



RECOMENDACIONES DE LA OMT SOBRE TURISMO Y DESARROLLO RURAL

Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva



Estas Recomendaciones han sido preparadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), con las aportaciones del Comité de Turismo y Competitividad de la OMT, los Miembros Afiliados de la OMT, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Grupo del Banco Mundial, el Centro de Comercio Internacional (CCI), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), el Comité de las Regiones de la Unión Europea, el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD), la Red de Regiones Europeas para un Turismo Sostenible y Competitivo (NECSTOUR), la Federación Europea de Turismo Rural, la Pacific Asia Travel Association (PATA), la Pacific Tourism Organization (SPTO), la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), Escapadarural.com (España), y la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental (ASEAN).

Madrid, 27 de septiembre de 2020.





INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores socioeconómicos con mayor crecimiento y resiliencia de nuestra época. Representa el 7% del comercio mundial y, durante el último decenio, ha adelantado al crecimiento económico. Es además un gran empleador, que genera millones de puestos de trabajo directa e indirectamente.

Sin embargo, en numerosos lugares, los beneficios del turismo, entre los que se cuentan la creación de nuevas oportunidades para el empleo y la igualdad entre hombres y mujeres, se han concentrado en las zonas urbanas y costeras, lo que ha contribuido a una distribución territorial desigual de la riqueza y de las oportunidades económicas. Además, la presión en los lugares más visitados va aparejada a riesgos tales como la masificación, la demanda insostenible de

recursos naturales y culturales, y posibles disrupciones en el tejido social y la vida en común. Promover el turismo en las zonas rurales distribuye los beneficios del sector de manera más amplia entre las regiones y su población, mitigando al mismo tiempo los riesgos asociados a la concentración del turismo en lugares específicos.

El turismo puede ser una forma eficaz de abrir oportunidades socioeconómicas para las comunidades rurales. Puede ayudar también a aumentar el atractivo y la vitalidad de esos territorios, mitigando los retos demográficos, reduciendo la migración, y promoviendo una variedad de recursos y tradiciones locales a la vez que se mantiene la esencia de la vida rural. Puede además celebrar de manera activa los valores de un territorio, que a menudo constituyen la esencia de la experiencia del

viaje, de modo que se preserven tanto el patrimonio material como el inmaterial y se complementen las actividades económicas existentes en esos lugares.

En el contexto de la pandemia de COVID-19, el papel del turismo en el desarrollo rural es más importante que nunca. El turismo en las zonas rurales ofrece oportunidades notables para la recuperación, ya que los turistas buscan destinos menos poblados y experiencias y actividades al aire libre. Al mismo tiempo, las comunidades de las zonas rurales están, en general, mucho menos preparadas para afrontar los efectos directos e indirectos de la crisis. Como subrayó el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, en su reciente [Informe de políticas: COVID-19 y la transformación del turismo](#)¹, “esta crisis es también una oportunidad para repensar cómo interactúa

1. Naciones Unidas, Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism, ONU, agosto de 2020.



el turismo con nuestras sociedades, con otros sectores económicos y con nuestros recursos naturales y ecosistemas; para medirlo y gestionarlo mejor; para garantizar una distribución más justa de sus beneficios; y para avanzar en la transición hacia una economía turística neutra en carbono y más resiliente”.

Además, la conexión creciente, intrínseca e inevitable entre el desarrollo urbano y el rural se ha visto acelerada por la actual crisis. El desplazamiento de la población mundial hacia zonas urbanas crea nuevas dinámicas que ofrecen oportunidades para una mirada fresca y para repensar cómo potenciar mejor estos vínculos entre la ciudad y el campo.

El 2020 es el Año del Turismo y el Desarrollo Rural, el mismo tema que comparte el Día Mundial del Turismo de este año. La sostenibilidad del turismo en las zonas rurales solo será posible si se adopta y ejecuta una estrategia de planificación global e inclusiva, basada en un enfoque participativo que cuente con múltiples acciones y con todos los agentes

interesados. Las **Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural** aspiran a ayudar a los Gobiernos en sus diversos niveles, así como al sector privado y a la comunidad internacional, a fomentar el turismo en los territorios rurales de una manera que contribuya a un desarrollo inclusivo, sostenible y resiliente.

Ese desarrollo garantizará la distribución equitativa de los beneficios del turismo, potenciará la creación de empleo, protegerá los recursos naturales y el patrimonio cultural, promoverá la inclusión social y empoderará a las comunidades locales y a los grupos tradicionalmente desfavorecidos, como son las mujeres, los jóvenes y los pueblos indígenas. El turismo inclusivo contribuirá también a hacer los territorios rurales más accesibles tanto para la población como para los visitantes de diferentes generaciones y con distintas necesidades de acceso, creando así una mejor calidad de vida para todos.

En 2020 se celebra también el 75º aniversario de las Naciones Unidas. Aprovechar el potencial del turismo para impulsar el desarrollo rural hará que la contribución del turismo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y a la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo sea cada vez mayor.

Cuando el mundo se enfrenta a una de las crisis más complejas de todos los tiempos, hay una oportunidad colectiva de renovar nuestros esfuerzos y formular enfoques innovadores que fomenten el potencial de desarrollo del turismo, así como su capacidad única de impulsar el desarrollo de las comunidades rurales, puesto que se trata de una actividad socioeconómica que puede introducirse en todas las comunidades sin dejar a nadie atrás.



