



Consejo Ejecutivo

98ª reunión

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

Punto 4 a) del orden del día provisional

CE/98/4 a)

Madrid, 26 de abril de 2014

Original: inglés

Miembros Afiliados

a) Informe del Presidente de los Miembros Afiliados

I. Introducción

1. En vista de las reformas que el Secretario General ha introducido en la estructura de la Organización, los Miembros Afiliados desean expresar su satisfacción y aprecio por las decisiones del Secretario General para mejorar la integración del Programa de Miembros Afiliados dentro del programa general de la Organización y dan la bienvenida a esta iniciativa, que se describe más pormenorizadamente en la parte B del presente informe.

2. Además de responder a lo establecido en el Libro Blanco, ello ofrece interesantes posibilidades de multiplicar el potencial de los Miembros Afiliados de la Organización para construir unas asociaciones público-privadas más sólidas.

II. Análisis

3. El objeto de este informe es presentar un análisis de la situación actual y de la gestión desarrollada por el Programa de Miembros Afiliados desde la fecha del último informe —que fue presentado en la 96ª reunión del Consejo Ejecutivo de la OMT en agosto de 2013, en las cataratas Victoria (Zimbabue)— hasta la fecha del presente informe, mediados de abril de 2014

A. Programa de Miembros Afiliados: mejora de la colaboración entre los sectores público y privado

1. Plan de Acción de los Miembros Afiliados

4. El Plan de Acción sigue un enfoque integrado ante las diversas cuestiones propuestas por los Miembros Afiliados. El objetivo es definir modelos de colaboración público-privada que puedan aplicarse en la práctica. Como componentes esenciales del proceso se han identificado la gobernanza, la tecnología y la calidad.

5. Este objetivo se perseguirá por distintos medios, tales como prototipos, informes, proyectos conjuntos con otros programas y seminarios técnicos de la OMT. Con ello, el Programa conseguirá asimismo el intercambio de experiencias, prácticas idóneas, conocimientos técnicos y estudios de



mercado, que se reconocen en el Libro Blanco como las principales expectativas de los Miembros con respecto a su afiliación.

6. Dado que la misión del Programa de Miembros Afiliados es dar servicio a sus integrantes, se firman acuerdos específicos entre la OMT y cada uno de los miembros, en los que se establece una colaboración conjunta en ámbitos y proyectos de interés mutuo. Esto se aplica asimismo a la participación de cada uno de los miembros en los diversos proyectos incluidos en el Programa de Trabajo.

a) Prototipos del Programa de Miembros Afiliados

7. El desarrollo de prototipos es una herramienta estratégica empleada en el Programa para conseguir los resultados deseados. Un prototipo es un nuevo modelo que aplica el conocimiento existente y las distintas aportaciones resultantes de la colaboración de los Miembros Afiliados (instituciones académicas, sector privado y destinos). Se trata de un proyecto vivo de análisis e investigación que se lleva a cabo en un destino turístico a fin de identificar las claves necesarias para proponer políticas y estrategias que permitan a un destino posicionarse en el mapa internacional y reforzar el impacto social y económico del sector turístico: las universidades ofrecen el conocimiento y las capacidades analíticas necesarias para ganar visibilidad mediante el proyecto, las empresas obtienen datos para valorar el desarrollo empresarial en el destino o en destinos similares, y los destinos recopilan ideas y propuestas para mejorar su posicionamiento y desarrollar sus sectores turísticos de forma innovadora y relevante.

