



## Consejo Ejecutivo

98ª reunión

Santiago de Compostela (España), 4-6 de junio de 2014

Punto 5 del orden del día provisional

CE/98/5

Madrid, 2 de mayo de 2014

Original: inglés

### Debate temático: El papel de las rutas turísticas en el fomento del desarrollo y la integración a escala regional<sup>1</sup>

#### I. Introducción

---

1. Las rutas turísticas abren oportunidades para la cooperación transfronteriza, el marketing colaborativo de destinos, el desarrollo de productos, las asociaciones público-privadas y la salvaguarda del patrimonio natural y cultural.
2. Se pueden desarrollar cubriendo largas distancias y atravesando varios países, o cubriendo distancias cortas dentro de una misma región o país. Las rutas se crean en torno a un tema o una actividad común que despierta el interés de los turistas, así como mediante la unión de experiencias y servicios complementarios caracterizados por elementos y valores de naturaleza física e inmaterial.
3. El desarrollo de rutas turísticas ha adquirido especial importancia en los últimos años, ya que sirve a los objetivos de distribuir la demanda a lo largo de todo el año y por todo el territorio y responde a la vez a las nuevas tendencias de los mercados según las cuales los viajeros buscan un enriquecimiento de su experiencia que entraña más flexibilidad, descubrimiento, aprendizaje y contacto con los pueblos autóctonos y sus tradiciones.
4. Las rutas ofrecen así importantes oportunidades de desarrollo sostenible del turismo, ya que tienen potencial para:
  - a) distribuir la demanda y los ingresos derivados del turismo durante todo el año y por todo el territorio, ayudando así a la distribución regional de la riqueza, reduciendo la presión que soportan los principales polos de atracción y contribuyendo a abordar la estacionalidad;
  - b) crear productos nuevos e innovadores y agregar valor a los existentes, incrementando así la satisfacción de los visitantes, la duración de sus estancias y el gasto;
  - c) abrir nuevos destinos y revitalizar destinos en declive;

---

<sup>1</sup> Fuentes: *Manual de desarrollo de productos turísticos*, OMT/CET; *Tourism Routes and Gateways: Key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for Pro-Poor tourism*, Dorothea Meyers, Overseas Development Institute.



- d) crear un factor de arrastre que atraiga a nuevos segmentos del mercado, así como a visitantes regulares, más concretamente a los segmentos de intereses especiales y a los viajeros individuales, que a menudo efectúan un gasto que deja mayores réditos;
- e) fomentar las asociaciones público-privadas y estimular el emprendimiento;
- f) promover la coordinación entre autoridades locales, regionales y nacionales;
- g) proteger y promover el patrimonio natural y cultural, tanto material como inmaterial, generando ingresos para la conservación y proporcionando viabilidad económica a actividades que de otro modo podrían «perderse», especialmente aquellas relacionadas con sectores más tradicionales, como la agricultura o la artesanía;
- h) generar financiación y condiciones más atractivas para la inversión del sector privado; y
- i) promover el entendimiento cultural y el fortalecimiento de los lazos entre las personas en todos los ámbitos –local, regional, nacional e internacional–.

5. Es algo ampliamente reconocido que el comercio intrarregional y los intercambios turísticos desempeñan un papel significativo en la aceleración del crecimiento económico. En este sentido, las rutas turísticas también pueden tener un papel fundamental en la promoción del desarrollo regional y la integración, ya que:

- a) crean redes dentro de una región o vinculan a varias regiones o países, maximizando así el potencial de cooperación frente a la competencia entre diversos actores de una región o entre varias regiones;
- b) crean oportunidades de generar empleo y oportunidades de negocio en regiones menos favorecidas y, por lo tanto, facilitan su regeneración socioeconómica y su desarrollo;
- c) combaten la despoblación rural y la migración a zonas urbanas, creando empleo y oportunidades de negocio, especialmente para los jóvenes; y
- d) refuerzan los vínculos económicos, la cohesión social y el entendimiento cultural.

6. Pero junto a los beneficios potenciales de las rutas turísticas, existen también desafíos importantes que deben abordarse para que una ruta turística sea un éxito. Entre ellos, cabe citar los siguientes:

- a) El liderazgo y la creación de mecanismos de coordinación y gobernanza eficaces entre agentes dispersos.
- b) Una gestión eficaz con un enfoque omnicompreensivo y sostenible con respecto a la conservación de la ruta.
- c) Enfoques integrados con respecto al desarrollo de productos y agrupación eficaz de servicios y atractivos a lo largo de la cadena de valor, teniendo en cuenta los valores materiales e inmateriales de la ruta.
- d) La comercialidad, incluida una comprensión clara de los segmentos a los que se dirige el producto y la viabilidad comercial.