JUSTIFICACIÓN

La urbanización es una tendencia que prevalece en todo el mundo. Según las Naciones Unidas, para 2050 el 68% de la población mundial vivirá en áreas urbanas² y las ciudades producirán el 85% de la producción económica mundial, dejando así un impacto humano y ambiental increíblemente alto e imponiendo un alto precio a las áreas rurales circundantes³. Esta tendencia contrasta con el hecho de que el 80% de las personas que viven en la extrema pobreza viven en comunidades rurales⁴.

Las zonas rurales afrontan retos demográficos crecientes, especialmente de despoblación, niveles de renta inferiores, brecha digital,

declive de las actividades económicas tradicionales y falta de diversidad económica, así como escasez de infraestructuras, servicios y medios de transporte. La juventud rural es uno de los grupos más vulnerables debido a la falta de empleo productivo y oportunidades de emprendimiento en la agricultura y otras actividades económicas afines⁵. Al mismo tiempo, los jóvenes son también los más importantes a la hora de abordar el desarrollo rural⁶. Casi mil millones de los 1.200 millones de jóvenes entre 15 y 25 años residen en países en desarrollo y el 88% de los jóvenes de los países en desarrollo viven en zonas rurales; de ellos, 75 millones están sin empleo.

Por otra parte, los sistemas económicos y culturales tradicionales están amenazados por el cambio climático. Este reto afecta especialmente a los pueblos indígenas, que dependen de la agricultura y de los recursos naturales locales. En casos extremos, las tierras abandonadas por la emigración pueden sufrir erosión, creando un paisaje cultural alterado y la posible pérdida de un sentido del lugar. Estos territorios corren también un mayor riesgo de desastres naturales.

El turismo ha demostrado ser una herramienta de diversificación económica y un importante motor de empleo, con un efecto multiplicador en otros sectores, que

2. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DEAS) de las Naciones Unidas

3. TWI2050 - The World in 2050 (2020). Innovations for Sustainability. Pathways to an efficient and post-pandemic future. Informe preparado por The World in 2050 initiative. International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA), Laxenburg (Austria). www.twi2050.org

4. De La O Campos, A.P., Villani, C., Davis, B., Takagi, M. 2018. Ending extreme poverty in rural areas – Sustaining livelihoods to leave no one behind. Roma, FAO. 84 pp. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.

5. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Addressing rural youth migration at its root causes: A conceptual framework (2016)

6. FAO. 2020. Rural youth and the COVID-19 pandemic. Roma. <https://doi.org/10.4060/ca9531en>



contribuye al desarrollo rural. Además, el turismo en las zonas rurales puede beneficiar en especial a grupos tradicionalmente desfavorecidos, como las mujeres (que constituyen el 54% de la fuerza laboral en el sector turístico, frente al 39% en el conjunto de la economía), los jóvenes y los pueblos indígenas. El turismo es también un sector de fácil acceso para microempresas y empresas pequeñas, así como para los trabajadores por cuenta propia, que representan una parte significativa del sector turístico y del emprendimiento a nivel comunitario en general.

La pandemia de COVID-19 ha hecho que muchos turistas se interesen por buscar nuevas experiencias en la naturaleza y las zonas rurales, al aire libre, lejos de los lugares congestionados. Este cambio, unido a una demanda que ya estaba creciendo antes de experiencias más auténticas que ofrecieran una mayor interacción con las comunidades locales, su cultura y sus productos, así como la demanda de un enfoque más ecológico en todas las etapas de la experiencia turística, abre inmensas oportunidades de revitalización

económica, social y ambiental en las zonas rurales a través del turismo.

La crisis actual ha puesto de relieve además la importancia de crear resiliencia en las comunidades de esas zonas rurales que dependen del turismo. Eso significa mejor protección social y reparto de los beneficios entre las comunidades, así como diversificación económica y ampliación de los productos y mercados turísticos a través de experiencias con valor añadido. Para conseguirlo, los planes de recuperación del turismo en las comunidades rurales deberían tener como puntos centrales la inversión, el desarrollo de capacidades, el acceso a la financiación, el desarrollo de infraestructuras, la transformación digital, el desarrollo sostenible, la evaluación de impactos, la mejora de la gobernanza y el empoderamiento de las mujeres. Todo ello ayudará a navegar por esta crisis y salir de ella fortalecidos.

Finalmente, crear nuevas oportunidades de empleo y actividad económica en las zonas rurales a través del turismo requiere un

enfoque holístico que comprometa a todos los demás sectores y actividades de la cadena de valor del turismo y promueva alianzas público-privadas.

Aprovechar el potencial del turismo para impulsar el desarrollo rural mejorará la contribución del sector a la consecución de los ODS, especialmente de los objetivos 1 (fin de la pobreza), 5 (igualdad de género), 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 10 (reducción de las desigualdades), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (producción y consumo responsables), 15 (vida de ecosistemas terrestres) y 17 (alianzas para lograr los Objetivos), además de la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo. No obstante, para aprovechar estas oportunidades hace falta un enfoque estratégico integrado y secuencial que aborde cómo poner el turismo al servicio del desarrollo rural con una visión a largo plazo que mire hacia 2030 y más allá.



