



Consejo Ejecutivo

108ª reunión

San Sebastián (España), 23-25 de mayo de 2018

Punto 9 del orden del día provisional

CE/108/9 rev.1

Madrid, 15 de mayo de 2018

Original: inglés

Debate temático: «El turismo y la transformación digital»

I. Antecedentes

1. El turismo es uno de los sectores mejor posicionados para fomentar el crecimiento inclusivo, la generación de puestos de trabajo, la reducción de la pobreza, el desarrollo sostenible y la paz. Representa el 10% del PIB mundial y tiene una incidencia significativa en las exportaciones, la creación de empleo, la inversión, el desarrollo de infraestructuras y la promoción de la inclusión social. Se sitúa en tercer lugar en la clasificación internacional de categorías de exportación, después de los combustibles y los productos químicos. En 2016, los ingresos por turismo internacional (ingresos del turismo internacional y del transporte de pasajeros) ascendieron a 1.442.000 millones de dólares de los EE.UU., lo que representa el 30% de las exportaciones de servicios a nivel mundial y el 7% de las exportaciones totales de bienes y servicios.

2. Además, habida cuenta de su carácter intersectorial y de su amplio alcance, el turismo estimula también el emprendimiento y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (pymes) que, junto con las empresas emergentes, son los principales motores de la innovación y la creación de empleo.

3. Sin embargo, el turismo se enfrenta a una serie de retos que van desde la rendición de cuentas respecto de las repercusiones sociales y ambientales que conlleva, hasta la gestión eficaz de la transformación digital, una estrategia dirigida a satisfacer las demandas del viajero moderno e incrementar la competitividad.

4. Está claro que, en los últimos años, hemos sido testigos de cómo el crecimiento continuo del turismo ha ido aparejado a un cambio en los modelos comerciales y el comportamiento del consumidor, principalmente como consecuencia de la crisis económica mundial, los avances tecnológicos, la aparición de plataformas digitales (el denominado consumo colaborativo), la inteligencia de datos o la geolocalización.

5. Es probable que los avances de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) hayan sido el principal motor del cambio. Sin duda, ya se perciben las transformaciones inducidas por la revolución tecnológica en la cadena de valor del turismo, los mercados, la demanda de cualificaciones y las características de los empleos en el sector turístico.

Se ruega reciclar

Organización Mundial del Turismo (UNWTO) – Organismo especializado de las Naciones Unidas



6. Conforme con el Foro Económico Mundial, «durante el próximo decenio (de 2016 a 2025), se prevé que la transformación digital en la aviación, los viajes y el turismo genere ingresos de hasta 305.000 millones de dólares de los EE.UU. en la industria turística, trasfiera ingresos del orden de 100.000 millones de dólares de ámbitos tradicionales del sector a nuevos competidores, y aporte beneficios valorados en 700.000 millones en favor de los consumidores y de la sociedad en general, mediante la reducción de la huella ambiental, las mejoras en materia de seguridad y protección, y el ahorro de tiempo y costos. Además, se producirá un claro reemplazo de los empleos actuales en la industria, en parte compensado por la creación de empleos calificados de próxima generación dentro y fuera del ecosistema de viajes¹».

7. En este contexto, el futuro del turismo y su potencial para fomentar el desarrollo, el crecimiento y la creación de empleo dependerán de su capacidad de reconocer las tendencias y cambios fundamentales que afectarán al sector a corto, mediano y largo plazo, y de sus facultades para adaptarse a los mismos.

8. La obsolescencia de las legislaciones y normativas, el miedo al fracaso, la falta de concienciación, la ausencia de cooperación y comunicación entre las partes interesadas pertinentes, la adecuación tecnológica insuficiente y la carencia de financiación son solo algunos de los principales problemas a los que se enfrenta el turismo a la hora de adaptarse a la revolución tecnológica. Por otro lado, si se cuenta con las políticas, la formación y la gestión idóneas, la tecnología y la innovación pueden generar nuevos y mejores empleos y oportunidades empresariales en el sector turístico, así como fomentar en general el bienestar y la prosperidad de nuestras sociedades y contribuir a un futuro más sostenible.

9. Con el fin de anticipar, abordar y superar los nuevos retos y tendencias en el sector turístico, la Organización Mundial del Turismo (OMT) se centra actualmente en su estrategia de innovación y transformación digital, con objeto de posicionarse como el organismo mundial que encabezará la cuarta revolución industrial en el turismo.