8. Los prototipos se utilizan para conseguir la implicación de un elevado número de Miembros que colaboren en un proyecto en pos de un objetivo común, para probar nuevos modelos de asociación público-privada y elaborar documentos metodológicos que ofrezcan recomendaciones aplicables en otros lugares.

b) Red del Conocimiento: órgano de investigación del Programa de Miembros Afiliados

9. Una estrategia clave para fomentar asociaciones que alimenten el Programa de Trabajo de la OMT es la integración de las instituciones de formación e investigación con los responsables públicos. La Red del Conocimiento de la OMT, órgano de investigación del Programa de Miembros Afiliados, ofrece un espacio único donde los generadores de conocimiento, los responsables de políticas y los profesionales participan proactivamente en la búsqueda y empleo de recursos relevantes para estimular la creación, difusión y aplicación de conocimientos sobre el turismo, centrándose especialmente en la innovación. En este contexto, la Red del Conocimiento constituye una puesta en común de distintos recursos de conocimiento que pueden servir como una plataforma para generar asociaciones público-privadas con la participación de las instituciones académicas.

2. Iniciativas y aplicación de instrumentos integrales para conseguir los objetivos estratégicos del Programa

10. Desde el anterior Consejo Ejecutivo, el Programa ha trabajado para conseguir este enfoque innovador por medio de las siguientes iniciativas principales, respondiendo a dos de las principales áreas de trabajo consideradas cruciales por nuestros Miembros Afiliados y dirigidas por un gran número de los mismos:

a) Turismo urbano

11. La OMT inició en 2012 el proyecto «Cities» en colaboración con 21 ciudades en todo el mundo. Merced a un sistema de consultas sobre cuestiones clave llevado a cabo por medio de las entidades de promoción del turismo de distintas ciudades, se consiguió un marco inicial para trabajar en las áreas prioritarias de acción común, que dio lugar a la publicación del Informe de Miembros Afiliados Vol. 6 relativo al turismo urbano.

12. El informe trata temas fundamentales, tales como el rol estratégico del turismo en el desarrollo de las ciudades, las claves de éxito para su desarrollo y los conceptos vinculados a las *Smart Cities*.

13. Incluye una declaración común, denominada «Declaración de Estambul» en honor de la ciudad en que se presentó, y firmada por las 21 ciudades participantes más la ciudad de Moscú; en la declaración se hace un llamamiento a la aplicación de medidas específicas para seguir desarrollando y dando mayor visibilidad a siete áreas vitales para el desarrollo del turismo urbano.

14. A partir de las conclusiones de la primera Cumbre, el Programa de Miembros Afiliados de la OMT incluyó entre sus objetivos estratégicos las siete áreas de acción citadas en la Declaración de Estambul y, en consecuencia, la aplicación de un plan específico para contribuir a su análisis progresivo mediante la interacción y el intercambio de experiencias entre empresas, destinos y universidades de todo el mundo. Entre las iniciativas concretas resultantes de este proyecto se cuentan las siguientes:

i) Proyecto de medición de la incidencia en las ciudades

a. El Proyecto de medición de la incidencia fue iniciado para definir una metodología común que permita medir la incidencia económica del turismo en las ciudades.

b. En este proyecto participan nueve ciudades que constituyen destinos turísticos, con grupos tripartitos compuestos por una organización de turismo urbano, una universidad y una organización de gestión de destinos de cada ciudad, con la finalidad de elaborar un conjunto de factores, elementos de referencia e indicadores convenidos que describan las consecuencias económicas experimentadas por las ciudades debido a su participación en el sector del turismo. Este enfoque ayudará a establecer elementos de referencia que sirvan para realizar comparaciones entre distintas fechas y con distintas ciudades.

c. El informe ofrece argumentos críticos para desarrollar un instrumento que permita hacer un seguimiento de la eficacia de un sector económico enormemente relevante, así como recopilar datos que contribuyan a unas decisiones mejor informadas por parte de la mayoría de los colectivos interesados (profesionales del turismo, instituciones y organismos públicos, universidades, centros de investigación, asociaciones sectoriales, órganos de comercio y empresas especializadas).

ii) Prototipo «Madrid Precious Time»

a. En el punto 6 de la Declaración de Estambul se plantea el objetivo de aplicar «estrategias innovadoras para diseñar productos especializados con gran valor añadido para nichos de mercado concretos que mejoran la experiencia del visitante».