RECOMENDACIONES

I. El turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural

II. Un turismo que favorezca el bienestar de las comunidades rurales: construir un sector justo, inclusivo, resiliente y sostenible

III. Nuevas oportunidades para el turismo y el desarrollo rural: innovación, tecnología y digitalización

IV. Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor para una experiencia de viaje sostenible y mejorada

V. Fomentar políticas y prácticas sostenibles en destinos rurales



I. El turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural

1. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían convertir el turismo en uno de los pilares estratégicos de las políticas de desarrollo rural**, reconociendo en mayor medida el papel que el sector puede desempeñar como parte de una economía rural diversificada y poniendo en marcha políticas activas para promoverlo. Eso exige proporcionar una normativa y un marco regulador propicios, inversión adecuada, orientación e incentivos para desarrollar y gestionar el turismo en las zonas rurales de manera más efectiva y sostenible. Todo ello se hace aún más necesario en el contexto de las medidas de apoyo relacionadas con la COVID-19, ya que el turismo en las zonas rurales puede aportar una contribución importante a la recuperación del sector e incrementar la resiliencia socioeconómica de las comunidades rurales. Aunque los presupuestos de las administraciones atraviesan dificultades graves, es esencial dirigir una parte de los recursos nacionales y regionales, especialmente durante la crisis de la COVID-19, a promover la inversión y desarrollar infraestructuras públicas en las zonas rurales, especialmente debido a la actual oportunidad que abre esa tendencia de consumo de preferir viajar a lugares de baja concentración donde es más fácil mantener la distancia social.
2. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían integrar plenamente el turismo en sus planes de desarrollo.** Entre los factores que hay que considerar se incluyen la identidad territorial y los rasgos específicos de los destinos rurales, así como las políticas destinadas a distribuir los beneficios del turismo por todo el territorio y a convertir el turismo en una herramienta efectiva en las zonas rurales al servicio de un desarrollo inclusivo, resiliente y sostenible. Debería hacerse especial hincapié en la elaboración de directrices de planificación y textos legislativos de ámbito nacional y regional. Todo ello favorecería una utilización más productiva del territorio (en sus diversos usos) en el desarrollo del turismo (y otros sectores) y permitiría planificar y ejecutar de manera más rápida y eficiente los programas de desarrollo. Además, permitiría un uso más eficiente del territorio (y la asignación de tierras), entre otras cosas para mantener la conservación de reservas naturales y otros recursos naturales, materiales e inmateriales de las comunidades nacionales, regionales y locales que atraen a visitantes y turistas.



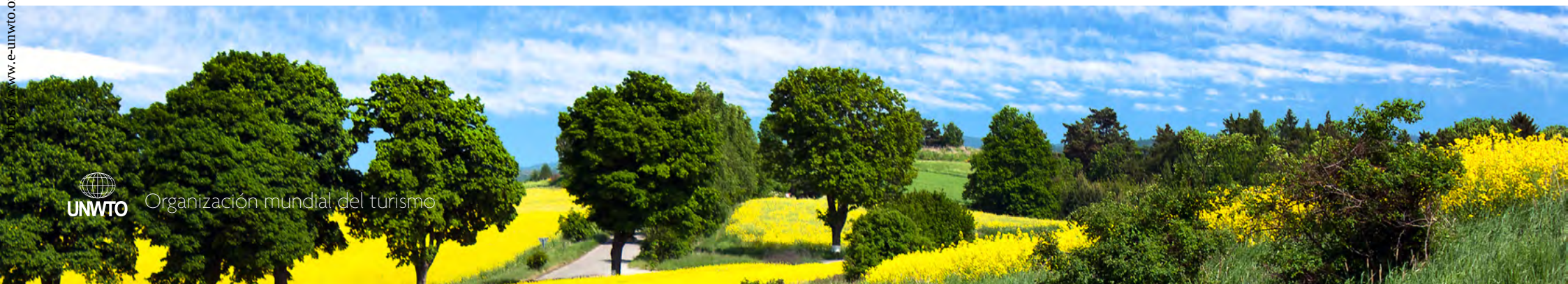
I. El turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural

3. **Los gobiernos deberían promover un enfoque interinstitucional**, mediante una mejor coordinación entre las políticas de turismo y otros ámbitos afines, especialmente el desarrollo rural, así como entre los diversos niveles de gobierno (nacional, regional y local) de forma que se maximice el potencial de desarrollo rural y se alcancen sus objetivos.
4. **La gobernanza del turismo para el desarrollo rural debería basarse en alianzas comunitarias público-privadas** y adoptar un enfoque holístico y sistémico mediante el cual todos los agentes (sector público nacional, regional y local, sector privado, sociedad civil y comunidades locales) participen plenamente en el diseño, la ejecución, la evaluación y la coordinación de las políticas y estrategias de turismo para el desarrollo de las zonas rurales.
5. **Las políticas y la gobernanza en el turismo para el desarrollo rural deberían integrar sistemáticamente las consideraciones de género** durante todo el proceso a fin de garantizar iguales resultados y oportunidades para hombres y mujeres.
6. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían crear un entorno propicio en las zonas rurales para desplegar mejor el potencial del turismo de fomentar la inversión, la innovación, el emprendimiento, unas condiciones de trabajo decentes y justas, la digitalización y las competencias.** Todo ello puede lograrse a través del desarrollo de infraestructuras y servicios esenciales, políticas fiscales, incentivos monetarios, educación y formación, así como mejorando el cumplimiento de la ley y promoviendo un entorno normativo que apoye al sector privado. El papel y la contribución del sector privado en el turismo y en todos los sectores vinculados son críticos para garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos rurales.
7. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían promover los lazos entre el mundo urbano y el rural**, combinando el turismo en ciudades con viajes a zonas rurales circundantes y promocionando zonas rurales cercanas a los centros urbanos. Promover el turismo en zonas rurales no solo expande los beneficios del sector, sino que ayuda también a reducir la presión en los lugares más visitados de las ciudades.



