiere buscar espacios de concertación y acuerdo entre todos los niveles de administración y de gobierno, establecer alianzas estratégicas con otros municipios para sumar y compartir infraestructuras, complementar algunos productos y servicios estratégicos, y gestionar el conocimiento común.

El modelo de turismo urbano que proponemos es transformador, y se basa en la sostenibilidad medioambiental, con especial cuidado y protección del paisaje, el clima y el entorno; en la promoción y proyección de la identidad y los valores propios de las culturas locales; en la optimización de la rentabilidad social y económica de las inversiones públicas generando nuevos usos para dotar al espacio urbano de nueva notoriedad y atractivo; y en el diálogo amable y emprendedor de los actores y protagonistas de este apasionante reto urbano.

Declaración realizada por la Asamblea General de ciudades y organizaciones miembro del Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano, CIDEU, en el décimo quinto Congreso Anual celebrado en la ciudad de Durango, Estado de Durango, México, el 23 de Marzo del año dos mil siete.