b. El prototipo «Madrid Precious Time» aborda este desafío mediante un estudio de caso desarrollado en colaboración con Miembros Afiliados de la ciudad de Madrid, encaminado a la creación del prototipo «Madrid Premium». El proyecto reúne a socios de

los sectores público y privado de ámbitos diversos, entre ellos la tecnología, la hostelería, el arte y la cultura, la artesanía, el comercio minorista, el diseño y los seguros, que han trabajado juntos para crear productos nuevos e innovadores que ayudarán a posicionar a Madrid entre los destinos turísticos de primera fila. Este prototipo aspira a servir de modelo para nuevos enfoques de colaboración orientados al desarrollo de nuevos productos turísticos en destinos urbanos.

c. Esta iniciativa también abarca otros aspectos destacados en la Declaración de Estambul, como la formación de capital humano, la comunicación, el patrimonio material e inmaterial, nuevas formas de colaboración entre los agentes que participan en el proyecto, la importancia del contenido y el componente tecnológico vinculado al producto.

d. Para más información: <http://affiliatemembers.unwto.org/content/madrid-precious-time-collaboration-innovative-city-tourism>

- iii) Cumbres sobre turismo urbano (organizadas en colaboración con el Programa de Gestión de destinos y calidad)

Segunda Cumbre Mundial de la OMT sobre Turismo Urbano: celebrada en Moscú (Federación de Rusia) los días 19 y 20 de septiembre de 2013, y organizada en colaboración con el Comité de Turismo de esa ciudad, se centró en el diseño de estrategias innovadoras para mejorar la competitividad y en el desarrollo de nuevos modelos de negocio, lo que proporcionó una plataforma para la segunda fase del proyecto «Cities» de la OMT.

- iv) Informe sobre Hong Kong

a. Este informe trata la incidencia del rápido incremento del turismo procedente de la República Popular China en Hong Kong en el período de 2002 a 2013. Han participado varios socios públicos y privados, aportando sus conocimientos especializados para ofrecer unos resultados mejores y más exhaustivos. Su objetivo último es mejorar la investigación de base disponible, para ayudar a las organizaciones de gestión de destinos a comprender y gestionar con eficacia los flujos de mercados emisores emergentes a partir del estudio de caso China – Hong Kong.

b. Se trata del primer texto de la serie de Documentos Temáticos de la Red del Conocimiento, que se ha desarrollado con el objeto de fortalecer el componente de investigación por medio de la Red del Conocimiento y proporcionar trabajos de investigación con aplicaciones prácticas.

- b) Estacionalidad

15. La estacionalidad es un problema grave para la mayor parte de los destinos del mundo, que experimentan unas fluctuaciones considerables en el número de turistas a lo largo del año. Las organizaciones de gestión de destinos, los técnicos de marketing, las empresas turísticas y otros colectivos interesados afectados por este efecto necesitan hallar medios innovadores y creativos para subsanar tales oscilaciones, apoyando el desarrollo sostenible de sus destinos. Es necesario paliar este fenómeno para que el sector turístico pueda operar de una manera más convencional y económicamente fructífera.

16. Dada la relevancia mundial de esta cuestión, el Programa de Miembros Afiliados de la OMT trata de identificar enfoques de éxito para superar el problema, que permitan que el sector turístico opere en un plano más regular y sistemático en los diversos contextos.

17. Con el objeto de desarrollar soluciones innovadoras y colectivas contra la estacionalidad, el Programa ha creado el prototipo «Estacionalidad», que se llevará a cabo durante un año en Punta del Este para aplicar estas soluciones desde la perspectiva de asociación público-privada.

