

ESTRATEGIA IBEROAMERICANA DE TURISMO DEL FUTURO

UNIÓN DE CIUDADES CAPITALES
IBEROAMERICANAS

2022

ESTRATEGIA IBEROAMERICANA DE TURISMO DEL FUTURO

UNIÓN DE CIUDADES CAPITALES
IBEROAMERICANAS

2022

UNIÓN DE CIUDADES CAPITALES IBEROAMERICANAS (UCCI)

- Almudena Maíllo: Secretaria General
- Ana Román: Directora General
- Francisco Mugaburu: Subdirector de Relaciones Internacionales y Cooperación

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)

- Zurab Pololikashvili: Secretario General
- Natalia Bayona: Directora de Innovación, Educación e Inversión
- Sandra Carvao: Jefa de Inteligencia de Mercados y Competitividad

AYUNTAMIENTO DE MADRID

- Almudena Maíllo: Concejala Delegada de Turismo
- Héctor Coronel: Director General de Turismo

COMÚ DE ANDORRA LA VELLA

- Conxita Marsol: Cònsol Major
- Meritxell López: Consejera de Desarrollo Estratégico y Comercial y de Proyectos Participativos

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

- Claudia López: Alcaldesa
- Karol Fajardo Mariño: Directora del Instituto Distrital de Turismo (IDT)

GOBIERNO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

- Horacio Rodríguez Larreta: Jefe de Gobierno
- David Groisman: Director de Inteligencia de Mercado y Observatorio del Ente de Turismo (ENTUR)

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

- Claudia Sheinbaum: Jefa de Gobierno
- Tanya Aguilar Murrieta: Directora de Desarrollo de Proyectos Turísticos

MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

- Miguel Romero: Alcalde
- María Paz Ramos Grimaldo: Subgerente de Turismo

PREFEITURA DE RIO DE JANEIRO

- Eduardo Paes: Prefeito
- Fabiana Misse: Directora de Marketing (RIOTUR)

PREFEITURA DE SÃO PAULO

- Ricardo Nunes: Prefeito
- Rodolfo Marinho: Secretario de Turismo

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE CIUDADES Y GOBIERNOS LOCALES UNIDOS (CGLU)

- Emilia Saiz: Secretaria General

UNIÓN INTERNACIONAL DE TRANSPORTE PÚBLICO (UITP)

- Khalid Alhogail: Presidente

CON LA COLABORACIÓN DE:

- Tourism Data Driven Solutions (TDDS)

Octubre, 2022

Depósito legal: M-26215-2022

Índice

Presentación UCCI	7
Presentación OMT	9
I. Resumen ejecutivo	11
II. Consideraciones del escenario global actual	15
III. Propósito de la EIT	21
Misión de la EIT	24
Visión de la EIT	24
Valores de la EIT	24
IV. EIT: recomendaciones estratégicas	25
Gobernanza	28
Sostenibilidad	33
Accesibilidad	37
Innovación	39
Tecnología	41
Seguridad	43
V. Resolución	45

Presentación

Como Secretaria General de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI) y Concejala Delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid, con mucha ilusión, me complace presentar y dar a conocer la Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT) elaborada en asociación estratégica con la Organización Mundial de Turismo (OMT).



El Turismo ha sido uno de los sectores más golpeados por la crisis desatada por la pandemia Covid19, repercutiendo significativamente en el empleo, la movilidad humana y el desarrollo socioeconómico y cultural. En este contexto y con el espíritu de apoyar a nuestras ciudades en encontrar soluciones para la recuperación, en 2021, la UCCI ha decidido centrar sus esfuerzos en impulsar una Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT) anclada en la innovación y el desarrollo sostenible como ejes transversales.

Así se manifiesta en nuestra Estrategia UCCI 2021-2024 que adopta la Agenda 2030 como marco y reconoce el Turismo como un sector clave para alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible y, en particular, el ODS 11 que establece *"Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles"*.

La EIT es resultado de los esfuerzos y el trabajo conjunto entre las ciudades UCCI, Madrid, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, São Paulo, Rio de Janeiro y Andorra la Vella, así como del apoyo estratégico de la Unión Internacional del Transporte Público (UITP) y Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), que refleja la importancia de generar alianzas sostenibles y eficaces como indica el ODS 17.

Esta iniciativa, sin precedentes en el ámbito iberoamericano, se plantea como una herramienta de recuperación económica y del sector, velando por el uso eficiente y sostenible de los recursos naturales y el refuerzo de los derechos culturales, que permita poner en el centro a las personas y el planeta. En línea con las agendas globales, se concibe como una iniciativa para un mundo sostenible, más allá de la pandemia, reforzando la identidad turística iberoamericana con miras al Futuro.

Y es que nuestro ámbito iberoamericano tiene un pasado en común, una historia, cultura y valores compartidos que significan un valor añadido único en comparación a cualquier otra zona del planeta. Desde esta visión, el diálogo, la cooperación y las alianzas deben ser el camino prioritario para buscar soluciones y resultados favorables para todas nuestras ciudades.

En este sentido, la EIT se propone como una herramienta concreta de recomendaciones de política pública para nuestros gobiernos locales, con la firme convicción de servir como instrumento para la reactivación y sostenibilidad con una mirada transformadora sobre el futuro del sector, con un

enfoque en seis ejes clave para la creación de destinos turísticos urbanos inteligentes: Gobernanza; Sostenibilidad; Accesibilidad; Innovación; Tecnología y Seguridad.

Como hoja de ruta para las grandes ciudades y capitales iberoamericanas, esta Estrategia posee asimismo un gran potencial como ejemplo a diversos destinos turísticos de otras regiones del mundo, por ser una iniciativa precursora y con gran impacto para todos los sectores de desarrollo, en forma comprometida con un futuro sostenible, equitativo e inclusivo.

Almudena Maílo del Valle

Secretaria General

Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas

Presentación



Querida Comunidad Iberoamericana:

Este trabajo es el resultado de la colaboración con la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI). Refleja el compromiso de la región para impulsar un turismo cada vez más sostenible, inclusivo e innovador.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) fomenta la innovación y la tecnología como ejes vertebradores para desarrollar Destinos Turísticos Inteligentes en beneficio de las comunidades locales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS).

El turismo tiene un impacto transversal como pocos sectores y es un formidable generador de empleo. Ante la previsión de que en 2050¹ el 68% de la población mundial vivirá en zonas urbanas y la naturaleza dinámica e innovadora del turismo, nuestro sector es un socio natural para contribuir al desarrollo integral de las ciudades. De hecho, el turismo urbano es un pilar del trabajo de la OMT.

Para poder desplegar todo su potencial, el turismo requiere un enfoque compartido entre administraciones turísticas, sector privado, comunidades locales y los propios turistas.

Requiere igualmente políticas efectivas, como las que se generan desde las "Recomendaciones sobre Turismo Urbano"² de nuestra Organización. Asimismo, el "Foro de alcaldes por un turismo urbano sostenible"³ de la OMT brinda un marco único de discusión sobre el papel del turismo urbano en los ODS y la Agenda Urbana.

Quiero recalcar el liderazgo de España al crear la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes, que ha servido de fuente de inspiración para este documento. Al cierre de esta edición se suman 437 destinos certificados, tres de ellos en América Latina (Bogotá y Medellín en Colombia, y Tequila en México⁴). Esto

1 Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (UN DESA). (2018). Las ciudades seguirán creciendo, sobre todo en los países en desarrollo. Recuperado de <https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html>

2 Aprobado por la Asamblea General de la OMT. World Tourism Organization (2020), UNWTO Recommendations on Urban Tourism, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422012>

3 Esta plataforma global de intercambio de conocimiento y experiencias entre ciudades fue lanzada en 2019. En 2023 la sede será Madrid. <https://www.unwto.org/europe/event/unwto-mayors-forum-sustainable-urban-tourism> <https://www.unwto.org/event/unwto-mayors-forum-for-sustainable-urban-tourism>

4 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Reino de España. (2022). Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Recuperado de <https://www.destinosinteligentes.es/>

demuestra la adaptación del modelo a la realidad diversa de los Estados Miembro de la Organización Mundial del Turismo y, por supuesto, de las ciudades que pertenecen a la UCCI.

Desde la OMT subrayamos la importancia de crear un marco común para la innovación turística. Nos alegra que el presente documento se distinga por ser pionero en la inclusión de factores estratégicos clave: emprendimiento, innovación abierta, innovación social, y promoción de una cultura de capital de riesgo y de inversiones no tradicionales.

Reitero nuestro apoyo a través de la Red de Innovación que hemos conformado, brindando un catálogo de soluciones tecnológicas y de impacto social para acelerar la consecución de los objetivos aquí propuestos. Debemos continuar el trabajo conjunto para una creciente contribución del turismo a la sociedad. Así, podremos potenciar la contribución que hace nuestro sector a una transformación positiva general, que viajará más allá del turismo.

Zurab Pololikashvili

*Secretario General
Organización Mundial del Turismo*



I

Resumen ejecutivo

Resumen ejecutivo

El 11 de febrero de 2021, la Secretaria General de la UCCI asiste por primera vez como miembro, en calidad de consejera, al Consejo Político de la Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU)¹ sobre ciudades más seguras, resilientes y sostenibles, capaces de enfrentar las crisis.

En este Consejo, la UCCI propone la elaboración de una '**Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT)**', como herramienta de recuperación económica y del sector, para un mundo sostenible, más allá de la pandemia, y para reforzar la identidad turística Iberoamericana.

Tras la propuesta de elaboración de la EIT presentada al Consejo Político de CGLU, se desarrolla una hoja de ruta como documento de partida para brindar operatividad y factibilidad al proceso de creación de la EIT. En ella, se describen los principales hitos, el mapeo preliminar de actores y la identificación inicial de herramientas y espacios de trabajo que faciliten la construcción de la EIT, a partir de una acción conjunta coordinada, contando con la **Organización Mundial del Turismo (OMT)** como socio prioritario.

Siguiendo su política de alianzas, la UCCI y la OMT decidieron unir esfuerzos para el desarrollo de esta 'Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro' de la UCCI. Esta herramienta permitirá **fortalecer y redefinir el modelo de turismo de las ciudades**, en torno a la **innovación y la sostenibilidad** de las capitales iberoamericanas. El objetivo es trabajar para que un creciente número de destinos, respaldados por la **innovación y la tecnología**, mejoren la experiencia turística y alcancen el objetivo compartido de aumentar el bienestar de sus comunidades.

La EIT es una **iniciativa pionera en la región**, que se plantea como una labor estratégica de recuperación económica del sector, con el foco puesto en **reforzar la identidad turística iberoamericana** empleando herramientas que permitan desarrollar estrategias para que las ciudades se reconozcan como **destinos turísticos inteligentes**.