- e) La integración del marketing y la promoción y el desarrollo de una verdadera marca común «compartida».
- f) La planificación, el desarrollo y la financiación de infraestructuras.
- g) El compromiso de las comunidades locales en el diseño, la operación y la interpretación de las rutas y la distribución justa y equitativa de los beneficios del turismo a nivel local.
- h) La debida inclusión de la cooperación turística y del desarrollo de rutas en los acuerdos y procesos de cooperación regional.

7. Aunque se trata de un fenómeno al alza en los últimos años, las rutas turísticas no son nuevas. En el año 2014 se cumplen veinte años de la Declaración de Samarcanda sobre el turismo en la Ruta de la Seda, un documento emblemático suscrito por diecinueve países, además de la OMT y la UNESCO, que pide un renacimiento pacífico y fructífero de estas rutas legendarias que constituyen uno de los destinos turísticos de mayor riqueza cultural del mundo.

8. El establecimiento en la Secretaría de la OMT de un programa especializado para la Ruta de la Seda en 2010 reforzó el compromiso de la Organización con el fomento del crecimiento del turismo sostenible a lo largo de la Ruta de la Seda. Este programa, altamente colaborativo, se centra en tres esferas clave: a) el marketing y la promoción para estimular campañas y asociaciones cooperativas entre los sectores público y privado; b) la gestión de destinos y la capacitación institucional para promover experiencias de calidad e incrementar la duración de la estancia y los réditos; y c) la facilitación de los viajes para simplificar el cruce de fronteras y los procedimientos de obtención de visados.

9. La OMT ha obtenido una experiencia significativa en la promoción de la cooperación entre los Estados Miembros a través de su Programa de la Ruta de la Seda, así como de otras iniciativas tales como la colaboración con el European Institute for Cultural Routes y la Ruta del Ámbar, o la preparación de la próxima Conferencia Internacional de la OMT sobre la Ruta de las Especies en Kerala (India) en julio de 2014, y del primer Congreso Internacional sobre Peregrinaciones y Turismo en Santiago de Compostela (España), en septiembre de 2014.

10. Hay otras experiencias regionales y nacionales importantes en los Estados Miembros, que abren una excelente oportunidad a la Organización para seguir trabajando en el tema de las rutas turísticas en interés de todos los Miembros.

## II. Directrices para el debate

---

11. Para lograr que el debate sea productivo y animado, la Secretaría invita a los delegados a que compartan durante el mismo sus experiencias en el desarrollo de rutas turísticas. La Secretaría ruega a las delegaciones que centren sus intervenciones en factores de éxito y retos clave del desarrollo de rutas turísticas y que aborden las siguientes áreas:

- a) La accesibilidad, concretamente en términos de desarrollo de infraestructuras, transporte y agilización de visados en el caso de las rutas transnacionales.
- b) El desarrollo de productos, incluidas las estrategias de éxito para el desarrollo integrado de productos, así como el papel de la innovación y la utilización de las nuevas tecnologías.
- c) La promoción y el marketing conjuntos, incluida la creación de la marca de la «ruta».

- d) Los modelos de gobernanza, entre ellos las asociaciones público-privadas, la coordinación público-privada y la creación de redes.
- e) El papel de las administraciones de turismo nacionales a la hora de promover la creación y el desarrollo de rutas turísticas.
- f) La inclusión de rutas turísticas como componente fundamental de los procesos de integración del desarrollo regional.

### **III. Actuaciones propuestas al Consejo Ejecutivo**

---

12. Se pide al Consejo Ejecutivo que:

- a) Reconozca que el desarrollo de rutas turísticas puede desempeñar un papel fundamental en el fomento del desarrollo y la integración de las regiones a escala nacional e internacional; y
- b) Aliente al Secretario General a ampliar la actividad del programa Especial sobre el Terreno (Ruta de la Seda) existente para que aborde las rutas turísticas en un sentido más amplio, con el objetivo de definir recomendaciones, intercambiar experiencias y explorar el potencial de trabajar en nuevas rutas turísticas internacionales o regionales.