10. En términos generales, mediante esta estrategia la OMT aspira a impulsar la digitalización del turismo y a crear un ecosistema de innovación y emprendimiento que maximice el potencial del sector en términos de crecimiento económico, creación de empleo y desarrollo sostenible.

11. Para alcanzar los objetivos antes mencionados, la OMT se centrará en los dos ejes centrales de acción y seis proyectos estratégicos que se reseñan a continuación.

Innovación

- a) UNWTO Innovation Hub Network (Red de la OMT de Centros de Innovación).
- b) UNWTO Tourism Tech (Ad)ventures: foros de innovación dedicados al turismo que reúnen a todos los actores que intervienen en el ecosistema, con vistas a fomentar la innovación, el emprendimiento y, en particular, la inversión en el sector turístico.
- c) Digital Network Platform: plataforma digital de redes de corporaciones líderes, empresas emergentes, inversores e instituciones académicas.

¹ Foro Económico Mundial «Informe de Competitividad de Viajes y Turismo, 2017» (www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017)

- d) Tourism Innovation Leaders Programme (programa de líderes de la innovación turística): comunidad de líderes en la innovación y el emprendimiento, con conciencia social, que trabajan en aras del desarrollo sostenible del turismo.
- e) Tendencias y directrices en materia de innovación.

Transformación digital

- f) Destinos turísticos inteligentes y creación de capacidad mediante el uso de nuevas tecnologías.

II. Objetivos

12. El debate temático sobre «El turismo y la transformación digital» servirá de plataforma para todos los actores que intervienen en el ecosistema (Gobiernos, empresas emergentes, inversores, corporaciones, círculos académicos, instituciones) para discutir los actuales retos y oportunidades derivados de los procesos de digitalización e innovación en el sector. Además, la sesión brindará una ocasión única para explorar posibles sinergias y oportunidades de colaboración entre el sector público y el sector privado con miras a desarrollar un entorno de innovación y emprendimiento en el turismo.

III. Programa provisional

Maestra de ceremonias: Sra. Natalia Bayona , Experta de Alto Nivel en Innovación y Transformación Digital, OMT	
09:30-9:45	Discurso inaugural, Excmo. Sr. Nika Gilauri , ex Primer Ministro de Georgia
09:45-10:30	<p>Panel de debate</p> <p>Moderador: Sr. Juan José Güemes, Vicepresidente de Asuntos Económicos y Presidente del Centro de Emprendimiento e Innovación de IE Business School</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sra. María Garaña, Directora Gerente de Servicios Profesionales para la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA) de Google. • Sr. Amuda Goueli, CEO de Destinia • Sr. Svend Leirvaag, Vicepresidente de Asuntos de Industria, Amadeus IT Group • Sra. Diana Robino, Vicepresidenta, Travel Industries, Enterprise Partnerships, Mastercard • Sr. Enrique Sarasola, Fundador y Presidente de Room Mate • Sr. Javier Sobrino, Director de Estrategia y Conocimiento, FC Barcelona
10:30-11:15	Debate abierto

	Moderador: Excmo. Sr. Gustavo Santos , Ministro de Turismo de Argentina
11:15-11:30	Observaciones de clausura <ul style="list-style-type: none"> • Sr. Zurab Pololikashvili, Secretario General de la OMT • Excmo. Sr. Gustavo Santos, Ministro de Turismo de Argentina

IV. Directrices para el debate

13. Con miras a favorecer una participación dinámica y fructífera en el debate abierto, la Secretaría invita a las delegaciones a que se centren particularmente en lo siguiente:

- a) intercambiar información sobre los problemas existentes y las oportunidades que suscita la transformación digital en el turismo;
- b) intercambiar información sobre buenas prácticas en lo atinente al uso de la tecnología;
- c) intercambiar información sobre buenas prácticas para el fomento de la innovación y de la inversión;
- d) examinar las áreas que, en el ámbito de la transformación digital, requieren actuaciones por parte de la Secretaría y una mayor cooperación entre los Miembros de la OMT; y
- e) presentar propuestas específicas para conectar a los Gobiernos con las empresas emergentes, los inversores y las corporaciones a fin de impulsar la innovación en el sector turístico a escala regional y mundial.