La Comisión de Trabajo, constituida en abril de 2021 para estructurar y operativizar la EIT, está liderada por la UCCI y la OMT, y conformada por los responsables de turismo de las ciudades de Andorra la Vella, Bogotá, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Madrid, Rio de Janeiro y São Paulo; así como altos representantes de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) y de la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), en calidad de entidades socias.

La alianza entre la UCCI y la OMT ha sido formalizada a través del Acuerdo de Cooperación para la elaboración de una Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT), suscrito por los Secretarios Generales de ambas organizaciones.

La transformación digital para impulsar destinos turísticos inteligentes, la toma de decisiones basada en datos, el emprendimiento, los ecosistemas de innovación enfocados en turismo, las experiencias turísticas únicas apoyadas en tecnología, así como la cooperación entre las ciudades son algunas de las prioridades compartidas por las ciudades capitales participantes.

Esta "Estrategia Iberoamericana de Turismo" (EIT) es la primera que se elabora por parte de la UCCI, con el objetivo de servir como herramienta de planificación y ordenación de políticas públicas en

¹ <https://www.uclg.org/>

las ciudades en lo relativo al ámbito turístico. Se busca la implementación de un modelo responsable, sostenible, accesible, inclusivo e inteligente, conforme a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas en el marco de la Década de Acción.

El Turismo es una palanca de enorme poder para alcanzar todos y cada uno de ellos, y, particularmente, se procurará el avance del ODS 8 (Crecimiento económico y empleo), ODS 10 (Reducción de las desigualdades), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y el ODS 12 (Producción y consumo sostenibles), todo en el marco del ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

La estrategia sigue las recomendaciones de la OMT sobre turismo urbano aprobadas por su Asamblea General² en base a las discusiones de los Foros de Alcaldes por el Turismo Urbano Sostenible de la OMT, así como la Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo³.

La UCCI establece el Turismo como una de sus prioridades temáticas, como se especifica en el Plan Estratégico UCCI 2021-2024, además de definir los ejes transversales de Innovación y Sostenibilidad sobre los cuales se ancla la EIT. A su vez, se decide la creación de una Vicepresidencia Temática en Desarrollo Económico, Innovación y Turismo. Esta Vicepresidencia facilita un ámbito de trabajo e intercambio de gran potencial para promover la agenda en estas temáticas con alcance para todas las ciudades miembro de la Red.

El desarrollo de la EIT se define con base a cuatro principios estratégicos:

- La pandemia ha arrojado luz sobre el modelo de consumo de muchas ciudades y de los sistemas de producción. En el turismo del futuro será esencial reequilibrar la relación entre las personas, crecimiento económico, medio ambiente y prioridades públicas.
- La trayectoria e importancia que representa el turismo para las ciudades de la región y el mundo, como herramienta para la recuperación económica sostenible, poniendo en el centro a las personas y el planeta y contribuyendo a recuperar la confianza ciudadana y la reconexión entre la sociedad y las instituciones públicas.
- El aprovechamiento de la innovación, la tecnología —adaptada y dimensionada a cada necesidad, implementada como un medio y nunca como un fin en sí misma— y la digitalización con enfoque humano ocupa un lugar destacado para impulsar y consolidar el modelo turístico iberoamericano del futuro.
- La importancia de la cooperación técnica entre ciudades e instituciones como factor multiplicador de las alianzas en la esfera pública y privada, como herramienta innovadora para implementar políticas turísticas con capacidad de transformación y de implementación de la agenda 2030. La **Multi-lateralidad**, vista como la cooperación entre todos los agentes públicos y privados en todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.

2 Organización Mundial del Turismo (2020), Recomendaciones de la OMT sobre turismo urbano, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422036>

3 <https://www.unwto.org/es/declaracion-de-glasgow-sobre-la-accion-climatica-en-el-turismo>



Consideraciones del escenario global actual

Consideraciones del escenario global actual

El papel de las ciudades frente a la toma de decisiones a nivel mundial es cada vez más relevante, porque algunas de estas, en su ejercicio y crecimiento urbano, acumulan conocimiento y experiencia superiores a los de algunos Estados o países de tamaño similar. Según la ONU, alrededor del 70% de la población vivirá en el 2050 en urbes, lo que obliga a desarrollar ciudades, no sólo más ecológicas, sino sostenibles y justas, en las que el turismo juega un papel importante y, como tal, es mencionado en la Nueva Agenda Urbana sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible (Hábitat III) de Naciones Unidas (2016)⁴. De ahí que las ciudades tengan ahora una gran responsabilidad, ya que las estrategias y modelos que se marquen en su desarrollo turístico marcarán el camino a seguir para otros territorios en toda la región.

Ya señala la OMT en sus "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" en su punto XIV: *"Las ciudades deberían promover la contribución del turismo a la creación de ciudades que sean espacios que fomenten la regeneración urbana, la diversidad cultural, el diálogo intercultural, la innovación y la generación y el intercambio de conocimientos."*⁵

Actualmente nos encontramos ante un creciente desarrollo de la conciencia pública, que está obligando a las empresas y entes públicos a cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que marca la Agenda 2030 de Naciones Unidas. La actividad turística es una herramienta de incalculable valor para lograr avances en todos y cada uno de los ODS. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos

8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos; pero su acción va mucho más allá y se le reconoce como una de las grandes palancas para lograr la consecución de los ODS en muchas regiones del mundo.

Frente a un año 2019 de récord histórico en las cifras de turismo global, la pandemia del Covid19 provocó una caída mundial del 73% de viajeros internacionales y la pérdida de millones de puestos de trabajo en todo el mundo⁶. El ámbito iberoamericano se vio fuertemente impactado debido a la importancia de su sector turístico que, en muchos destinos, supone la fuente principal de ingresos y creación de empleo.

En estos momentos en los que la recuperación parece consolidarse, en muchos destinos y empresas tienen que reorientar su estrategia para dar respuesta a las demandas del turista aceleradas durante la pandemia. Un turista mucho más digitalizado y muy concienciado del impacto de la actividad humana en el entorno. También, se ve necesario acelerar la incorporación de la innovación y la tecnología, tal y como propugna el modelo de desarrollo de los **"Destinos Turísticos Inteligentes"** (DTI), e impulsar el emprendimiento en el sector para ganar en competitividad, eficiencia y sostenibilidad. Como señala la OMT en su documento "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" en su punto V: *"Las ciudades deberían aplicar el concepto de destino turístico urbano inteligente, integrando plenamente en sus*

4 <https://habitat3.org/the-new-urban-agenda/>

5 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

6 <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>

políticas y estrategias los pilares siguientes: la gobernanza, la innovación, la tecnología, la accesibilidad y la sostenibilidad en sus tres dimensiones (social, económica y ambiental).⁷

La mayoría de las ciudades, tras el impacto del Covid19, están acelerando un proceso de cambio en el que la sostenibilidad del modelo, las nuevas tecnologías, la innovación o la digitalización cobran mayor relevancia. Es necesario llegar al nuevo turista post pandemia, tanto nacional como internacional, y trazar una nueva hoja de ruta para lograr alcanzar un modelo sostenible, inclusivo e inteligente en beneficio tanto de los residentes como de los visitantes.

Concretamente, la recuperación se define en **clave de sostenibilidad en sus tres vertientes** (económica, social y medioambiental), donde cada acción debe tener una correlación directa con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas**, y en clave de **inteligencia**. La prioridad es minimizar el impacto sobre el medio ambiente, la cultura y las personas, mientras se contribuye a generar ingresos, empleo y bienestar en la población local.

Estas actuaciones que se han iniciado requieren seguir dotándolas de contenido y adaptarlas a las necesidades de la demanda y de los mercados, que están en permanente cambio. Así, vemos cómo en estos momentos de transformación continuada es fundamental que las ciudades sigan apoyando la recuperación del turismo con medidas tangibles y trazando estrategias que les permitan reforzar su competitividad y sostenibilidad con herramientas y acciones concretas. Son tiempos de iniciar nuevas formas de actuar y de pensar el destino desde los principios y valores de los Destinos Turísticos Inteligentes.

Actualmente, aún hay mucha incertidumbre sobre los posibles escenarios tras la pandemia y el periodo de recuperación. Por ello, las ciudades tienen claro que es necesario **escuchar al visitante**,

lo que les permitirá entender y atender mejor sus necesidades futuras, llegar mejor a ellos en las acciones de promoción y ganar antes la batalla de la recuperación.

Principalmente, la pandemia ha sido un catalizador de varias iniciativas de carácter innovador, en el que las ciudades confían parte importante de la recuperación de la actividad turística. Así pues, vemos cómo entre las principales medidas llevadas a cabo por los destinos encontramos:

- Estímulos económicos variados al ecosistema turístico para apoyar su recuperación.
- Generación de instrumentos de colaboración público-privados para avanzar conjuntamente en la recuperación.
- Potenciar al emprendedor turístico.
- Reforzar la autenticidad de los barrios y la generación de experiencias auténticas en su entorno.

La pandemia ha acelerado profundos cambios en los patrones de consumo turístico, donde predomina un turista preocupado con las condiciones sanitarias de los destinos y con su impacto en el medioambiente. Y, por su parte, empresas y destinos son cada día más conscientes de que deben alinearse con estos principios y, no sólo reducir su impacto medioambiental (las ciudades generan el 70% de las emisiones que provocan el cambio climático⁸ y se deben mitigar y compensar con políticas activas), sino generar un mayor valor ecológico y social.

Nos encontramos así, ante una nueva era de gestión, ordenación e inversión en turismo responsable y digitalizado en el que hacen falta **nuevas políticas públicas** que acompañen este necesario cambio de modelo y reconozcan el **potencial transformador del Turismo** en las ciudades. Un modelo de turismo al servicio del desarrollo social, cultural, económico y medioambiental de todos y cada uno de los territorios en los que se desarrolla

7 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

8 <https://unhabitat.org/node/92208>

la actividad y que de forma efectiva estén alineados con los ODS⁹. Un modelo que pase de ser un consumidor del entorno a ser un creador de capital ecológico, social y cultural, referente para otros sectores productivos a nivel global.

En este momento, se abre una nueva **Era del Turismo Sostenible**. Esta nueva Era deberá tener como base un modelo de respeto y puesta en valor del capital ecológico y social de los destinos y un modelo de gobernanza de cogestión efectiva entre el sector público, a todos los niveles, el sector privado y residentes (modelo Público-Privado-Comunidad). Un modelo de **gobernanza multinivel** (de lo local a lo nacional), que escuche al residente y que integre, sin duda, la tecnología necesaria (principalmente procesos de digitalización e Inteligencia Artificial) para poder medir, planificar y gestionar el sector. Y, por otra parte, deberá estimular al máximo el diálogo con la sociedad local y el ecosistema productivo (directo y conexo, como sector transporte y pequeños productores o artesanos) para poder llegar a la necesaria cohesión social y cultural.