I. El turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural

8. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían aumentar la inversión como condición para la productividad, la inversión y los nuevos desarrollos turísticos en zonas rurales.** La inversión pública es especialmente importante para atraer inversiones del sector privado, las instituciones financieras internacionales y otras partes asociadas para el desarrollo. La infraestructura, especialmente el transporte y la infraestructura digital, es clave para la competitividad y la sostenibilidad de los destinos rurales. Los gobiernos deberían garantizar un nivel adecuado de inversión en infraestructuras para mejorar el bienestar de las comunidades rurales y la experiencia de los visitantes. Esto incluye carreteras y ferrocarriles para mejorar el acceso y la comunicación, conexiones de transporte público y vías ciclistas y peatonales, la conectividad entre islas, un suministro eléctrico fiable, espacios de aparcamiento, infraestructura sanitaria y educativa, recursos culturales, así como servicios telefónicos, conectividad de Internet/banda ancha, provisión de agua potable, gestión de residuos y reciclaje, seguridad, servicios bancarios, servicios de salud y cuidado de niños, etc.
9. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales y las organizaciones multilaterales deberían promover la cooperación transfronteriza** y formular estrategias e iniciativas conjuntas para el turismo rural, garantizando un enfoque más estable y un mayor impacto para los territorios afectados.
10. **Las instituciones y los asociados dedicados al desarrollo deberían reforzar su apoyo al turismo e incrementar los niveles de asistencia oficial para el desarrollo (AOD) destinada al turismo,** habida cuenta de la contribución del sector al empleo y al crecimiento económico como medio de promover la reducción de la pobreza y el desarrollo inclusivo, especialmente para grupos vulnerables como los pueblos indígenas en zonas rurales.
11. **La comunidad internacional debería promover políticas e iniciativas que impulsen la estrecha relación entre los sistemas de alimentación sostenible y el turismo.** Esto puede ser una vía para la conservación y el aprovechamiento de la diversidad biológica en general y de los cultivos en particular, del patrimonio cultural y de la gastronomía local en zonas rurales, promoviendo la economía local a la vez que se preserva la identidad. Deberían desarrollarse también iniciativas para hacer a los turistas más conscientes de su huella de carbono cuando viajan a las zonas rurales y de su



I. El turismo como pilar estratégico de las políticas de desarrollo rural

impacto en los sistemas alimentarios locales, con el fin de alentar comportamientos que ayuden a generar impactos positivos en las comunidades y los ecosistemas.

12. **La comunidad internacional debería promover una planificación y una coordinación efectivas de la asistencia y los esfuerzos entre las organizaciones internacionales, los donantes, el sector privado y las organizaciones no gubernamentales (ONG)** para conseguir objetivos de desarrollo concretos, garantizar un máximo impacto, evitar la duplicación de esfuerzos e intervenciones específicas. La asistencia internacional requiere de un enfoque centrado en la cadena de valor y basado en estrategias acordadas con los gobiernos locales y nacionales.
13. **La comunidad internacional debería mejorar el acceso al desarrollo y la financiación de proyectos para los países en desarrollo con ingresos más altos**, especialmente para impulsar una mayor resiliencia y un mayor desarrollo de microempresas y pymes en las zonas rurales. Algunos de los países y pequeños Estados insulares en desarrollo (PEID) de esta categoría que se han independizado de la AOD y la asistencia del FMI dependen de un gasto deficitario para proyectos capitales del sector público, así como de financiación de la deuda para abordar cuestiones como la mitigación del cambio climático y la creación de resiliencia económica. Teniendo en cuenta que los PEID son desproporcionadamente vulnerables a eventos meteorológicos extremos, y que estos se ven agravados por el cambio climático, las comunidades rurales de las islas a menudo experimentan grandes dificultades con un coste de vida elevado. Todo ello hace muy difícil para la población poder invertir en turismo.



II. Un turismo que favorezca el bienestar de las comunidades rurales: construir un sector justo, inclusivo, resiliente y sostenible

14. **Las políticas nacionales, regionales y locales para el desarrollo turístico y rural deberían priorizar el bienestar económico, social, cultural y ambiental de las comunidades rurales**, prestando especial atención a las formas de los indígenas de relacionarse con las personas y el medio ambiente. En vista de ello, deberían reforzarse el liderazgo y la gestión locales para garantizar el apoyo amplio y efectivo de las comunidades de zonas rurales. La sostenibilidad del turismo rural debería tener en cuenta también la cultura de las comunidades rurales y debería promover que las ganancias económicas del turismo se repartan equitativamente con ellas. Debería establecerse un mecanismo global de reparto de beneficios a escala local en el que participen plenamente los miembros de la comunidad que forman parte de la cadena de valor del turismo.
15. **Las comunidades rurales deberían implicarse plenamente y coliderar los procesos consultivos y la toma de decisiones para planificar, desarrollar y gestionar el turismo en los destinos rurales**. Ello les permitiría sentirse dueños y asumir el liderazgo en la planificación y la gestión del destino. En este sentido, es esencial generar procesos de debate de abajo hacia arriba en los que las decisiones sean consensuadas, pero se conceda a los administradores locales (públicos y privados) autonomía suficiente para llevar a cabo acciones concretas de las cuales deberán también rendir cuentas. De igual modo, es necesario establecer mecanismos de control, evaluación y propuestas de mejora. Una vez más, todo ello debería estar sujeto también a un consenso más amplio. Esas estructuras de toma de decisiones deberían alentar la participación activa e igualitaria de las mujeres.
16. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían proporcionar un entorno propicio para las microempresas y pymes y para el emprendimiento**, garantizando un marco regulatorio adecuado. Deberían garantizar además un acceso fácil y simplificado a una asistencia financiera para empoderar a las comunidades rurales y potenciar la creación de empresas turísticas en zonas rurales. Ello incluye suministrar información sobre la financiación disponible de los sectores privado y público (líneas de crédito, subvenciones, tipos de interés subvencionados, etc.), simplificar los procesos para acceder a la financiación, y desarrollar productos y comercializarlos, especialmente a través de plataformas digitales y canales de venta más eficientes. El apoyo a las microempresas y pymes mediante instalaciones comunes, servicios de asesoramiento empresarial, apoyo tecnológico, marketing y atracción de inversiones es esencial para ayudarles a prosperar,



