

**7º ENCUENTRO DEL GRUPO DE TRABAJO DE LA RUTA DE LA SEDA – UNWTO (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO)**

**30/03/17 A.m.**

El proyecto de la Ruta de la Seda (RS) tiene colaboración por parte de la BBC y Discovery Channel. Se han creado cuentas en todas las Social Media.

En el Trip Advisor las plataformas que están implicadas en el proyecto de la RS son Viator, Niuba, Iberia, entre otras.

Es de destacar la importancia de dejar comentarios tras cada experiencia (en general); por ejemplo, la mejora de un 0.5% supone un incremento del 11% por parte de los clientes. Asimismo, colgar fotos hace que un servicio resulte más atractivo.

La interpretación de la RS comenzó en 2015. En estos momentos se está trabajando para crear unos estándares comunes para todos los guías y países. El curso dura dos semanas y cada país /región puede solicitar este tipo de formación para sus guías.

[silkroad@unwto.org](mailto:silkroad@unwto.org)

En 2016 la Cátedra China le concedió un galardón a Valencia por el proyecto de la RS.

En 2013 un 73% de los países de la RS requería visa para poder viajar por sus respectivos territorios. Para una mayor accesibilidad a la ruta se ha creado la política de “Cielo abierto” (Open skies policy), con trámites agilizados para obtener visados.

*Ponencia de Eulogio Bordas de THR Innovative Tourism Advisors* (<http://www.thr.es/>  
<http://www.thr.es/es/eulogio-bordas>): “Crear un proyecto”

En el mundo hay unos 120 millones pax/ año que pueden consumir el producto THR. De estos 120 millones ente 12- 18 millones pax/ año son para la RS.

**Ideas:**

Marketing digital on- line; hay que olvidarse de estrategias anticuadas de folletos, libretos, etc.

Marketing cooperativo

Estrategia de mercado clara: qué vender y a quién

Diseñar valor

Comunicar

Sistema de ventas

1. **Smart strategy:** escribir un máximo de 5 páginas para definir la RS: beneficios que aporta, experiencias únicas, etc. El objetivo es un turista “achiever & experienter”: culto, con experiencia, uso elevado de HiThech, mente abierta y respetuoso con el medio ambiente.

2. **Diseño de valor:** nombrar las ciudades principales y las 10- 15 top- experiencias. Hay que diseñar una RS básica con su principio y final que sirva de apoyo y a partir de ahí crear las variantes. También se puede “trocear” la SR (temática, histórica, gastronómica...); cada trozo tiene que ser único y específico.
3. **Comunicación:** on- line, foto o vídeo, sobre todo vídeo. Hay que crear símbolos, entre 10 y 12, que se asocien con la imagen de la RS. La web tiene que ser comercial y seductora, con mensajes cortos impactantes y visuales. Para ello hace falta crear un banco de imágenes y películas. Por otra parte, habría que crear 20- 30 historias cortas de 2- 3 páginas (contratando a los mejores escritores, si hace falta). Finalmente, sería interesante hacer algo grande como un libro digital, un tv show. Sobre todo, hay que conseguir patrocinadores.
4. **Sistema de ventas:** en la web tiene que haber una lista de tour-operadores y DMC; también hay que diseñar un “*tour planner*” / planificador de tours (coger de ejemplo a Nueva Zelanda), con un mapa interactivo incorporado. Finalmente, crear una aplicación móvil (ej., Ruta 66).
5. **Cooperación:** puede tener el llamado “*hard money*” – dinero en metálico o “*soft money*” – productos ofrecidos desde cada uno de los países / regiones, unificados en una central y distribuidos de manera global. Por supuesto, eso requiere un consenso total. Además de 10 millones de euros de inversión mínima. Finalmente, hace falta un Departamento de Marketing general con sucursales locales por país/ región.

Por último, es imprescindible tener un sello de calidad para la marca SR. De nuevo, el mejor ejemplo para crear uno es el de Nueva Zelanda.