La OMT en su documento *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*¹⁰ sienta las bases de este modelo de Turismo Sostenible, que considera debe:

- Utilizar de forma óptima los recursos medioambientales que constituyen un elemento clave del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar el patrimonio natural y la biodiversidad.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural construido y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia interculturales.
- Garantizar la viabilidad de las operaciones económicas a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas que se distribuyan equitativamente, incluyendo oportunidades estables de

empleo y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y contribuyendo a la mitigación de la pobreza.

La OMT señala además que el desarrollo del turismo sostenible requiere la participación informada de todas las partes interesadas, así como un fuerte liderazgo político que garantice una amplia participación y la creación de un consenso. Lograr un turismo sostenible es un **proceso sistémico y continuo** y que requiere un **monitoreo constante de los impactos** (algo en lo que la tecnología tiene un papel relevante y necesario), introduciendo las medidas preventivas y/o correctivas siempre que sea necesario. Nos encontramos en la Era del **"data driven"** (gestión a través de los datos) y la tecnología tiene un papel clave en este proceso, acompañada de una búsqueda y armonización de fuentes, así como de una necesaria regulación.

El turismo sostenible también debe mantener un alto nivel de satisfacción de los turistas y garantizarles una experiencia significativa, concienciándoles sobre cuestiones de sostenibilidad y promoviendo entre ellos prácticas de turismo sostenible.

Considerando que el crecimiento del sector turístico en los últimos años pre-pandemia ha convertido a las ciudades en destinos turísticos cada vez más populares, **es necesario diseñar una estrategia base para el futuro modelo turístico responsable, sostenible, inclusivo y digitalizado de las ciudades.**

En este marco, la UCCI, en alianza con la OMT, lidera el impulso y la puesta en marcha de la **Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT)**, comenzando con un diagnóstico de partida elaborado sobre la realidad turística de las ciudades de la red que conforman la Comisión de Trabajo de la EIT: Andorra La Vella, Bogotá, Buenos Aires, Madrid, Ciudad de México, Lima, São Paulo y Rio de Janeiro.

9 <https://www.un.org/sustainabledevelopment/cities/> (ODS 11 Ciudades más Inclusivas, Seguras, Resilientes y Sostenibles)

10 *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12

Ha sido significativa la aproximación actual de estas ciudades al modelo Destino Turístico Inteligente en sus cinco pilares (gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad). Modelo desarrollado por SEGITTUR (Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas) a partir de 2012 y que teniendo a la Sostenibilidad del modelo turístico como centro, define a un Destino Inteligente¹¹ como: "Un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente." Pero añadiéndole un eje más: Seguridad. Seguridad como el eje de actuaciones que faciliten la generación de entornos seguros para el turista y el residente.

Estos son aspectos prioritarios para la UCCI, establecido en su Plan Estratégico 2021-2024, donde se refleja una visión anclada en la Innovación y la Sostenibilidad, como ejes estratégicos y transversales.

Así, bajo el liderazgo de la UCCI y en alianza con la OMT, se elabora esta Estrategia Iberoamericana

de Turismo (EIT), clave para el futuro modelo de desarrollo turístico de la región, con la finalidad de servir de referencia y marco de coherencia en un primer nivel de decisión estratégica. En definitiva, recoge de manera sintética los aspectos fundamentales de los retos clave de transformación del turismo en las ciudades al 2030, en concreto:

- 1. Propósito de la EIT.** Contribuir desde las ciudades a la transformación del sector, desde un modelo sistémico, responsable, sostenible, inclusivo y digitalizado, y reforzar la identidad turística iberoamericana en línea con los ODS y otras agendas globales.
- 2. Misión de la EIT.** Servir de guía a las ciudades en los aspectos generales de su actividad turística como palanca de transformación, de generación de experiencias, de creación de empleo, de integración e inclusión y de respeto por el entorno, cultura y comunidades locales.
- 3. Visión de la EIT.** Alcanzar un modelo de desarrollo turístico Responsable, Sostenible, Inclusivo e Inteligente en todas las ciudades de la región.
- 4. Valores de la EIT.** Responsabilidad, sostenibilidad, diversidad, inclusividad, accesibilidad, innovación, inteligencia y seguridad.

¹¹ <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/>



Propósito de la EIT



Propósito de la EIT

1. Las ciudades necesitan una estrategia turística sólida. Una estrategia a corto plazo, muy influenciada por la situación actual de post-pandemia y vinculada a la pronta recuperación del sector y de la actividad, y otra a medio y largo plazo, apostando por la responsabilidad y sostenibilidad del modelo, la inclusión, la innovación y la tecnología.
2. Es necesario contar con un documento estratégico en el que se exprese el compromiso de la ciudad con el desarrollo turístico del destino y se integren todas las áreas de competencia de la ciudad, ya que el turismo es una actividad que repercute en todos los ámbitos de la misma forma que su desarrollo depende de muchas otras áreas. Es necesaria la definición de una política turística horizontal y **adaptada a las particularidades e idiosincrasia del territorio**, que sirva de hoja de ruta para el ecosistema turístico de la ciudad y para los ciudadanos, siempre alineada con la estrategia de desarrollo que los gestores tengan para el gobierno local en su conjunto, estableciendo —de una u otra manera— una base en la que los ejes de los Destinos Turísticos Inteligentes sean conductores de la misma: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad (económica, social y cultural) y accesibilidad. Añadiendo el eje de Seguridad, como aportación de la EIT a este nuevo modelo turístico de las ciudades.
3. En ese sentido, también se ha visto, como práctica clave en la gobernanza, hacer consultas y revisión de la estrategia con el sector privado (alianzas público-privadas) y la sociedad civil y, en la medida de lo posible, contar con el consenso o aceptación de los varios actores políticos para garantizar la continuidad en el medio y largo plazo del documento de política turística.
4. Por ello, la UCCI trabaja en la elaboración de una **Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro (EIT)**, como herramienta de recuperación económica y transformadora del sector, para un mundo sostenible, más allá de la pandemia y para reforzar la identidad turística iberoamericana presentada como un hito por la Secretaria General de la UCCI en el evento "*Cities are Listening*", que tuvo lugar en abril de 2021, y sirvió como espacio de diálogo multi-actor para vislumbrar necesidades y prioridades en torno a la creación de la Estrategia. Entre los principales hitos que pueden señalarse, se destacan durante 2021:
 - **Febrero:** Participación en el Consejo Político de CGLU.
 - **Marzo:** Encuentro de alto nivel entre Secretarías Generales de la UCCI y CGLU.
 - **Abril:** Celebración del Foro *#CitiesareListening* sobre Turismo el Futuro junto con CGLU, como espacio de diálogo multi-actor para vislumbrar necesidades y prioridades en torno a la creación de la Estrategia.
 - **Mayo:** Posicionamiento en el Foro de las Ciudades IFEMA; Presentación en el Bureau Ejecutivo de CGLU.
 - **Junio:** Alianza estratégica con la OMT.
 - **Julio:** Presentación en evento CGLU en el día de los Gobiernos Locales en el marco del Foro Político de Alto Nivel de Naciones Unidas (HLPF 2021).
 - **Septiembre:** 4a Cumbre de Cultura CGLU "La cultura define el futuro" (Izmir, Turquía).
 - **Evento virtual:** *#CitiesAreListening*: Mejorando la calidad de vida de las personas y del planeta, mediante la movilidad urbana sostenible en el marco de la II Conferencia Mundial de las Naciones Unidas

sobre Transporte Sostenible, organizado por CGLU y UITP.

5. Por ello, la UCCI considera que la utilidad principal y sentido de esta Estrategia Iberoamericana

de Turismo (EIT) debe ser **ayudar a las ciudades a plantear su estrategia turística basada en unas recomendaciones generales**, en el marco de su Plan Estratégico 2021-2024.

Misión de la EIT

1. El turismo es uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del mundo. Sin embargo, las transformaciones constantes del entorno económico mundial, los cambios demográficos, medioambientales y, fundamentalmente, los rápidos avances tecnológicos, suponen para los destinos turísticos múltiples retos, a la vez que ofrecen grandes oportunidades de desarrollo.
2. A todos ellos se añaden cuestiones que están presentes desde hace décadas en la gestión turística como la estacionalidad, la redistribución de flujos o la movilidad. Asimismo, se incorporan a esta lista aspectos que han pasado a ser prioridades, como la participación de la ciudadanía en las decisiones, la concertación público-privada y con las comunidades y el impacto socio-cultural y ambiental.
3. La EIT tiene como Misión **servir de guía** a las ciudades en los aspectos generales de su desarrollo turístico y a convertirlo en una palanca de recuperación, de creación de empleo, de integración e inclusión y de respeto por el entorno, la cultura y las comunidades locales, a través de una **guía de recomendaciones** avaladas por la Organización Mundial del Turismo y la UCCI.

Visión de la EIT

Por todo ello, la UCCI lanza la EIT en su afán de alcanzar un modelo de desarrollo turístico Sostenible, Inclusivo e Inteligente en todas las ciudades de la región.

Valores de la EIT

Los valores que representan la Estrategia Iberoamericana de Turismo (EIT) son los siguientes:

- **Sostenibilidad, diversidad, inclusividad y accesibilidad:** Respetuoso con el entorno, Creador de riqueza, Donde todos caben.
- **Innovación:** Creativo, Emprendedor, Generador de tendencias.
- **Inteligencia:** Digital, Tecnológico.
- **Seguridad:** Confiable, Responsable, Sanitario.



IV

EIT: recomendaciones estratégicas

IV EIT: recomendaciones estratégicas

El turismo es uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes del mundo y así lo reflejan las cifras que recogen cada año los principales indicadores turísticos. Por ello, y como señala el documento "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" en sus puntos I y IV:

"I. El turismo debería integrarse plenamente en la agenda urbana más amplia como medio de garantizar su contribución efectiva al desarrollo de ciudades inclusivas, resilientes y sostenibles.

IV. El turismo debería formar parte de las políticas y estrategias urbanas para lograr la implementación de la Nueva Agenda Urbana y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente el Objetivo 11 de «Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles»."¹²

Las grandes ciudades y capitales iberoamericanas juegan un papel determinante en el desarrollo turístico de la región. Principalmente, su capacidad de desarrollar nuevos modelos sostenibles, inclusivos e inteligentes, que inspiren y sirvan de ejemplo a otros destinos en sus propios países. Además, esta potencia dinamizadora es determinante para la futura recuperación de la actividad turística en la región.

Las transformaciones constantes del entorno económico mundial, los cambios demográficos, medioambientales y, fundamentalmente, los rápidos avances tecnológicos, suponen para los destinos turísticos múltiples retos, a la vez que

ofrecen grandes oportunidades de desarrollo. A todos ellos se añaden cuestiones que están presentes desde hace décadas en la gestión turística como la estacionalidad, la redistribución de flujos o la movilidad, y se incorporan a esta lista aspectos que han pasado a ser prioridades, como la participación de la ciudadanía en las decisiones y la concertación público-privada.