II. Un turismo que favorezca el bienestar de las comunidades rurales: construir un sector justo, inclusivo, resiliente y sostenible

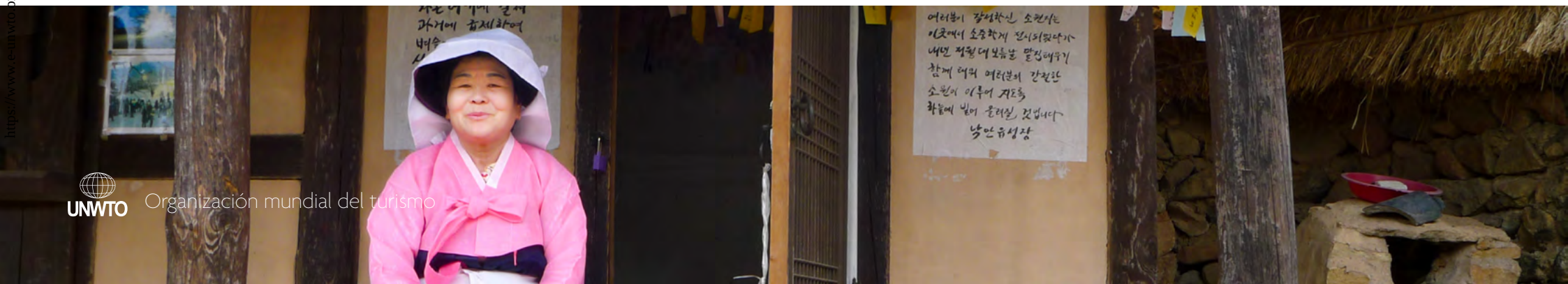
reducir el número de proyectos de emprendimiento que fracasan y acelerar su integración en la cadena de valor del turismo. Los gobiernos deberían alentar la inversión y la asunción de riesgos mediante el despliegue de programas de incubadoras o aceleradoras de pequeñas empresas, o incluso de aspirantes a emprendedores dispuestos a asumir el riesgo de invertir y desarrollar negocios turísticos. Para ello podría recurrirse a préstamos y créditos avalados por los gobiernos (con garantías parciales, mejores tipos de interés, etc.), por ejemplo.

17. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían promover y facilitar continuamente la formación y la atracción de profesionales y emprendedores turísticos en las zonas rurales.** La educación y el desarrollo de capacidades para la comunidad local son clave. Sin “capital humano”, el desarrollo rural sería imposible. La revolución digital está configurando el desarrollo de capacidades. Las políticas relacionadas con el turismo y los programas de desarrollo de capacidades deberían mejorar las capacidades de las comunidades rurales, especialmente en temas como la economía digital, así como en cuestiones sociales y ecológicas que orienten el desarrollo en una dirección ética, más verde y beneficiosa para la sociedad a la vez que se respeta la diversidad de visiones sobre el desarrollo y las distintas perspectivas culturales que existen en las zonas rurales. Parte de los esfuerzos de las políticas sobre educación y desarrollo de capacidades deberían dedicarse a fomentar que haya capital humano y a favorecer que trabajadores más cualificados se muden a las zonas rurales, mediante subsidios gubernamentales, programas de reducción de impuestos, etc.
18. **Guiados por los principios del Código Ético Mundial para el Turismo, tanto el sector público como el privado deberían velar por que las actividades turísticas en zonas rurales ofrezcan trabajo decente y justo y oportunidades de emprendimiento para las comunidades locales, especialmente para los grupos tradicionalmente marginados (mujeres, jóvenes y pueblos indígenas) a la vez que se promueve la igualdad de género.**



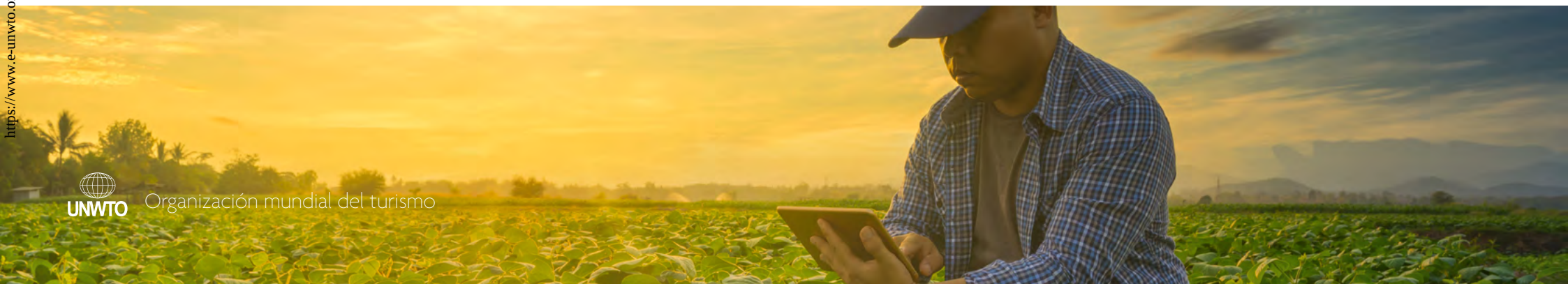
II. Un turismo que favorezca el bienestar de las comunidades rurales: construir un sector justo, inclusivo, resiliente y sostenible