31/03/17 A. m.

***Ponencia de Frank Bauerbaum, Consejero Delegado, SOENT (German Agency of Management and Resort Development)***

Los problemas a resolver de la RS son los peligros, tales como seguridad, rentabilidad, negocio a largo plazo.

El master- plan (es decir, el proyecto general) tiene que tener las características siguientes:

- Incorporar las HiTech respetuosas con el medio ambiente
- Ser único e irrepetible
- Aprovechar al máximo las nuevas tecnologías y las MassMedia
- Tiene que ser interactivo
- De la interacción deriva el que apele a las emociones y sensaciones a través de las experiencias personalizadas

### ***Ponencia de Michael B. Christides, Secretario General, Cooperación Económica del Mar Negro***

La CEMN incluye 12 países que sirven de frontera a la vez que puente entre Europa y Asia, entre otros están los Balcanes, Grecia, etc. Les falta por incorporar a Moldova y a Serbia.

Del 26/04/17 al 27/04/17 en la ciudad de Alexandópolis tendrá lugar la siguiente reunión de la RS.

La RS incluye a 33 países de 3 continentes, a lo largo de más de 12mil km. El objetivo de la CEMN es revitalizar el área entre el Mar Caspio y el Mar Negro y vincularlo al Mediterráneo.

\*Un dato curioso: la producción vinícola comenzó en el Cáucaso. Armenia y Georgia se consideran países pioneros en la explotación de la vid y fabricación del vino. Ya sabéis, si no queréis ir a Requena, siempre os podéis acercar por Georgia o por allá, por la zona.

### ***Ponencia de la Universitat de València: Guillermo Palao Moreno (vicerrector de RRII y cooperación de la UV) Aurora Pedro, OMT UV.***

#### **Guillermo Palao Moreno – presentación de la UV**

La UV es la que más dinero invierte en el desarrollo e investigación. En España ocupa la 1ª posición en cuanto a la sostenibilidad y 4ª en investigación. Las facultades de Física y Química están en el top- 50 del ranking mundial. La UV tiene 4 campus y más de 60.000 estudiantes. Es 2ª en Europa en cuanto al número de estudiantes erasmus, la 1ª es la Politécnica. Es decir, entre las dos universidades Valencia es la ciudad que más erasmus recibe en Europa.

#### **Aurora Pedro – colaboración con la UNWTO**

La colaboración con la UNWTO comenzó ya a mediados de los '90. Se diseñaron cursos especiales de turismo con la colaboración de expertos y profesionales del sector.

En 2007 se firmó un acuerdo entre la UV y la UNWTO. En marzo de 2015 se realiza el discurso de petición en Berlín y en abril del mismo año España entra a formar parte del proyecto SR (hay un link dentro de la web de la UV). Es decir, gracias a los esfuerzos del equipo de la UV España y Valencia forma ahora parte de este proyecto. Hay una red mundial de universidades que colaboran con al SR.

### ***Ponencia de Ivana Curuvija, Lead International Trainer (Head trainer) of WFTGA***

<http://wftga.org/node/500>

Posibilidad de cursos formativos sobre la SR en la UV y en el Instituto de Juventud de Valencia, dentro del programa de Escuela de Verano (Summer School)

La SR Occidental requiere un estudio de marca propio. La formación y la creación del proyecto se completarían en 18 meses, además de crearse un manual. También haría falta organizar dos grupos de trabajo (*workshop groups*)

\*Información de interés: hacen un curso para guías sobre “preguntas y situaciones comprometidas”.

***Türkish Airlines – José Calvo.***

Es la compañía que más países de la SR sobrevuela. Han sido elegidos Mejor Compañía Aérea de Europa. Nº 1 del mundo en servicio de comidas en el *business class* y nº 3 en el *tourist*.

\*Para los que viajáis a China, en algunas ciudades tienen el llamado “visa free” para 72 horas. Fácil de obtener para los viajes de negocios.

Oxana Gorbenko

Marzo, 2017.