Por ello, el objetivo de los destinos y de todos los actores turísticos que operen sobre un territorio deberá ser medir y reducir, lo más localmente posible, el impacto negativo de la propia actividad turística y contribuir a maximizar sus efectos positivos.

La transformación digital ha pasado a ser esencial para garantizar el avance de estos objetivos en especial por su rol en la seguridad, la competitividad de las empresas, la calidad de la experiencia del visitante, el análisis de datos o la escucha activa de nuevas necesidades y tendencias. Avanzar en digitalización, el uso de la inteligencia artificial o potenciar la innovación son ya una necesidad, unidas a la formación de los actores turísticos, para garantizar la recuperación, la continuidad y la sostenibilidad de la actividad turística, independientemente del tamaño o la experiencia de los destinos.

En ese sentido, con el objetivo de facilitar a los destinos todo ese proceso y proveerles de una herramienta para la mejora continua que permita el desarrollo de un modelo turístico sostenible en el largo plazo y en todas sus vertientes (socio-cultural, medioambiental y económica) surge el modelo de desarrollo de Destino Turístico Inteligente (DTI). Esta iniciativa ha sido y es una de las

¹² <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

grandes apuestas del sector turístico global. Una metodología viva, en torno a cinco ejes fundamentales (sostenibilidad, gobernanza, innovación, tecnología y accesibilidad universal), en constante análisis de tendencias, que en 2021 ha sido revisada y actualizada de manera colegiada entre el sector público, el privado y la sociedad civil, en los requisitos que sustentan la conversión en DTI con el objetivo de adaptarlos a las nuevas realidades, oportunidades y retos.

De esta manera, los Destinos Turísticos Inteligentes implantan una metodología pionera en el mundo, que se centra en incorporar las nuevas tecnologías y la innovación en los procesos de trabajo siempre al servicio de los objetivos de sostenibilidad y accesibilidad en un modelo de gobernanza que busca la eficiencia, la transparencia y la participación.

Considerando los componentes que definen a un Modelo de Destino Turístico Inteligente, existen unas recomendaciones básicas sobre cada eje:

Gobernanza



Visión estratégica e implementación

Las agendas políticas y públicas deben considerar una priorización real del sector turístico, a través de una planificación asertiva y asignación de recursos. Al mismo tiempo, se debe contar con la colaboración del sector privado como palanca de innovación en el ecosistema turístico de las ciudades, que se debe dinamizar a través del fortalecimiento de la gobernanza multinivel.

Especialmente potentes serán las alianzas público-públicas, público-privadas, privadas (agrupaciones de empresas con un objetivo común) y todas ellas con la sociedad, ya que marcan una nueva manera de entender el modelo de desarrollo turístico en las ciudades. Un ecosistema turístico mucho más complejo, consciente más que

nunca de su impacto y sus sinergias y que busca una mayor sostenibilidad del modelo, incrementando su propia competitividad y rentabilidad.

Bajo esta máxima de la cooperación público-privada-comunidades se garantiza una gestión eficiente, transparente y participativa, así como mayor capacidad de llegada a los mercados de origen y generación de sinergias.

Como se señala en las "Directrices de la OMT para el Fortalecimiento de las Organizaciones de Gestión de los Destinos (OGD). Preparando las OGD de cara a nuevos retos" (2019)¹³, las entidades públicas deben ir transitando desde el tradicional papel como responsables de marketing y promoción de destinos a convertirse en organizaciones de gestión de destinos integrales, para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los destinos en el marco de una relación armoniosa entre residentes y visitantes.

Por otro lado, en el documento "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" señala en su punto II: "*Las ciudades deberían crear modelos de gobernanza y mecanismos de colaboración para el turismo urbano en los que participen la administración turística, así como otras áreas de interés a todos los niveles —nacional, local y regional—, el sector privado y las comunidades locales.*"¹⁴

RECOMENDACIONES

G.1 Creación del Plan Estratégico de Destino Turístico Inteligente 2.0

Se debe redactar un nuevo plan estratégico, público y participativo, con un horizonte temporal de corto o mediano plazo, alineado con los principios de los DTI, priorizando líneas estratégicas y estableciendo objetivos, metas y planes de acción, en torno a los cinco ejes fundamentales sobre los que se asienta un DTI: gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad universal y sostenibilidad.

13 <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420933>

14 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

Añadiendo el eje de Seguridad, vinculado a entornos seguros y generación de confianza.

El ente gestor de turismo de las ciudades debería participar siempre en la definición y redacción de normativas locales que tengan incidencia directa o indirecta en turismo. El plan estratégico debe contemplar la creación de un comité o mesa de turismo que permita la toma de decisiones conjuntas en representación del ecosistema de innovación: academia, instituciones públicas, startups, inversores, corporaciones y órganos facilitadores de la innovación en cada ciudad.

Con el desarrollo de los planes, se sugiere tener unas metas claras para medir: impacto del turismo en las ciudades capitales gracias al desarrollo del capital humano, ecológico y económico, la medición de la sostenibilidad gracias al uso de la tecnología y de la mejoría en la experiencia del usuario/turista, gracias a las aplicaciones móviles o desarrollo de tecnologías que permitan una mejor visita.

Dentro del plan se deben contemplar acciones dirigidas a la capacitación y educación de la ciudadanía, policía, organismos de seguridad y control, así como a las instituciones públicas, para compartir la metodología de destinos turísticos inteligentes y, sobre todo, sensibilizar a la población con los beneficios de su uso e impacto para mejorar la calidad de vida.

Este plan debe verse reflejado en una política pública de digitalización, innovación y sostenibilidad, dónde se ofrezcan incentivos al sector privado para que puedan adoptarla y ejecutarla. Incentivos económicos a quienes demuestren la inclusión social, medición de sostenibilidad y el desarrollo de negocios que beneficien a la comunidad podrán ser el inicio de un modelo proactivo sustentado en la sostenibilidad e innovación como modelo turístico de futuro.

Las alianzas público-privadas deben estar contempladas como una prioridad en este plan, así como las acciones dirigidas a la innovación abierta para que gobierno, instituciones, *startups*, inversores y la academia puedan trabajar

activamente en resolver los retos que tienen cada ciudad en específico para garantizar la sostenibilidad e innovación en su modelo turístico.

G.2 Creación de Planes de Acción anual vinculados a un Plan Estratégico plurianual

Debe elaborarse un Plan de Acción anual de acuerdo a las líneas estratégicas de actuación definidas en el Plan Estratégico de Destinos Turísticos Inteligentes plurianual, en el que las acciones se planifiquen, presupuesten y se monitoricen los resultados.

Estas acciones concretas deberán ejecutarse en tiempo y forma y deben poder medirse para comprobar su eficacia y hacer las correcciones pertinentes en caso de que sea necesario. Estas acciones deberán tener un plan de ejecución cuya retroalimentación y seguimiento esté a cargo de la dirección de innovación turística de cada ciudad.

El comité o mesa de turismo deberá ser quien apruebe sus acciones y posibles formas de financiación. En él se deberán incluir: actividades de innovación abierta, plataformas de inteligencia artificial o análisis de datos, reportes de seguimiento al uso de tecnología y su medición, proyectos piloto para aplicar soluciones que permitan un destino sostenible, capacitaciones, formación y educación a todos los actores, plan de promoción, medición del impacto e incentivos al sector privado para fortalecer y alinear estrategias empresariales con la visión pública del destino, entre otros.

G.3 Vinculación con los ODS

Muchas ciudades han vinculado directamente determinados ODS a su política turística, como medio para alcanzarlos: trabajo decente y crecimiento económico, educación de calidad, ciudades más sostenibles, innovación e infraestructuras, reducción de las desigualdades, producción y consumo responsables, acción por el clima y, sobre todo, alianzas para lograr los objetivos.

Es necesario implementar nuevos modelos de Gobernanza de las ciudades, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que ya

están presentes de manera evidente en estas nuevas políticas públicas.

Los ODS tendrán que medirse como parte del plan de trabajo delimitado para cada ciudad y su impacto. La labor de la academia y las *startups* será clave para acelerarlos. Se recomienda incluirlos como parte del comité de coordinación y seguimiento.

Los resultados deberán presentarse anualmente a la ciudadanía a través de un foro de innovación que permita la articulación de los seis actores del ecosistema: *startups*, academia, inversores, corporaciones, instituciones, gobierno y administración pública.

Estos resultados deberán servir para construir el plan estratégico a futuro que permita una interacción proactiva del ecosistema de emprendimiento e innovación y actualizar las políticas públicas y el modelo inicial DTI.

Se deben aprovechar los foros de las Naciones Unidas en otras materias diferentes al turismo, así como los foros de innovación de la Organización Mundial del Turismo (*UNWTO Tourism Tech Adventures*) para que a nivel regional se puedan intercambiar los casos de éxito y los modelos DTI así como la internacionalización de emprendedores que puedan escalar sus ideas basadas en la innovación y la sostenibilidad en cada una de las ciudades.

G.4 Elaboración de un Plan de Marketing (off y online)

Tras la pandemia, se considera importante que las ciudades empleen tiempo suficiente en la redacción de un nuevo plan de marketing adaptado a las circunstancias y cambios que se han producido, teniendo en cuenta las tendencias de los mercados y los objetivos marcados en su Plan Estratégico plurianual.

El plan de marketing debe contribuir a los objetivos de posicionamiento, comercialización y promoción del destino turístico, así como a los objetivos genéricos de desarrollo turístico y deberá

estar concretado en actuaciones medibles anualmente.

El plan de marketing y promoción debe estar vinculado a los incentivos que ofrece el destino para atraer y desarrollar nuevas tecnologías, su promoción de políticas de turismo sostenible e inclusivo y debe partir del análisis de datos generados por las plataformas que utilice la ciudad y en búsqueda de una medición del turismo: flujo de viajeros, estacionalidad, gasto promedio, nacionalidad, impacto en el desarrollo del capital humano, ecológico y social para poder crear estrategias de posicionamiento y aumento en los indicadores que generan impacto positivo en el turismo.

G.5 Dimensionamiento del presupuesto destinado a turismo

Dimensionar la partida presupuestaria destinada a turismo acorde con las actuaciones que se prevean en su Plan Estratégico o Plan de Acción anual. Este es un elemento esencial para poner en marcha las propuestas y acciones que garanticen el cambio. Debe ser significativo, sostenido y transparente y se debe hacer un uso eficiente y responsable del mismo.

Se recomienda que el presupuesto sea destinado a: medición del modelo de destinos turísticos inteligentes, uso de tecnologías, desarrollo de planes piloto con *startups* o emprendedores con casos exitosos en materia de sostenibilidad, inclusión e innovación. Deberá ser al menos el 10% del presupuesto global con el fin de hacerlo prioridad y con una destinación específica hacia un cambio gradual en el tipo de modelo turístico de la ciudad.