19. De conformidad con las Recomendaciones de la OMT sobre turismo accesible para todos, tanto el sector público como el privado deberían impulsar la accesibilidad en toda la cadena de valor de los destinos turísticos, empoderando a aquellos con necesidades de acceso especiales (incluidas las personas mayores) para hacer los destinos más inclusivos para las comunidades locales y los visitantes a la vez que se abren nuevas oportunidades de negocio. La accesibilidad debería promoverse para la población local en todos los niveles. Si se logra, a cambio, también los visitantes y turistas disfrutarán de destinos rurales accesibles.
20. Tanto el sector público como el privado deberían tener en cuenta las Recomendaciones de la OMT sobre Desarrollo Sostenible del Turismo Indígena, y basar el desarrollo del turismo en las zonas rurales en los principios del mutuo respeto, la consulta, el empoderamiento y las alianzas equitativas en turismo, todo lo cual puede atenuar la pobreza, mejorar el bienestar de las comunidades indígenas y generar nuevas oportunidades de negocio.



III. Nuevas oportunidades para el turismo y el desarrollo rural: innovación, tecnología y digitalización

21. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían promover políticas que estimulen las soluciones innovadoras, las tecnologías y la digitalización.** Todo ello puede ayudar a acelerar el acceso al mercado para los negocios turísticos locales, muchos de los cuales son negocios familiares, y promover la inclusión y la competitividad de los proveedores de todos los tamaños en la cadena de valor del turismo. También puede ayudar a impulsar la movilidad y los productos verdes. La innovación y la transformación digital deberían guiar el desarrollo de la infraestructura turística, las experiencias y la movilidad, especialmente cuando maximizan la búsqueda de autenticidad de los visitantes, a la vez que fomentan la sostenibilidad y promueven vínculos con la gastronomía, la agricultura, las manufacturas, el bienestar, el deporte y la naturaleza.
22. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían cerciorarse de que los destinos rurales tengan la misma conectividad y acceso a las tecnologías que las zonas urbanas** y que no se los deje atrás. La conectividad es clave para garantizar el acceso de los negocios turísticos a los mercados y una experiencia positiva de los viajeros en el contexto de un ciclo de viaje digital acelerado por la COVID-19. Eso significa, entre otras cosas, la automatización de los procesos en todas las fases de la experiencia del viaje (registro de entrada y salida sin contacto, pagos sin contacto, acceso a una red wifi fiable, compra online de productos y servicios locales, menús digitales, etc.), sin despersonalizar el servicio. Se puede así contribuir también a mejorar la calidad y la seguridad de la experiencia del turista (señales digitales, gestión de accesos, control de aforo en zonas comunes, plataformas digitales interactivas, chatbots, etc.). **Es importante prestar especial atención a cerrar la brecha digital de género en los destinos rurales.**
23. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales deberían maximizar el uso de macrodatos (big data) y tecnologías para planificar, medir y gestionar mejor el turismo y promover en las zonas rurales políticas basadas en datos empíricos, en cooperación con el sector privado y los proveedores tecnológicos.** Dichos sistemas deberían considerar la monitorización de los indicadores sobre infraestructuras, capacidad de carga, salud y seguridad, vivienda, impacto social, transporte y movilidad, gestión de recursos naturales y culturales y participación de las comunidades. Los macrodatos deberían utilizarse estratégicamente para entender mejor a los visitantes de zonas rurales, así como sus comportamientos y patrones de viaje. Esta información puede servir para diseñar experiencias comercializables y



III. Nuevas oportunidades para el turismo y el desarrollo rural: innovación, tecnología y digitalización

personalizadas, monitorear los impactos e impulsar la competitividad de las zonas rurales y la sostenibilidad. Tecnologías tales como la inteligencia artificial y la automatización pueden ayudar también a los viajeros rurales con necesidades de acceso específicas, mientras que la realidad virtual y aumentada puede utilizarse en los destinos rurales para ayudar a viajar por el mundo a las personas con movilidad reducida o deficiencias auditivas o de visión. A la vez, debería crearse un marco de consentimiento previo e informado para compartir esos datos, gobernanza pública y acceso abierto a los macrodatos, a fin de garantizar que la tecnología y los datos benefician tanto a las comunidades como a los consumidores. Las comunidades locales y los agentes particulares deberían recibir una formación adecuada que les permita acceder, evaluar y ejecutar decisiones particulares utilizando macrodatos.



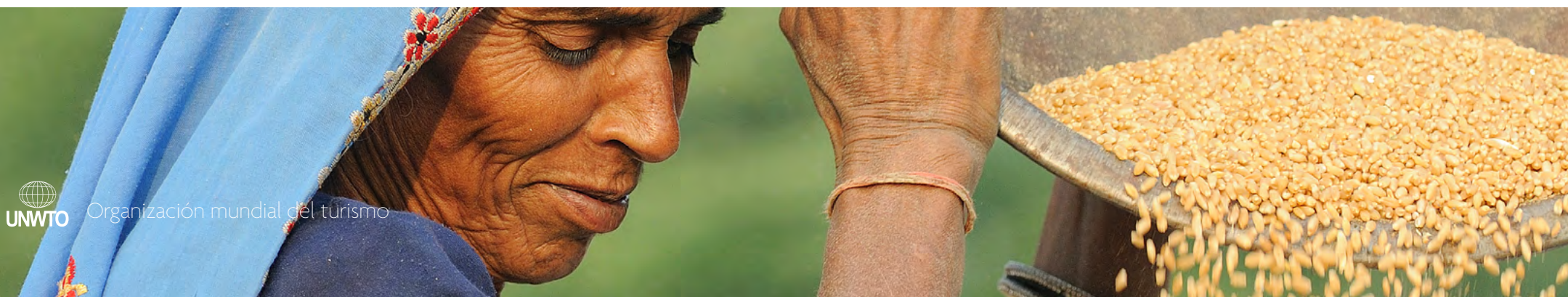
IV. Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor para una experiencia de viaje sostenible y mejorada