3. Investigación y publicaciones

18. Desde el último Consejo Ejecutivo se han publicado tres informes: uno regional y dos nuevos Informes de los Miembros Afiliados; además, se están elaborando actualmente otros dos:

a) El Informe Regional sobre Europa describe la situación actual del turismo en los Estados Miembros europeos, y analiza cómo se están adaptando y planificando con vistas a las nuevas tendencias. Examina los diversos resultados y opiniones en varias zonas de Europa, fundamentalmente a partir de una encuesta realizada entre los Estados Miembros y Miembros Afiliados.

b) El Informe de los Miembros afiliados núm. 7 Informe Global sobre la industria de reuniones explora el alcance e impacto y las oportunidades de crecimiento y de desarrollo económico de la industria de reuniones. Este documento subrayando la importancia de la colaboración público-privada y la relevancia de implantar procesos de innovación continua, e incluye experiencias y casos de éxito protagonizados por Miembros Afiliados de todo el mundo.

c) El Informe de los Miembros Afiliados núm. 8 Global Report on Shopping Tourism (informe global sobre el turismo de compras) subraya el crucial papel de las ciudades en el desarrollo del turismo de compras, presentando datos estadísticos actualizados sobre las tendencias relevantes.

d) Informes en preparación: actualmente se están elaborando el Informe de los Miembros Afiliados Global Report on Adventure Tourism (sobre el turismo de aventura) y el Informe de los Miembros Afiliados Global Report on Hotel Accommodation (sobre el alojamiento en hoteles).

19. Con el objeto de fortalecer el componente de investigación, la Red del Conocimiento ha desarrollado la serie de Documentos Temáticos de la Red del Conocimiento, para ofrecer trabajos de investigación con aplicaciones prácticas. Como ya se ha mencionado, el primer texto de esta serie analiza la incidencia del rápido incremento de turistas chinos en Hong Kong, con el objetivo de aumentar la investigación de base para ayudar a las organizaciones de gestión de destinos a comprender y gestionar con eficacia los flujos de mercados emisores emergentes. El desarrollo de este estudio sigue la metodología de los grupos de trabajo de la Red del Conocimiento, que otorga prioridad tanto a la colaboración de los colectivos interesados como al rigor académico. Este mecanismo de colaboración tiene el potencial de facilitar la investigación para los miembros de la OMT formando equipos multidisciplinares de investigación de organizaciones integradas en la Red del Conocimiento, para crear documentos basados en medidas, y aboga por una política turística acorde con los principios de la OMT.

4. Iniciativa de pasantía internacional del Programa de Miembros Afiliados

20. Actualmente, el Programa de Miembros Afiliados está desarrollando un proyecto piloto para definir un protocolo de integración entre instituciones de formación e investigadoras y organizaciones

de los sectores privado y público a través de una iniciativa de pasantías que situará a los estudiantes de las universidades de los Miembros Afiliados en organizaciones relevantes de dichos Miembros.

21. También incluirá una asociación de «Gestión del talento y recursos humanos en el turismo», auspiciada por instituciones de formación y asociaciones sectoriales de la Red del Conocimiento para apoyar a los jóvenes talentos y facilitar el intercambio de conocimientos. Esta asociación realizará investigaciones sobre la gestión del talento, desarrollará programas de pasantías para los jóvenes talentos de los Estados Miembros y Miembros Afiliados de la OMT, y reconocerá los logros conseguidos por jóvenes estudiantes de turismo sobresalientes.

5. Consolidación de la Red del Conocimiento dentro de los Miembros Afiliados

22. En 2012, con vistas a fortalecer su valor dentro del programa de trabajo de la OMT, el equipo de Dirección de la OMT decidió que la Red del Conocimiento debía integrarse en el Programa de Miembros Afiliados, y que el proceso deberá haber finalizado antes de la 98ª reunión del Consejo Ejecutivo. Para facilitar la transición, y como paso adicional para consolidar un conjunto estable de miembros activos y profundizar la vinculación con los Miembros Afiliados y la Fundación Themis de la OMT, la Red del Conocimiento ha puesto en práctica un nuevo plan de desarrollo para la integración de sus miembros. Además de fomentar la afiliación mediante una campaña proactiva de comunicación y marketing, el plan consolida a la Red del Conocimiento como principal grupo de reflexión y órgano de investigación de la OMT, en apoyo de su programa general de trabajo y a sus 156 Estados Miembros.