Además de las fuentes de financiación pública local, se pueden buscar nuevas fuentes de financiación (aportaciones privadas en acciones cooperativas, programas de financiación nacional o internacional a través de la banca de desarrollo BID, CAF, Banco Mundial).

Una mayor inversión de la que también se verán beneficiados los residentes, ya que muchas de las acciones que se proponen en turismo repercuten en la mejora de la ciudad y en el empleo.

G.6 Líneas de apoyo al empresariado turístico

Se deben crear incentivos y ayudas concretas para el sector turístico y apoyar las iniciativas innovadoras con programas específicos (reducción de impuestos y tratamiento fiscal favorable), además de un servicio de apoyo al empresariado turístico, tras hacer un análisis de sus necesidades, siempre teniendo en cuenta las líneas estratégicas del destino.

Se pueden crear líneas propias de financiación desde el gobierno local o dar servicio de asesoramiento para acceder a las de otras administraciones y entidades nacionales e internacionales.

Se deben tomar como referencia los ejemplos de casos exitosos listados por la OMT y *benchmarking* que proactivamente se desarrolle en equipo con la UCCI para generar criterios claros de cómo se entregan los incentivos, formas de aplicación, medición de resultados y requisitos mínimos para la convocatoria.

G.7 Creación de una Mesa de Turismo

Bajo la cooperación público-privada y con el ecosistema de innovación, se debe crear una Mesa de Turismo en la que se pueda debatir y comentar la estrategia y la política pública sobre Turismo que se quiera implementar, así como ejercer un mecanismo de control y valoración de los objetivos cumplidos y resultados alcanzados.

La mesa deberá tener un carácter asesor para aprobar la estrategia, sugerir actualizaciones al gobierno de la ciudad, ser un posible donante o una herramienta para la búsqueda de posibles fuentes de financiación y apoyo en especie para ejecutar el plan estratégico.

El gobierno será autónomo en su ejecución, pero presentará el plan estratégico a la mesa para incluir a los 6 actores del ecosistema. Se tomará como ejemplo, la forma de funcionamiento de los Comités de la Organización Mundial del Turismo.

Eficiencia en la Gestión

G.8 Sistema de gestión del destino turístico inteligente

Para una adecuada gestión del Destino Turístico Inteligente, las ciudades deben contar con un sistema de gestión adecuado (estructura organizativa, responsables, funciones y procesos, una planificación de acciones y la evaluación de los objetivos planteados con su nivel de ejecución basado en datos de fuentes públicas y privadas), un marco operativo aprobado y un Comité de Seguimiento público-privado coordinado por el Área de Turismo. Este Comité debe ser multinivel y multiactor para garantizar su carácter responsable, sostenible e inclusivo.

G.9 Creación de una *Smart Office* del Destino Turístico Inteligente

Se debe crear una *Smart Office* del Destino. Las principales funciones serán:

- Coordinación, ejecución y seguimiento de la estrategia;
- Integración de datos, análisis y publicación de informes basados en inteligencia turística;
- Desarrollo de funciones de vigilancia tecnológica y gestión de la innovación en el destino;
- Ejecución del presupuesto;
- Relación con la mesa o comité de turismo.

G.10 Plan de formación adaptados a las necesidades del DTI

Es necesario diseñar y poner en marcha un plan de acciones formativas para los funcionarios de los gobiernos locales, así como para todo el ecosistema turístico de la ciudad, que garantice la capacitación para cumplir con los objetivos del DTI en el corto, medio y largo plazo en materia de nuevas tecnologías, accesibilidad y sostenibilidad.

Se recomiendan especialmente los cursos que organiza la Organización Mundial del Turismo (OMT) a través de la UNWTO Academy¹⁵.

15 <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/>

Gestión transparente, abierta y participativa

G.11 Publicación de Resultados

La gestión transparente de la estrategia turística requiere que el ente gestor publique periódicamente los objetivos cumplidos del plan, así como la marcha de los que se están implementando.

G.12 Impulso a la participación ciudadana en estrategia turística

La gestión pública ya no se entiende sin la participación de los ciudadanos, por lo tanto, el ente gestor deberá buscar fórmulas que permitan la participación de representantes de los ciudadanos, haciéndoles partícipes de aquellas decisiones que tienen incidencia directa en su día a día.

G.13 Impulso a programas de sensibilización sobre la importancia del turismo para la ciudadanía

Se debe llevar a cabo un plan de sensibilización sobre la importancia del impacto positivo de la actividad turística en la ciudad: incremento del PIB, generación de empleo, mejora de infraestructuras, dinamización cultural, entre otros.

Gestión responsable y controlada

G.14 Establecimiento de sistemas de medición de los objetivos

Se debe crear un sistema de medición de los objetivos planteados en tiempo, forma y alcances logrados. Es recomendable sistematizar, automatizar y digitalizar los indicadores de cumplimiento para que puedan ser analizados y visualizados en el Sistema de Inteligencia Turística, pudiendo valorar los impactos directos e indirectos de cada medida y haciendo proyecciones futuras sobre cada uno de ellos.

G.15 Creación de un Observatorio de Turismo o similar

Se recomienda crear un Observatorio de Turismo, o alguna entidad que cumpla con esta función, que coordine, capte y analice los datos del destino y elabore y publique en su página web informes que sirvan a todo el ecosistema turístico para la toma de decisiones ajustada, rápida y eficaz.

Esta entidad debe generar información con impacto real en las ciudades. Es el primer paso para establecer una política pública basada en evidencia y que proponga una serie de objetivos y actuaciones para cumplirlos.

Se recomienda crear un mapa donde se identifiquen necesidades de información para alcanzar los objetivos del destino y las fuentes disponibles en la actualidad (públicas o privadas) para cubrir las, tanto en el ámbito turístico como en otras áreas de impacto indirecto.

Asimismo, este Observatorio debería poder elaborar informes bajo petición para el sector, tanto público como privado y ofrecerlos a través de una plataforma interoperable y automatizada.

Se debería realizar bajo los principios de *open data* e interoperabilidad, de manera que todos los interesados pudieran acceder para favorecer el análisis y toma de decisiones, así como aportar y compartir sus propios datos de interés para el resto de actores del ecosistema turístico.

Se recomienda que estos observatorios se creen dentro de la Red INSTO de la OMT¹⁶. Como señala en sus "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano": "X. Las ciudades deberían impulsar la medición y el seguimiento del turismo urbano para garantizar el desarrollo sostenible de los destinos de manera pertinente y puntual. En este sentido, la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT puede ser un modelo para considerar, ya que proporciona un marco para el seguimiento sistemático, puntual y regular del

16 <https://www.unwto.org/sustainable-development/unwto-international-network-of-sustainable-tourism-observatories>

uso de los recursos y una mejor comprensión del impacto del turismo en nueve ámbitos: la estacionalidad, el empleo, los beneficios económicos, la gobernanza, la satisfacción local, la gestión de la energía, la gestión del agua, la gestión de las aguas residuales (alcantarillado) y la gestión de los residuos sólidos.¹⁷

Sostenibilidad



La Sostenibilidad en sus tres vertientes (sociocultural, económica y medioambiental) es el eje fundamental de los Destinos Turísticos Inteligentes. Es necesario considerarla como un principio fundamental para garantizar la continuidad de la actividad turística y su impacto positivo, tanto para el turista como para el residente, y evitar que los flujos de turistas tengan un impacto negativo en la vida local y los recursos del destino (saturación de infraestructuras, aumento incontrolado de residuos, colapso de los servicios públicos, gentrificación, entre otros).

Como señala el documento "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" en sus puntos V y XI:

V. *"El turismo urbano debería promover prácticas sostenibles para un uso más eficiente de los recursos y una reducción de las emisiones y de los residuos en el marco de la economía circular"*.

XI. *"La sostenibilidad del turismo urbano solo puede funcionar si se adopta una estrategia de planificación integral y a largo plazo, basada en un enfoque participativo de acciones y agentes múltiples."*¹⁸

Así pues, el modelo de Destino Turístico Inteligente deber ser capaz de realizar un uso óptimo de los recursos ambientales, no sólo ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica del destino, sino contribuyendo activamente a la creación de capital natural en ellos

(protección y recuperación de flora y fauna, políticas de economía circular y regeneración de territorios empobrecidos, energías limpias, reducción de la huella de carbono, entre otros).

Debe contribuir a la creación de actividades económicas rentables y viables a medio y largo plazo, que reporten beneficios socioeconómicos positivos para todos (reducción de la pobreza, creación de nuevas empresas, oportunidades de empleo estable y de calidad, obtención de ingresos, mejora de los servicios sociales para los residentes) y conseguir un elevado grado de bienestar social y económico para la población local, teniendo en cuenta las comunidades más vulnerables.

Se deben activar políticas públicas que pongan en valor la autenticidad sociocultural y patrimonial de las ciudades, ya que se han convertido en el mayor reclamo para los turistas y es una de sus grandes ventajas competitivas. Por ello, los gestores deberán cuidar sus tradiciones y apoyarlas para lograr su integración en el ecosistema turístico de manera respetuosa y equilibrada, siendo fuente de orgullo y riqueza para la población local (fiestas populares, artesanía, artistas, gastronomía, entre otros).

Finalmente, **es necesario fortalecer la cooperación de los destinos turísticos de Iberoamérica**, fomentando el turismo responsable, sostenible, inclusivo y regenerativo, con vínculos de apoyo mutuo y promoviendo la homologación en mediciones de turismo sostenible y cumplimiento de ODS, que permitan la comparación y la toma de decisiones.

En resumen, el ámbito iberoamericano, con su diversidad cultural y ecosistémica, debe ser pionera en el logro de ODS con una reducción de su impacto ambiental y regenerativo dentro del marco social.

Los ODS pueden ser la mejor guía en políticas públicas, puesto que abarca todos los ámbitos

17 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

18 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

necesarios para implementar un modelo turístico sostenible a futuro. Principalmente los siguientes ODS: 3 (Salud y bienestar), 4 (Educación de calidad), 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), 13 (Acción por el clima) y 17 (Alianzas para lograr los objetivos).

RECOMENDACIONES

Instrumentos de política de turismo responsable y sostenible

S.1 Diagnóstico de los impactos del turismo

El destino debe realizar una evaluación del impacto del turismo urbano con el objetivo de dar inicio a su estrategia teniendo una imagen actual de la situación para tomar decisiones y planificar acciones de corrección o apoyo. Además, se debe contar con un sistema de medición continua de todos los indicadores dentro del marco de la OMT/INSTO¹⁹.