14. Las delegaciones que deseen hacer uso de la palabra durante el debate abierto deben enviar un mensaje por correo electrónico a la Secretaría (aramos@unwto.org) antes del 21 de mayo, indicando en el asunto «Debate temático». La Secretaría incluirá sus nombres en la lista de oradores para que el debate pueda organizarse de la manera más satisfactoria que sea posible. Habida cuenta de las restricciones de tiempo, es esencial limitar las intervenciones de cada jefe de delegación a un máximo de tres minutos.

15. Se ofrecerá interpretación simultánea en árabe, español, francés, inglés y ruso.

V. Actuación del Consejo Ejecutivo

PROYECTO DE DECISIÓN²

El Consejo Ejecutivo,

1. *Reconoce* la importancia fundamental de integrar la innovación y la transformación digital en la agenda mundial del turismo para mantener la competitividad y aprovechar al máximo el potencial del sector en términos de crecimiento económico, creación de empleo y desarrollo sostenible;

² El presente texto es una propuesta de decisión. Para consultar la decisión definitiva adoptada por el Consejo, le rogamos se remita al documento de decisiones que se publica al finalizar la reunión.

2. *Toma nota* de la estrategia de innovación y transformación digital y de las diversas actividades emprendidas por la Secretaría en ese ámbito; y
3. *Pide* al Secretario General que prosiga con sus esfuerzos en la promoción de la innovación y la transformación digital en aras del desarrollo del sector turístico.

Anexo I: Lista de ponentes**H.E. Mr. Nika Gilauri**

Mr. Gilauri has been a managing partner of Reformatics since 2012 and a senior advisor to McKinsey & Company since 2014. Earlier, he spent 8 years in the Georgian government, where he served as Minister of Energy (2004-2007), Minister of Finance (2007-2009) and Prime Minister (2009-2012).



Mr. Gilauri's term as Prime Minister was notably marked by rapid economic recovery and growth in the aftermath of the 2008-2009 global economic crisis: Georgia's GDP rose from -9.0% when Mr. Gilauri was appointed (Q2 2009) to +8.1% when his term came to an end (Q2 2012). Georgia's budgetary deficit also decreased during his term as Prime Minister, dropping from 9% in 2009 to 3% in 2012.

During his time in government, Mr. Gilauri guided reforms in the energy sector, fiscal policy, healthcare, customs, tourism, education and other spheres of economic development, and contributed to efforts to improve Georgia's overall business environment.

During Mr. Gilauri's term as Prime Minister, in 2009-2012, the number of international tourists in Georgia increased by 195%, from 1.5 million to more than 4.4 million people. According to the UNWTO World Tourism Barometer for 2013, the increase in the number of foreign tourists in Georgia was the highest in Europe, which made Georgia one of the fastest growing tourism markets in the world.

In his more recent capacity as managing partner of Reformatics, Mr. Gilauri has been involved in over 20 advisory assignments on three continents, consulting high-ranking government officials and politicians including presidents and prime ministers.

Ms. Maria Garaña, Managing Director of EMEA, Google Professional Services

Maria has lived in and led companies in Europe, Middle East, Africa, Latin America and the US. She has worked with companies like Citi, Accenture, Bain & Company, TV Azteca and Zoom Media, at which she was the CEO.



In 2003, Maria joined Microsoft as Marketing and Operations Director (BMO) Mexico. During her time with Microsoft she has held the position of General Manager South Cone and President and CEO of Microsoft Spain. In 2015, Maria was appointed as Vice-president EMEA, Microsoft Cloud Business Solutions where she assumed the highest responsibility of operations, sales, marketing and management of partner relations for business solutions for the EMEA region. The division of business solutions includes Microsoft software that optimizes the management of organizations, from enterprise resource planning (ERP) tools to customer relationship management (CRM) solutions, including products for the management of market intelligence and reporting.

In 2017, she became the Managing Director of EMEA, Google Professional Services. She and her team work every day to help customers in the digital world earning more, saving more and having happy clients and employees. She has built excellent partnerships with business and government leaders, academia and press. She is also a board member of the following companies in retail and banking, DIA Group and Euler Hermes.

Mr. Amuda Goueli, Co-Founder & CEO, Destinia

Amuda is the Founding Partner of the companies Destinia.com, Tor.travel (ex. Transhotel group), Muchoviaje.com, Tech Solutions Travel and creative agency Planilandia which operate in the online sector.