23. Se han realizado diversas actividades para profundizar en la integración de la Red del Conocimiento dentro del Programa de Miembros Afiliados, como el simposio de la Red del Conocimiento de la OMT, organizado en colaboración con la Escuela de Gestión Hotelera y Turística de la Universidad Politécnica de Hong Kong. El simposio permitió la puesta en común de prácticas idóneas de innovación en investigación, educación y formación sobre el turismo, para aumentar la capacidad de los sectores público y privado de reforzar el valor del conocimiento para los futuros líderes del turismo. Por primera vez, el simposio se celebró en paralelo al seminario TedQual de la OMT, para impulsar una agenda común de apoyo a la innovación en investigación y educación para un desarrollo sostenible del turismo. Además, a partir de ahora la Red del Conocimiento liderará las actividades de establecimiento de redes del programa TedQual, encaminado a fortalecer los vínculos entre la excelencia en educación e investigación en turismo y los sectores público y privado.

6. Iniciativas de apoyo a la innovación en turismo

24. Mediante la Red del Conocimiento, el programa de Miembros Afiliados aquilata la importancia de la innovación en el desarrollo turístico. Este concepto se materializa por medio del siguiente proyecto especial:

- a) Premios de la OMT a la Excelencia y la Innovación en el Turismo. Los Premios de la OMT reconocen a los pioneros y líderes más sobresalientes del sector turístico, subrayando sus logros en innovación como una inspiración para el desarrollo de un turismo competitivo y sostenible en todo el mundo. Por primera vez, la décima edición de los Premios de la OMT se celebró en el marco de FITUR, la feria española del turismo más exclusiva. La ceremonia de entrega fue cubierta por medios de comunicación de todo el mundo, y reunió a más de 250 representantes del sector y funcionarios de más de 50 países. En la edición de 2013 de los Premios de la OMT se rindió homenaje a dos personas por su excepcional contribución al conocimiento sobre el turismo y a la sensibilización al respecto. La OMT también reconoció a 13 organizaciones finalistas de 12 países, que han desarrollado iniciativas turísticas innovadoras en Políticas Públicas y Gobernanza, Empresas, Organizaciones No Gubernamentales e Investigación y

Tecnología. Al día siguiente, las innovaciones, la experiencia adquirida y los retos superados por los premiados ocuparon un lugar prominente en el simposio de la Red del Conocimiento de la OMT.

B. Integración del Programa de Miembros Afiliados en el programa general de trabajo de la OMT

25. La integración del Programa de Miembros Afiliados en el programa general de trabajo de la OMT aborda las medidas requeridas en el párrafo 98 del Libro Blanco, que establece el esencial papel que puede asumir el Programa de Miembros Afiliados: «a fin de reforzar la Organización y la posición de los Miembros Afiliados, es preciso que las Comisiones Regionales atiendan a los miembros no gubernamentales mediante un enfoque mucho más regionalizado, que estos sean parte integral de sus actividades y que, a partir de estas plataformas, se integren mejor en el programa de trabajo de la OMT».

26. Este proceso se desarrolla actualmente bajo el mandato específico del Secretario General con medidas concretas para mejorar la integración del Programa de Miembros Afiliados en el programa de trabajo de la OMT. El Comité de Relaciones con los Miembros, presidido por el Secretario General y coordinado por el Director Ejecutivo de Relaciones con los Miembros, ha sido creado en fechas recientes con el objeto de garantizar una perfecta coordinación entre los distintos programas regionales y el Programa de Miembros Afiliados. Actualmente se están llevando a cabo iniciativas por medio de los siguientes canales:

- a) Presencia en las Comisiones Regionales
 - i) Se ha elaborado un documento oficial que se presentará a todas las Comisiones Regionales.
- b) Reunión del Consejo Ejecutivo
 - i) Tras la 98ª reunión del Consejo Ejecutivo, el Programa de Miembros Afiliados organizará su primer seminario sobre asociaciones público-privadas. Este primer acto se centrará en el papel del patrimonio material e inmaterial en el diseño de productos turísticos innovadores, y su objetivo es mejorar la integración de los Miembros Afiliados en las actividades generales de la organización.
 - ii) El tema del seminario se ha escogido en vista de la localización de la reunión, en Santiago de Compostela (España), y a petición de la organización de gestión de destinos de la ciudad anfitriona, Miembro Afiliado de la OMT.

C. Situación general de los Miembros Afiliados

27. La situación se expone en el Anexo I.

III. Actuaciones propuestas al Consejo Ejecutivo

28. Se pide al Consejo Ejecutivo que:

- a) se haga eco de la satisfacción expresada por los Miembros Afiliados por las reformas emprendidas;

- b) apoye los proyectos propuestos en el Plan de Acción para fortalecer la interacción, sinergias e intercambio de experiencias y prácticas idóneas entre los miembros, tales como el Prototipo «Madrid Precious Time» y el Proyecto de medición de la incidencia, que cuentan con la participación de más de 25 Miembros Afiliados en sendos casos;
- c) fomente la firma de memorandos de entendimiento específicos que ofrezcan un valor propio y explícito adaptado a cada miembro;
- d) reconozca el importante papel de las instituciones de formación e investigación y apoye su integración y participación proactivas en el programa de trabajo de la OMT a través de la Red del Conocimiento;
- e) aliente el establecimiento de un protocolo claro y específico para la participación en el Programa de Miembros Afiliados y la participación proactiva en las actividades de la OMT;
- f) reconozca el esfuerzo por mejorar la representación geográfica y sectorial de los nuevos miembros, y
- g) anime a los Estados Miembros a contribuir en la identificación de Miembros Afiliados potenciales de sus países, que puedan ser contactados por la Secretaría, en especial de países que no cuentan con ninguna empresa, organización, institución académica u organización de gestión de destino como Miembros Afiliados.

Anexo I. Situación general de los Miembros Afiliados

- a) The number of Affiliate Members is currently 414.
- b) The total geographic distribution of the Affiliate Members is as follows:
 - (i) Africa: 24
 - (ii) Americas: 87
 - (iii) Asia-Pacific: 37
 - (iv) Europe and Central Asia: 239
 - (v) Middle East: 27
- c) The Affiliate Members represent the following areas:
 - (i) University and Research Programs: 99
 - (ii) Professional Associations: 44
 - (iii) National, Regional, Local, City Promotion Boards: 50
 - (iv) Tourism Business Management & Consultancy: 30
 - (v) Destination Management Organizations: 25
 - (vi) Hotels / Accommodation: 21
 - (vii) Trade Fairs & Exhibition Management: 25
 - (viii) Travel Agencies & Tour Operators: 41
 - (ix) Air, Rail & Road Transport: 13
 - (x) Research Social, Economic and Cultural Impacts of Tourism: 14
 - (xi) Mass Media: 5
 - (xii) Other activities: 47
- d) 78 research and innovation institutions are part of the Knowledge Network.
- e) At the last Executive Council of August 2013, 11 Affiliate Members joined the Organization. These new Members come from 10 countries and 4 regions.
- f) At the date of this report, 38 new entities have applied for affiliate membership in UNWTO. From these, we estimate at this point that 24 will be ready to be submitted for admission during this session.
- g) A large number of the new members provide a broader coverage in terms of geographic and sectorial representation:
 - i) 3 of the new members are from Africa, 3 from Asia-Pacific, 10 from Americas and 17 from Europe and Central Asia;
 - ii) 16 are private companies, 3 public-private entities, 8 academic & research institutions and 1 non-governmental foundation.