

El multidesino: una oportunidad para incentivar el turismo en las Américas

Nota conceptual

Un viaje turístico multidesino se define como un viaje único que incluye la visita a más de un destino. El concepto de turismo multidesino requiere, por lo tanto, que dos o más países elaboren una estrategia común para ofrecer y promocionar una ruta o un producto conjunto.

El multidesino puede convertirse cada vez más en una herramienta eficaz y rentable para atraer a visitantes que de otro modo tal vez no se plantearan visitar un destino. Así ocurre en particular con aquellos turistas de mercados emisores lejanos que quieren aprovechar al máximo un viaje de larga distancia visitando varios países de la misma zona que se complementan entre sí, enriqueciéndose de ese modo la experiencia del viaje.

En el caso de las Américas, este concepto puede resultar especialmente interesante para incrementar la cuota de turistas procedentes de Europa y de Asia y el Pacífico, y que representan en la actualidad el 17% y el 7%, respectivamente, de las llegadas de turistas internacionales a la región.

En este contexto, hay cinco retos fundamentales que deben tenerse en cuenta en la formulación de un plan de turismo multidesino, ya que los operadores y consumidores valorarán los destinos que ofrezcan más ventajas y facilidades en cuanto a:

1. Facilitación del viaje en los destinos (visados y cruce de fronteras).
2. Transporte aéreo o terrestre/conectividad en los destinos.
3. Marca e imagen comunes.
4. Productos / rutas comunes.
5. La perspectiva empresarial: el papel de los operadores turísticos y las cadenas de hoteles.

A la luz de lo anterior, y con el fin de llevar a cabo una estrategia multidesino satisfactoria, los países que participen tendrán que desarrollar y poner en marcha un sistema de integración regional fuerte. Cuando más avanzado sea el sistema de integración, más oportunidades generará para el turismo multidesino.

Por lo tanto, los países interesados necesitan unificar sus políticas de visados para terceros países, evaluar la posibilidad de crear visados para destinos múltiples y simplificar la tramitación de los visados así como el cruce de fronteras.

Por otra parte, teniendo en cuenta la importancia de la conectividad aérea, en una estrategia multidesino satisfactoria, los países tienen también que promover negociaciones bilaterales y

multilaterales encaminadas a crear una red que garantice una oferta adecuada de transporte entre los destinos correspondientes. En casos como el de Mercosur, cuando participan dos países grandes desde el punto de vista geográfico y otros dos más pequeños, la interconectividad debería considerarse tanto desde la perspectiva aérea como desde la terrestre. También podría aplicarse un enfoque similar a Centroamérica, teniendo en cuenta del mismo modo el alcance geográfico. En el caso del Caribe, la conectividad aérea se convierte en un factor fundamental para garantizar una estrategia multidesino eficiente.

Una vez se hayan mejorado los procedimientos fronterizos, se hayan desplegado nuevas tecnologías que incrementen la eficiencia y se haya abordado debidamente la cuestión de la conectividad aérea, los destinos pueden avanzar en el ámbito del desarrollo de productos, el marketing y la promoción con el fin de crear una marca sólida que reúna a esos países en una propuesta de multidesino coherente. La marca o la imagen del destino será un elemento clave para el éxito y para la percepción de la fortaleza de ese multidesino entre los países emisores.

La OMT reunirá a expertos y agentes turísticos de toda la región para debatir los retos y las oportunidades de promover la integración del turismo regional y multidesino en las Américas. Entre los principales temas de debate se encuentran los siguientes:

- la conectividad,
- la facilitación de los viajes,
- la creación de marca,
- la inversión en infraestructura,
- el papel de las ferias de turismo,
- los operadores turísticos.