S.2 Acciones que impliquen al turista en la sostenibilidad del destino

A raíz de la pandemia, el turista está más concienciado y preocupado por el impacto medioambiental del turismo. Desea visitar un destino que sea sostenible y respetuoso con su entorno en su conjunto, tanto en el ámbito público como privado. Es recomendable impulsar acciones específicas destinadas al sector privado de cara a que introduzca herramientas que permitan al turista contribuir a la reducción del impacto ambiental en sus establecimientos (sensores, medición de gasto de agua y energía, generación de residuos, políticas de economía circular, entre otros).

Por otro lado, la parte pública debería facilitar al turista la participación en acciones de voluntariado o crear proyectos específicos, donde el visitante pueda colaborar directamente en la sostenibilidad del destino, mediante campañas de sensibilización al viajero antes y durante el viaje.

S.2 Gestión de Visitantes/Turistas por llegadas, impacto en su visita (gasto, empleo, generación de inversión e impacto en el medio ambiente)

La medición debe ser realizada de manera innovadora y no solo enfocada en el número de viajeros, con el fin de controlar la afluencia de visitantes a los espacios y recursos turísticos teniendo en cuenta variables como su capacidad de carga, las franjas horarias, eventos concretos o recurrentes (festivales, fiestas locales y eventos deportivos, solo por nombrar algunos).

S.3 Medidas que eviten turistificación/ gentrificación

Señala la OMT en sus "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" en su punto XVI: "*Las ciudades deberían planificar y gestionar el desarrollo de las ciudades y el turismo urbano de manera integrada para residentes y visitantes por igual.*"²⁰

Uno de los impactos más negativos que puede traer consigo el turismo es la gentrificación de los barrios más turísticos de las ciudades. La expulsión paulatina de la población local para uso turístico genera un proceso de turistificación, que tiene un alto coste social y provoca la pérdida de la autenticidad de las ciudades, elemento fundamental en la diferenciación y competitividad de las mismas.

Por ello, se deben tomar medidas coordinadas en procesos de participación ciudadana, que permitan a las ciudades tener un modelo turístico propio, sostenible y que genere riqueza colectiva y bienestar a la comunidad.

19 <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/338>

20 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

Control y conservación Medioambiental

S.4 Políticas de reducción de impacto ambiental

Una vez medido el impacto ambiental, se deben poner en marcha Planes de Reducción y mitigación del sector turístico, tanto público como privado: estrategias de movilidad eficiente adaptadas al destino, energías limpias, reducción del gasto de agua y energías contaminantes.

Se deben implementar con la máxima prioridad políticas de reducción, mitigación y compensación de huella de carbono (CO₂) en las ciudades y en todo el ecosistema turístico, así como políticas de economía circular (reducción de residuos plásticos, papel y orgánicos y su reutilización).

S.5 Mapas de calidad medioambiental

Se recomienda poner en marcha una red de sensores, que permita conocer fácilmente los indicadores medioambientales de las ciudades. Es importante mostrar al ciudadano y al visitante que el destino es un espacio con buena calidad medioambiental y, además, ofrecerle información sobre otros indicadores (calidad del aire, índice de radiación solar, temperatura, humedad, entre otros).

S.6 Acciones que favorezcan Economía Circular

Es de gran importancia la prevención, reducción en peso, volumen y peligrosidad de los residuos que se generen en el ecosistema turístico de las ciudades. Se deben fomentar políticas públicas y privadas de reutilización e implantación de recogida selectiva de materiales reciclables, la valorización energética de residuos orgánicos para continuar su ciclo en la economía circular y por último aplicados para el gestor, la eliminación correcta de los mismos en rellenos o incineración.

Se deben apoyar Planes de Minimización de residuos, consistente en la reducción en origen. A través del Estudio de Minimización se recoge la realidad de la empresa y permite marcar unos objetivos alcanzables para la organización en un período de tiempo determinado.

Desarrollo social y económico del destino

S.7 Comercio Justo y productividad

1. Poner en marcha programas de asistencia técnica, financiación y encadenamientos productivos entre actores del destino, que faciliten y promuevan la producción y aprovisionamiento local. Estableciendo vínculos entre empresas que componen diferentes etapas o eslabones de un determinado proceso productivo, se incrementa y fortalece su competitividad en los mercados.
2. Promover la formalización de los negocios turísticos y la promoción de las condiciones para la sana competencia.
3. Resaltar el valor cultural e identitario de los artesanos y productores locales, facilitando su visibilización y acceso a productos, servicios y rutas turísticas gestionadas por locales.

S.8 Consumo de Productos de KMO

Se deben promover políticas de consumo de Productos "Km 0"²¹ para contribuir a la economía local e involucrar a la sociedad en la actividad turística.

En la definición de iniciativas de gestión sostenible, se empieza por saber, por ejemplo, de dónde provienen los alimentos o si se apoya la producción local. Se contribuye al desarrollo de la economía local a través del consumo de los productos y servicios de su zona.

21 El "Km 0" incluye la producción realizada a menos de 100 km de distancia del punto de consumo.

S.9 Evaluación de la satisfacción del residente

Como se señala en "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" en su punto XII: "*Las ciudades deberían fomentar la plena integración de las comunidades locales en la planificación y la gestión turísticas.*" Así como también deberían "XIII. (...) *promover la inclusión de comunidades locales en la cadena de valor del turismo, garantizando que los beneficios del turismo se traduzcan en la creación de riqueza comunitaria, puestos de trabajo decentes e inclusión social, especialmente para las mujeres, los jóvenes y los grupos menos favorecidos.*" Y a los visitantes en la ciudad: "XV. *Las ciudades deberían considerar a los turistas como «residentes temporales» y garantizar que la política turística promueva la participación de los visitantes y los residentes de manera holística y plenamente integrada.*"²²

Por ello, y para tener la seguridad de que se cumplen estas importantes recomendaciones, que aseguran que la actividad turística no se verá como amenaza a la convivencia en las ciudades, se recomienda la realización regular de encuestas a la población residente, que recojan su opinión y posibles problemas que se estén produciendo por el impacto de la actividad turística de la ciudad en sus vidas, de modo que se sienta escuchado y se activen acciones para paliar los posibles impactos negativos que se puedan estar produciendo²³. Además, estas opiniones pueden ser de gran utilidad en la elaboración de los Planes Estratégicos de las ciudades.

Conservación y mejora del patrimonio cultural

S.10 Planes de conservación y mejora

Las ciudades deben contar con planes de conservación y mejora de su patrimonio cultural y deben

estudiar su mejor uso turístico sin poner en peligro su estado actual o futuro.

Se deben poner en marcha programas de sensibilización a la población local y turistas sobre valoración y protección del patrimonio.

S.11 Promover experiencias sostenibles

Se recomienda trabajar en un programa de incentivos al sector privado para impulsar y promover prácticas de turismo sostenible en cada una de las experiencias turísticas ofrecidas, que cumplan equilibradamente con los tres aspectos de la sostenibilidad (económica, sociocultural y ambiental) y lo puedan incorporar en la promoción de las mismas, reforzando el reconocimiento de sostenibilidad integral del destino entre los visitantes.

Promover la Educación, Cualificación de las personas y Entornos Laborales Responsables

S.12 Programas de Cooperación Educativa

Desarrollar programas de cooperación para fortalecer los índices de inserción laboral de jóvenes en el sector turístico, facilitando acceso a programas de intercambio, educación virtual (técnica y profesional) y bilingüismo, con especial incidencia en potenciar las iniciativas emprendedoras y crear programas de mentorización de emprendedores turísticos.

S.13 Promover Entornos Laborales Seguros, Accesibles y Saludables

Promover políticas y programas que mejoren los entornos laborales de manera que sean seguros, accesibles y saludables, adoptando medidas y prácticas razonables y factibles, que faciliten reducir los riesgos a un nivel aceptable, incluyendo la prevención como parte de la cultura organizacional.

22 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

23 "Directrices de la OMT para el Fortalecimiento de las Organizaciones de Gestión de los Destinos (OGD). Preparando las OGD de cara a nuevos retos" (2019) <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420933>

S.14 Empleo Pleno, Productivo y Decente

Según la Organización Mundial del Trabajo, el trabajo decente sintetiza las aspiraciones de las personas durante su vida laboral. Significa la oportunidad de acceder a un empleo productivo que genere un ingreso justo, la seguridad en el lugar de trabajo y la protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que los individuos expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan a sus vidas, y la igualdad de oportunidades y trato para todos, mujeres y hombres.²⁴

Así, se recomienda generar condiciones que promuevan el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente, así como el otorgamiento de salarios competitivos y la promoción de la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.

S.15 Promover Buenas Prácticas y Certificaciones

Promover el cumplimiento de reglamentaciones, así como la promoción de buenas prácticas, la adhesión a normas y certificaciones, que agreguen confianza y calidad a los productos y servicios entregados en el destino.

S.16 Promover la Educación y Cualificación de Personas

Promover la educación y la cualificación de los profesionales del sector turístico y fortalecer las capacidades de los empresarios y emprendedores, con el objetivo de crear un ecosistema empresarial sólido e innovador. La OMT pone al servicio de las ciudades programas de formación como la UNWTO Tourism Online Academy²⁵ y o la UNWTO Jobs Factory²⁶.

S.17 Actualizar el Programa Académico de los estudios de Turismo

Los actores locales del ecosistema turístico deben promover una profunda actualización de los programas académicos de los estudios de turismo, para que tanto la educación superior, como la técnica, universitaria y la continuada incluyan la innovación y la transformación digital como pilares de crecimiento.

Además, se debe solicitar formalmente a las instancias académicas que en los estudios de "administración de destinos turísticos" se incluya el modelo de desarrollo turístico propuesto en esta estrategia, de manera que se aseguren los principios de Responsabilidad, Sostenibilidad, Inclusión, Innovación y Digitalización en los estudios.

La currícula actualizada deberá comprender el emprendimiento como parte de sus prácticas y vincular el turismo desde educación preescolar hasta educación continuada para impactar en todas las esferas de la sociedad y sensibilizar desde la infancia sobre los beneficios de este sector económico.

Se recomienda la creación de becas junto a la academia en especial en carreras técnicas para poder fortalecer y promover el empleo de calidad en hostelería, hotelería y turismo.

Accesibilidad



Todos los destinos deberían aspirar a tener niveles de accesibilidad universal en sus territorios, productos, servicios y experiencias. La accesibilidad consiste en desarrollar un turismo que permita el acceso, uso y disfrute a todas las personas, sin exclusiones, garantizando el derecho a la igualdad de oportunidades a disfrutar de los entornos, bienes, servicios, productos y tecnologías de la forma más segura, cómoda, autónoma y natural posible.

24 <https://www.ilo.org/global/topics/decent-work/lang-es/index.htm>

25 <https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/>

26 <https://www.unwto.org/jobs-factory>

Por otra parte, en el marco de las metas ODS 8 (Trabajo Decente) y ODS 10 (Reducción de las desigualdades) es importante que los destinos generen iniciativas de inclusión productiva y empresarial a la población en situación de vulnerabilidad y/o de discapacidad, de manera que no solo sean incluidos en planes y estrategias de accesibilidad como receptores, sino también como una parte importante de la fuerza laboral del destino.