He is currently the CEO of the online travel agency Destinia.com and a member of the Management Bodies of the Spanish Association of Digital Economy (Adigital) and the Travel Agent Union (CEAV).



His personal interest in coaching led him to devote part of his time to preparing conferences and talks on Entrepreneurial Management and E-commerce, with the aim of helping online businesses, small businesses and entrepreneurs generate business through online commerce.

He started working in the online sector in 1997, occupying the post of Marketing and Contents Director in Globalclick. From 2000 on he devoted his energy to developing Destinia.com. His professional experience in communication media such as Televisión Española, Telemadrid and Advertising Agencies and his training as a programmer have allowed him and the Destinia.com team to be present in 35 countries and reach 73 million users in 2017.

Mr. Juan José Güemes, Vice President of Economic Affairs and Chairman of the Entrepreneurship & Innovation Center, IE Business School

Juan Jose Güemes (1969) joined the prestigious academic institution IE Business School in March 2010 as President of the International Center for Entrepreneurial Management after seventeen years of intense political activity. He had previously served in a broad range of government departments, including tourism, finance and employment, gender policies, and health.



Güemes holds a Bachelor's Degree in Economics and Business Administration (Universidad Complutense, Madrid, 1992) and a Master in Financial Markets (Universidad San Pablo CEU, Madrid, 1993). He began his career as an analyst at the Bank of Spain in 1991, before serving as Economic Adviser to Spain's People's Party in the Spanish Parliament from 1993 to 1996. He later served as advisor to the Deputy Prime Minister and Minister of Finance Rodrigo de Rato Figaredo, who appointed him Deputy Director of his Cabinet in 1998.

In the year 2000 Juan Jose Güemes was appointed General Secretary of Tourism, being responsible for the international promotion of Spain as a tourist destination. In the three years he headed tourism in Spain, he modernized the country's brand image and promoted a strategy to take Spanish tourism into new markets and products. During his term of office, the State Society for Tourism Information Management was created to promote Spain online. Today, the Spanish Tourist Board is a leader in the use of the Internet for the promotion of tourist destinations and tourist products.

His work in government organizations gained him a reputation for entrepreneurial ideas and innovation in the public sector. As President of IE's International Center for Entrepreneurial Management he is focused on fostering the entrepreneurial spirit and creating new business and social projects, as well as promoting women-led entrepreneurship.

Mr. Svend Leirvaag, Vice President, Industry Affairs, Amadeus IT Group

Svend Leirvaag, Vice President, Industry Affairs, leads Amadeus' government and institutional affairs globally, including Amadeus' Corporate Social Responsibility (CSR) programs, such as the Click for Change partnership with UNICEF, and Amadeus' Sustainability initiatives.



Svend holds a degree in Business Administration from the USA, and started his career as a management trainee in Scandinavian Airlines in 1986, before joining newly established Amadeus in 1988. He returned to SAS in 1992 as Director of Marketing & Distribution. Working for the SAS CEO he led the implementation of TQM/LEAN in SAS' commercial division worldwide, and subsequently the development and implementation of SAS' travel agency programme in Scandinavia. After leaving SAS in 1997 he embarked on a successful management consulting career, acting as trusted advisor to top management across different industries. Svend rejoined Amadeus in 2011.

Svend is a respected travel industry expert, and has broad international management and consulting experience from airlines, hotel chains, travel management companies, and online travel distribution.

Ms. Diana Robino, Vice President, Travel Industries, Enterprise Partnerships, Mastercard

Senior Vice President, Travel Industries, Enterprise Partnerships Mastercard.



Diana Robino is Senior Vice President, Travel Industries, Enterprise Partnerships, Mastercard. In this role, Ms. Robino is responsible for developing and launching differentiating solutions for partners in the B2B travel vertical. These solutions range from digitalized payments and providing efficiencies for travel agencies and travel suppliers, new technology for better interfaces and leveraging big data for insights on the travel ecosystem.

Diana's experience in financial services extends to business development, general management, marketing, loyalty, and operations. Previous roles include global new product development for credit and debit, global affluent products and management of the global HSBC relationship. Prior to Mastercard, Diana held key positions at Citigroup and American Express in Latin America, US, Europe and MEA.

Diana was an Adjunct Professor in Marketing at the University of Miami, received a Master of Business Administration from Southern Illinois University and completed graduate studies in Quality Management at the University of Miami.