24. **El desarrollo de experiencias y productos turísticos en zonas rurales debería guiarse por una evaluación previa de los puntos fuertes y las oportunidades de los destinos rurales** a fin de definir su potencial y crear un entorno propicio (es decir, infraestructuras, gestión de recursos, inversiones, capital humano) y un plan y una estrategia de desarrollo a largo plazo que puedan ser sostenibles y económicamente viables. Para ello, es esencial poner en práctica iniciativas de inteligencia de mercados que ofrezcan un examen en profundidad de las tendencias y las demandas de los viajeros rurales para adaptar los productos y el marketing según el mercado objetivo a la vez que se mantiene la identidad local.
25. **El desarrollo de experiencias y productos turísticos en las zonas rurales debería seguir una perspectiva holística y plenamente integrada en la que participen todos los demás sectores, agentes y actividades socioeconómicas de la cadena de valor del turismo y la vida rural.** Las comunidades rurales deberían estar intrínsecamente involucradas en la cocreación de productos turísticos sostenibles en lo social y lo ambiental y económicamente viables. La colaboración dentro de la comunidad es esencial y la estimulación o creación de redes de productores y cooperativas para trabajar juntos en el diseño y desarrollo de productos turísticos, productos agrícolas y artículos de artesanía es altamente recomendable. La comunidad rural debería estar orgullosa de lo que es, de lo que hace y de cómo vive. Deberían poder sentirse los dueños de su territorio, sus recursos y su estilo de vida, y empoderados para dar la bienvenida a los visitantes y crear experiencias valiosas.
26. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, así como el sector privado, deberían promover rutas temáticas, viajes por carretera, conexiones entre islas y rutas nacionales que vinculen diferentes destinos rurales.** Para enfocar el desarrollo turístico de manera más efectiva y ofrecer valor añadido a los visitantes ha de alentarse la colaboración entre varios destinos rurales para el desarrollo de experiencias turísticas conjuntas y una mayor conectividad.



IV. Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor para una experiencia de viaje sostenible y mejorada

27. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían promover experiencias nuevas y auténticas que sean específicas de las zonas rurales**, promoviendo el contacto con la naturaleza y la cultura en entornos sin aglomeraciones, en sintonía con las actuales tendencias de consumo. Debería considerarse toda la variedad de recursos rurales, entre los que se cuentan las actividades turísticas relacionadas con la cultura, la gastronomía y las bebidas, la salud y el bienestar, la aventura y el deporte, el agroturismo y el ecoturismo, la montaña, las zonas protegidas costeras, marinas y naturales, así como la promoción de actividades de seguimiento después de la visita y acceso a productos rurales. Conviene priorizar un enfoque centrado en el desarrollo de productos, con especial atención a la interpretación, que ofrezca experiencias a los visitantes en términos de aprendizaje y conservación ambiental en zonas rurales.
28. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían reforzar el marketing y la promoción en las zonas rurales**. Existe una oportunidad de atraer y retener a nuevos viajeros a la luz del contexto actual de COVID-19, ya que muchos visitantes buscan el aire libre y lugares con menor densidad demográfica. Además, el marketing y la promoción desempeñan un papel importante en el fomento de un sentido de pertenencia y orgullo en las comunidades, así como en educar a los visitantes sobre la importancia de su contribución para las comunidades locales. Una promoción, para tener éxito, debería apuntar a hacer crecer tanto la demanda como el gasto, pero también a garantizar el respeto por el destino, la satisfacción de los visitantes y la inversión.
29. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían concienciar de la importancia de las comunidades rurales y su contribución a la economía nacional y a la preservación de los recursos culturales y naturales** con el fin de promover el mercado interno. Se podrían incluir programas educativos que animen a los niños y a los jóvenes a aprender sobre su territorio y su cultura, involucrándolos activamente en costumbres y actividades tradicionales y sensibilizándolos respecto al patrimonio cultural y natural transmitido por las comunidades rurales, así como respecto a su relación con la naturaleza.



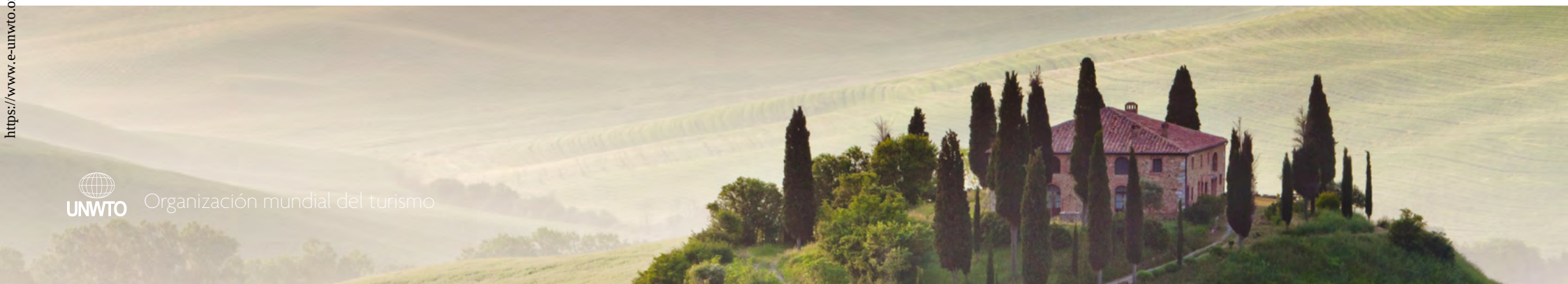
IV. Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor para una experiencia de viaje sostenible y mejorada