Señalado en las Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano en su punto VII: *“Las ciudades deberían promover el turismo urbano de acceso universal en sintonía con las Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos.”* En líneas generales, se recomienda seguir el trabajo de la OMT:

- “Recomendaciones de la OMT por un Turismo Accesible para Todos”, que fueron adoptadas por la Asamblea General de la Organización en 2013²⁷
- y el “Manual sobre Turismo Accesible para todos”²⁸.

RECOMENDACIONES

Marco Normativo

A.1 Creación y/o actualización de la ordenanza de accesibilidad

Actualización de las ordenanzas locales en relación con la accesibilidad, que incluya un régimen sancionador. Esta actualización debería contar con una fase de participación ciudadana, que permita identificar nuevas necesidades no detectadas anteriormente e incluir nuevos medios y herramientas.

A.2 Creación de mecanismos de control del cumplimiento de la normativa

Es necesario contar con mecanismos que garanticen el cumplimiento de las condiciones de accesibilidad requeridas por la normativa vigente para establecimientos turísticos.

Se recomienda la elaboración de un protocolo para vigilar dicho cumplimiento, dirigido a todos los edificios, infraestructuras y servicios existentes de uso público y privado. En el protocolo se debería establecer la realización de inspecciones, encaminadas a verificar las condiciones de accesibilidad y la promoción de las acciones necesarias para el cumplimiento de la normativa.

A.3 Reglamentación para la Inclusión Laboral

Favorecer las condiciones para promover la inclusión laboral y productiva de población en condición de discapacidad o vulnerabilidad a través de programas, reglamentación, incentivos, fomento y alianzas.

A.4 Acciones formativas en accesibilidad para técnicos municipales

Es necesario profesionalizar al personal técnico del Ayuntamiento en Accesibilidad Universal, de todas las áreas municipales y especialmente de aquellas que tienen una relación más directa con la materia. Se debería sistematizar dentro de un plan de formación, de manera que todas las áreas reciban por lo menos una formación básica en la materia.

27 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415991>

28 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416486>

Gestión de la Accesibilidad en el destino

A.5 Plan de Turismo Accesible

El Plan Estratégico del Turismo de las ciudades debe contener menciones relativas al turismo accesible y acciones dirigidas a la mejora o a la promoción de la accesibilidad. Por tanto, se recomienda la elaboración de un Plan de Turismo Accesible para la ciudad, alineado a los otros planes ya existentes o en desarrollo.

Uno de sus objetivos será armonizar las acciones propuestas en los otros planes relacionados con la accesibilidad (Plan de Accesibilidad Universal, Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible, Plan General de Ordenación Urbanística), para establecer las grandes actuaciones a desarrollar en materia turística.

A.6 Promoción e Información sobre accesibilidad para el turista (*off y online*)

Será necesario elaborar una guía con información sobre las condiciones de accesibilidad de recursos turísticos, establecimientos, transporte, rutas urbanas y servicios.

Es imprescindible contar con una página web de promoción turística, en la que se incluya información sobre la accesibilidad de establecimientos y recursos turísticos, del transporte y de otras actividades complementarias (visitas guiadas adaptadas), así como de la existencia de servicios prestados en el destino para personas con necesidades especiales (intérpretes de lengua de signos, préstamo/alquiler de productos de apoyo, descuentos para personas con discapacidad, entre otras).

Se recomienda, además, tener presente la accesibilidad y usabilidad de las herramientas tecnológicas (*webs, apps, oficinas de información turística*).

A.7 Formación y sensibilización del sector turístico

Se recomienda que se pongan en marcha acciones de formación y sensibilización, dirigidas a técnicos locales, gestores, profesionales del sector turístico y profesionales en general relacionados con la experiencia en destino.



Innovación

La **Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas (UCCI)** tiene como uno de sus pilares fundamentales a la **Innovación**, como se establece en su Planificación Estratégica 2021-2024. Asimismo, la Organización Mundial del Turismo reconoce que su misión y su compromiso con la transformación digital del sector turístico solo pueden tener éxito si garantiza el suministro de la orientación, las herramientas y las competencias necesarias a los gobiernos y a las partes interesadas de toda la cadena de valor del turismo. Este papel impulsado por la innovación incluye el fomento de la adopción de tecnologías disruptivas para ofrecer una oferta turística más fluida y sostenible, la mejora del desarrollo de capacidades, así como la oportunidad de que las empresas emergentes se conecten, se asocien y se amplíen²⁹.

Es necesario aplicar ideas innovadoras a los procesos, sistemas, recursos y productos enfocados al turismo del destino. Como señala el documento "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano" (2022): "Las ciudades deberían desarrollar experiencias y productos turísticos innovadores y el uso de la tecnología para diversificar los flujos turísticos en el tiempo y en el espacio, promover estancias más largas y atraer a segmentos de visitantes que contribuyan mejor a su visión y estrategia a largo plazo."³⁰

29 <https://www.unwto.org/travel-and-tourism-tech-startup-ecosystem-and-investment-landscape>

30 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

RECOMENDACIONES

Promoción de la Innovación Social

I.1 Promover Espacios de Innovación Social basada en Objetivos de Desarrollo Sostenible como competiciones de *startups*, *hackáthones*, foros de innovación y emprendimiento

Promover y facilitar espacios para desarrollar procesos de innovación social, en donde las alianzas entre la comunidad académica, el sector privado y el sector público se institucionalicen, operativicen y tengan resultados que generen mayor compromiso y sentido de pertenencia con las soluciones adoptadas.

I.2 Laboratorios de Innovación Social para el Turismo

Promover proyectos de incubación, aceleración y laboratorios de innovación social para el turismo, facilitando a las ciudades el acceso a transferencia de conocimientos, metodologías, experiencias exitosas y creación de proyectos conjuntos con la academia.

Estos laboratorios deberán incluir una red de mentores y una agenda anual para activar programas que permitan a los emprendedores locales o extranjeros ser beneficiarios de los servicios prestados.

I.3 Plan de internacionalización de emprendedores y fortalecer la cultura de capital riesgo

Contando con los espacios y recursos provistos por la UCCI, se debe desarrollar un plan de incentivos y apoyo regional a aquellas *startups* en fase de aceleración y crecimiento para garantizar un ecosistema de *scaleups*, que permita ingresos regionales gracias al emprendimiento e innovación.

Se sugiere la creación de guías de inversión turística junto a la OMT con el fin de crear un “*Doing Business*” regional, donde se ponga en valor el por qué los fondos de capital deben invertir en la

región y crear incentivos para que el capital riesgo invierta en las diferentes ciudades de la UCCI.

Promoción de la Innovación de Producto

I.4 Creación de nuevos productos y servicios

Promover la creación de nuevos productos y experiencias auténticas en torno al turismo y las ciudades con relación a sus monumentos, historia, cultura y gastronomía y oferta de espacios públicos y privados.

Se recomienda crear retos de innovación turística dirigida a pymes, hoteleros, agencias de viaje y tour operadores para incentivar la creación de nuevas experiencias turísticas que puedan ser promovidas en el exterior. Se sugiere tomar como ejemplo los ya desarrollados por la OMT en los últimos cuatro años en Iberoamérica.

I.5 Promover Estrategias Multidestino

Las ciudades deben trabajar conjunta y coordinadamente con el sector privado para crear estrategias multidestino. Estas estrategias, orientadas a turistas de mercados lejanos, promueven la creación de programas y paquetes turísticos que incluyen varias ciudades del mismo país o de la región, y requieren establecer objetivos comunes y recursos necesarios para su promoción en los mercados de origen.

I.6 Promover entornos de Innovación Abierta

Promover el emprendimiento innovador y la creación de ecosistemas innovadores, así como la capacidad de poder poner en práctica lo que las *startups* locales hacen para el desarrollo de destinos inteligentes.

Crear una **cultura de innovación abierta** donde academia, inversores, corporaciones y gobierno local apuesten por el desarrollo e internacionalización de talento.

En este sentido, sería recomendable que las ciudades de la UCCI, a través de la **Vicepresidencia Temática de Desarrollo Económico, Turismo e Innovación**, se sumaran a las distintas iniciativas que la OMT tiene en marcha: *UNWTO Startup Competitions*³¹, *UNWTO Innovation Challenges*³², *UNWTO Tourism Tech Adventures (TTA) - Innovation Forums*, *UNWTO Innovation Network*³³ y *UNWTO Digital Futures for Small and Medium Enterprises (SMEs) Programme*³⁴.

I.7 Atraer a Inversores

Es importante crear políticas públicas y leyes que permitan incentivar el **desarrollo de inversiones en "venture capital"** para la innovación en turismo y coordinar capital riesgo entre las ciudades para crear una **red de inversión iberoamericana** en proyectos innovadores en turismo, que cree sinergias y rápidas economías de escala y permita potenciar la innovación en todas ellas.

En este sentido, sería recomendable que las ciudades de la UCCI se sumaran a las distintas iniciativas que la OMT tiene en marcha de impulso a la inversión: *UNWTO Investment Guidelines and Reports*³⁵, *UNWTO Investment Network, High-impact Investments and Multilateral Cooperation*³⁶ y *UNWTO Investment Forums*³⁷.

Tecnología



Para acelerar la reactivación del sector en Iberoamérica y garantizar su sostenibilidad y rentabilidad futura, se debe diseñar una estrategia muy clara de gestión "*data driven*", que incluya empresa y territorio.

Como señala la OMT en su documento "Recomendaciones sobre Turismo Urbano" en su punto

III: "*El turismo debería incluirse en los sistemas de seguimiento y medición de las ciudades para garantizar que las decisiones, la planificación y la gestión estén basadas en datos empíricamente contrastados.*"³⁸

Gestión del Turista: Antes, Durante y Después de la Visita

Se debe orientar la tecnología, principalmente, hacia los siguientes usos:

- a. Facilitar el acceso a la información al turista en su lugar de origen: es necesario desarrollar nuevas estrategias y soportes de promoción basados, precisamente, en la intensificación del uso digital.
- b. La mejora de la comunicación y acceso de recursos y servicios por parte del turista en el destino.
- c. El desarrollo de herramientas TICs, que permitan a los gestores de DTI optimizar la gestión de su destino, la gestión de la información recopilada del visitante en destino para el desarrollo de conocimiento turístico, la creación de nuevos productos y tácticas de fidelización del turista, así como la medición general del impacto de la actividad turística.
- d. Fomento de la gobernanza pública y su acceso a tecnología.

Incorporación de Tecnologías

La gestión y promoción de los recursos turísticos de una ciudad vienen determinados actualmente por muchas y diversas herramientas tecnológicas, en muchos casos complementarias, entre las cuales cabe señalar:

31 <https://www.unwto.org/es/omt-competiciones-startup>
 32 <https://www.unwto.org/unwto-challenges>
 33 <https://www.unwto.org/es/red-innovacion-omt>
 34 <https://www.unwto.org/form/smes-unwto-digital-futures>
 35 <https://www.unwto.org/es/inversion/guias-de-inversion-turistica-sa1>
 36 <https://www.unwto.org/investments>
 37 <https://www.unwto.org/event/unwto-investment-forum>
 38 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

- Sensorización e Internet de las Cosas (IoT)
- Herramientas Captación y Visualización de Datos (Sistema de Inteligencia Turística)
- Herramientas de Inteligencia Artificial (IA) para analítica de datos
- Herramientas de Marketing Digital
- Chatbots
- Apps para espacios urbanos/patrimoniales/culturales
- Mesas digitales interactivas en museos y/o centros de información turística
- Realidad aumentada / Gafas de Realidad Virtual

RECOMENDACIONES

Gestión y Analítica de Datos

T.1 Inteligencia Turística

La Inteligencia Turística es la clave en la nueva gestión del territorio turístico, necesaria para controlar y mejorar el conocimiento disponible del impacto real de la actividad turística en un territorio.

Consiste en la captación, generación o adquisición de datos y su posterior visualización y análisis para poder idear soluciones apropiadas al destino. Sin embargo, es necesario ser conscientes del valor y utilidad del dato generado o del que ofrecen los diferentes proveedores, cómo integrarlos en plataformas de visualización, así como conocer la experiencia de destinos turísticos que ya han implementado este tipo de soluciones, para que cuenten de primera mano los beneficios de su desarrollo en la gestión de sus destinos.

Alineado con el documento "Recomendaciones de la OMT sobre Turismo Urbano", en su punto VIII: *"Las ciudades deberían maximizar la utilización de la inteligencia de datos y la tecnología para planificar, medir y gestionar mejor el turismo urbano y promover decisiones basadas en datos empíricamente comprobados en ámbitos clave como la infraestructura, la capacidad de acogida,*

el alojamiento, el transporte y la movilidad, la gestión de los recursos naturales y culturales y la participación de las comunidades en el turismo."³⁹

T.2 Sistema de Inteligencia Turística (SIT)

El Sistema de Inteligencia Turística (SIT) es el instrumento tecnológico que nos permite llevar a cabo la gestión, visualización y el análisis exhaustivo de las distintas fuentes de información (globales y locales, estructuradas y no estructuradas, libres y comercializadas).

Las fuentes se seleccionan en función de las necesidades e idiosincrasia de un territorio y las prioridades que se marquen por sus gestores. El sistema debe ser capaz de cargar, procesar y analizar información que trasforma en conocimiento de utilidad, relevante, sistematizado y ordenado, para ponerlo al servicio del gestor del destino y todos los actores del mismo.

Un Sistema de Inteligencia Turística básico debería integrar datos relativos a la gestión y al impacto de la actividad turística de las ciudades (económica, sociocultural y medioambiental), así como datos necesarios para entender los mercados de origen y poder realizar una promoción inteligente de las ciudades.

Es recomendable contar con una plataforma interoperable y automatizada, que permita intercambiar datos e informes con otras entidades, instituciones y empresas, de manera que los datos fluyan en muchas direcciones y se obtenga una visión lo más completa e integral posible de la realidad de la actividad turística y su impacto global.

T.3 Digitalización del Modelo Turístico

Es necesaria una apuesta clara por la digitalización del modelo turístico, la sensorización, medición y control del impacto de la actividad turística y el análisis y visualización de los datos de manera constante a través de los observatorios de turismo.

39 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036>

Además, la iniciativa de los destinos turísticos inteligentes es impulsora de una **digitalización masiva de los recursos turísticos de un destino**, haciéndolos visibles a turistas de todo el mundo. La digitalización de las experiencias, que se pueden vivir en el destino, y su difusión en los distintos canales de promoción es una potente herramienta de captación de turistas nacionales e internacionales.

Seguridad



De acuerdo con la OMT (1996): *"La seguridad es esencial para dar calidad al turismo. Más que cualquier otra actividad económica, el éxito o el fracaso de un destino turístico dependen de su capacidad para proporcionar a los visitantes un entorno seguro"*. De esta manera, la seguridad se ha convertido en un factor clave para la decisión de la demanda y ventaja competitiva de los destinos, por lo anterior, es fundamental para las ciudades trabajar articuladamente por la generación de confianza y la seguridad en el ámbito turístico, dirigido a turistas y usuarios de servicios.

En consecuencia, es importante utilizar la seguridad y la protección como habilitadores de desarrollo económico y social en destinos turísticos, debido a que la mejora del nivel de la seguridad territorial tiene un impacto positivo en el número de llegadas de turistas y, por tanto, en el desarrollo de los territorios donde puede ser un factor clave de crecimiento inclusivo.

RECOMENDACIONES

Estrategia y Gestión de Entorno Seguros

SG.1 Diagnóstico de Situación

Elaborar un diagnóstico de la Seguridad del destino, que contemple aspectos como: análisis de los objetivos que se desean lograr, análisis de los medios a disposición, análisis de la peligrosidad para el visitante y análisis sobre la exposición que

podieran tener a un riesgo global teniendo los aspectos de vulnerabilidad y criticidad como ejes del diagnóstico.

SG.2 Definición de Estrategia de Seguridad Turística

1. Definir una estrategia de seguridad turística pertinente, adaptada a los medios, a la disposición de actores (Oferta, Demanda, Gobierno) y a las limitaciones (Legales, Ambientales) del destino, abordando las siguientes fases: Estratégica, Táctica y Evaluación. Esta estrategia debe tener en cuenta cualquier evento extraordinario (catástrofe natural, epidemias o pandemias y ataques terroristas) u otra eventualidad (eventos deportivos, manifestaciones), que afecte la seguridad.
2. Integrar y articular a los entes públicos y privados que propendan por la protección de la vida, la salud y la integridad física, psicológica y económica de los visitantes del destino. La estrategia debe definir los riesgos turísticos potenciales en tipologías de viaje, en sectores turísticos receptores y en centralidades turísticas específicas.
3. Implementar estrategias a partir de las cuales se ejecuten acciones que promuevan medidas de prevención y control de delitos, dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, vigilancia y protección de los atractivos turísticos, información y orientación al turista.

SG.3 Desarrollo Local

Promover iniciativas de desarrollo local en torno a la seguridad y la protección de los territorios y de los turistas para influir en la percepción de los residentes y del turista.

SG.4 Iluminación de las Zonas Turísticas

Emprender estudios y desarrollar políticas de correcta iluminación de las zonas turísticas para desmotivar acciones delictivas y evitar situaciones de riesgo.

SG.5 Implementar Sistemas de Videovigilancia

1. Interconectar y promover sistemas de videovigilancia en lugares particularmente expuestos al riesgo con el objetivo de prevenir y registrar delitos como material probatorio de eventualidades ocurridas en lugares públicos.
2. Promover herramientas digitales o una interfaz para prevenir amenazas a la seguridad en espacios turísticos, ofreciendo asistencia y acompañamiento inmediato a los visitantes desde una herramienta oficial de la ciudad.

SG.6 Gabinete de Crisis

Organización de un gabinete de crisis, en caso de catástrofe natural u otra eventualidad que afecte la seguridad (epidemias o pandemias, ataques terroristas).

SG.7 Creación de Redes de Cuidados

Operativizar redes de cuidado o de seguridad al servicio de prestadores de servicios turísticos, que permitan un acompañamiento inmediato por las entidades encargadas del manejo de riesgos en los destinos.

Estrategia de Comunicación de la Seguridad

SG.8 Creación de Campañas de Comunicación y Concienciación

Lanzar campañas de comunicación sobre la situación real de seguridad en los destinos.

SG.9 Estrategia con Embajadas

Trabajar de manera articulada con las embajadas presentes en la ciudad para mantener la

información de los avances en seguridad, formular estrategias y hacer seguimiento a las acciones lideradas por el destino. En particular, aunando esfuerzos con aquellas embajadas que registran nacionalidades con un alto porcentaje del turismo receptivo en el destino.

Prevención

SG.10 Observatorio de Seguridad Turística

Recopilar, procesar y difundir datos estadísticos de investigación fiables sobre delitos contra los viajeros, promoviendo la consolidación de un observatorio del delito turístico para la toma de decisiones.

SG.11 Prevención y mitigación de daños

Comprender y clasificar los riesgos desde sus causas, sus impactos directos e indirectos, el público, así como elementos de respuestas que permiten prevenir el riesgo antes de que ocurra, o mitigar sus efectos en caso de que se produzca, a través de un plan de contingencia:

- riesgos frecuentes o poco frecuentes
- riesgos intencionales o no intencionales
- riesgos graves (epidemias, terrorismo) o menos graves

SG.12 Policía Turística

Promover la creación o fortalecimiento de cuerpos policiales especializados como la Policía de Turismo que dependan administrativamente de la cartera de Turismo Nacional o gubernamental y jerárquicamente de la Policía Nacional.



V

Resolución

V Resolución

Se convoca a los destinos a generar una Hoja de Ruta propia para facilitar la materialización de las Recomendaciones de la Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro de la UCCI, a través de proyectos locales y de cooperación, ideación de incentivos para la inversión pública y privada, fortalecimiento de la gobernanza, entre otros.

Se invita a los destinos a generar acciones en unidades territoriales amplias, creando productos con valor agregado para la región en acciones de promoción y multidesino, inter e intra-países.

Crear una agenda colectiva de comunicaciones para la promoción del cumplimiento de los destinos y el

porcentaje de avance en la aplicación de las Recomendaciones de la EIT.

Con la finalidad de institucionalizar y respaldar las Recomendaciones de la EIT, se propone crear un comité coordinado por la OMT o protocolo de seguimiento a la implementación de la EIT en las ciudades que decidan implementarla, con el compromiso de reportar cada año los avances y experiencias obtenidas de las iniciativas que ha desarrollado en cada una de las áreas de recomendaciones y así poder compartirlas con las demás y aprender de ellas.

El presente documento '**Estrategia Iberoamericana de Turismo del Futuro de la UCCI**', fue analizado y debatido conjuntamente por las ciudades miembro de la **Comisión de Trabajo de la EIT** (Andorra La Vella, Bogotá, Buenos Aires, Ciudad de México, Lima, Madrid, Rio de Janeiro y São Paulo), junto a las organizaciones aliadas, Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU), la Unión Internacional de Transporte Público (UITP) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), en ocasión del Encuentro de Alto Nivel de la EIT celebrado en Madrid, el día 9 de junio de 2022.



UCCI 
Unión de Ciudades
Capitales Iberoamericanas

União das Cidades
Capitais Ibero-americanas



MADRID



UNWTO
Organización Mundial del Turismo