30. **Los gobiernos y el sector privado deberían compilar y poner a disposición del público, en formatos accesibles, información exacta y regularmente actualizada sobre los productos, servicios e instalaciones accesibles,** permitiendo a los visitantes con necesidades específicas de acceso reservar y comprar todo el itinerario y mejorar su experiencia antes, durante y después del viaje.
31. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían abordar la estacionalidad** a través de campañas para el mercado interno. Estas campañas pueden incluir incentivos especiales para los consumidores y el desarrollo de productos adecuados, habida cuenta del creciente interés por experiencias turísticas y prácticas empresariales responsables, ecológicas y éticas. Debería considerarse también la diversificación de los mercados, más allá de los mercados internos tradicionales del turismo rural, y buscar enfoques centrados en criterios demográficos (tanto población de edad avanzada pero con buena salud, con experiencia viajera y holgura económica que puede viajar fuera de temporada, como población más joven que busca naturaleza y salud integral).



V. Fomentar políticas y prácticas sostenibles en destinos rurales

32. **El turismo debería incluirse como medio efectivo de alcanzar el desarrollo rural en el marco de la Agenda 2030 y los ODS**, especialmente los objetivos 1 (fin de la pobreza), 5 (igualdad de género), 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 9 (industria, innovación e infraestructura), 10 (reducción de las desigualdades), 11 (ciudades y comunidades sostenibles), 12 (producción y consumo responsables), 14 (vida submarina), 15 (vida de ecosistemas terrestres) y 17 (alianzas para lograr los Objetivos), **además de la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo** (artículo 4: El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad, y artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino). Con este fin, los gobiernos deberían sensibilizar a todos los agentes interesados tanto del sector público como del privado, así como a las comunidades, de los ODS y crear un proceso completo de participación en su ejecución y supervisión, que incluya a todas las partes competentes.
33. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, en colaboración con el sector privado y las comunidades, deberían implantar el concepto de “destinos inteligentes”** en las zonas rurales, basado en los siguientes cinco pilares: 1) gobernanza, 2) innovación, 3) tecnología, 4) accesibilidad, y 5) sostenibilidad.
34. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían promover prácticas sostenibles para un uso más eficiente de los recursos locales y una reducción de las emisiones y de los residuos** en el marco de la economía verde. Ello incluye el uso de energías limpias como la energía solar, la energía eólica y los biocombustibles en las actividades turísticas, una mayor eficiencia energética, la prohibición del empleo de plásticos de un solo uso y sustancias peligrosas, y la implantación de programas de gestión de restos de alimentos y reciclaje. Los programas generales de gestión de residuos deberían formar parte de la zonificación y planificación y cabría alentar la consideración de la utilización de zonas de sombra y otras tecnologías para combatir el calor, que podrían implementarse como parte del proceso de desarrollo.



V. Fomentar políticas y prácticas sostenibles en destinos rurales

35. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían garantizar la integración de los recursos naturales y culturales**, como son las reservas naturales, los sitios del patrimonio mundial y los lugares históricos, **en el desarrollo de las zonas rurales**, haciendo especial hincapié en el respeto por la biodiversidad y la cultura autóctonas (lugares de culto, festividades, etc.).
36. **Los gobiernos nacionales, regionales y locales, el sector privado y las comunidades deberían promover un desarrollo turístico con base empírica a través de datos fiables e integrados y herramientas de seguimiento** que midan el impacto económico, social, cultural y ambiental del turismo en áreas rurales, haga un seguimiento y optimice los recursos. La información estadística y la recopilación, el procesamiento y la evaluación de los datos por parte de las autoridades nacionales y regionales deberían ser más eficientes, apoyándose preferiblemente en un mayor grado de digitalización que permita a las zonas rurales establecer, planificar, evaluar y gestionar mejor los programas de desarrollo.
37. **Los gobiernos deberían sumarse a la iniciativa de Medición de la Sostenibilidad del Turismo (MST)** reconocida por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas como el marco estadístico con el que medir y supervisar el impacto ambiental, económico y social del turismo a escala nacional y subnacional. Los gobiernos están invitados a apoyar el proceso de desarrollo del marco, y a tomar medidas para su aplicación a través de estudios piloto. Además, la **Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT proporciona un marco para un seguimiento sistemático, puntual y regular del uso de los recursos y para entender mejor el impacto del turismo a escala local** en nueve áreas: estacionalidad, empleo, beneficios económicos, gobernanza, satisfacción local, gestión energética, gestión hídrica, gestión de aguas residuales (alcantarillado) y de residuos sólidos y accesibilidad. En este contexto, el seguimiento regular del impacto del turismo en las comunidades rurales (es decir, la calidad de vida y la satisfacción) resulta especialmente pertinente.





Copyright © 2020, Organización Mundial del Turismo (OMT)
Copyright, foto de portada: © Tampatral | Dreamstime.com

Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural – Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva

ISBN (versión impresa): 978-92-844-2220-3
ISBN (versión electrónica): 978-92-844-2221-0
DOI: 10.18111/9789284422210

Publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT),
Madrid, España.

Primera edición: 2020. Todos los derechos reservados

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la presentación de sus elementos no son indicativas de opinión alguna por parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo respecto del estatuto jurídico de ningún país, territorio, ciudad o zona ni de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

Citación:

Organización Mundial del Turismo (2020), Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural – Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva, UNWTO, Madrid,
DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422210>.