

**Resultados de la encuesta sobre las prioridades de los Miembros para el
Programa de Trabajo de ONU Turismo 2026-2027**

Exégesis general y observaciones fundamentales

70.^a Reunión de la Comisión de ONU Turismo para las Américas

Lima (el Perú), 1 de agosto de 2025

Beka Jakeli, director de Relaciones Exteriores, Organización Mundial del Turismo
(ONU Turismo)

1. Introducción

El análisis presentado en este documento se centra en un componente específico de los resultados de la encuesta, a saber, los retos actuales a los que se enfrentan los países de las Américas y sus prioridades políticas de cara a los próximos años, con miras a garantizar la sostenibilidad y la competitividad del crecimiento del sector turístico. La encuesta, efectuada entre diciembre de 2024 y marzo de 2025, tenía por objeto la identificación de las necesidades y las prioridades de los Estados Miembros con el fin de orientar la preparación del Programa de Trabajo de ONU Turismo para el bienio 2026-2027.

Habida cuenta del alcance y la complejidad de la encuesta, este documento puede ser de interés para un público amplio y ofrece información valiosa para los responsables de la formulación de políticas, las partes interesadas de la industria, el mundo académico y la comunidad profesional en general. En él se destacan la justificación y la transcendencia de las conclusiones y se ofrece una exégesis general de su interpretación y observaciones fundamentales respecto de las nuevas tendencias en materia de políticas. Cabe señalar, en particular, que los aspectos que

se desprenden de la investigación cualitativa¹ reflejan la región en su conjunto, al tiempo que recogen las especificidades y perspectivas de América del Norte, el Caribe, América Central y América del Sur. El documento consta de tres secciones y dos anexos.

2. Metodología y características de la investigación

La encuesta se llevó a cabo con total rigor y transparencia en cada paso del proceso². Sus conclusiones se debatieron con el Comité del Programa y de Presupuesto de ONU Turismo y sentaron los cimientos esenciales en los que sustentar la elaboración del proyecto de programa de trabajo para el próximo bienio. El presente documento facilita una síntesis de los resultados cualitativos recopilados a través de la encuesta y lo que conllevan para la planificación de políticas regionales en las Américas.

Se recabaron datos cualitativos sólidos y fiables mediante una combinación de preguntas cerradas y abiertas³, redactadas con sumo cuidado, y la aplicación de un enfoque inductivo al objeto de captar diversas perspectivas⁴. Cabe destacar la unanimidad de las opiniones expresadas por las partes interesadas del sector público y privado, como las administraciones nacionales de turismo, otras entidades gubernamentales, organizaciones regionales y locales de gestión de destinos y las principales asociaciones y organizaciones del sector.

3. Retos y prioridades en materia de políticas

Los destinos turísticos de toda América se enfrentan a un entorno cambiante, marcado por las diferencias estructurales, las nuevas expectativas de los viajeros y la creciente necesidad de ser competitivos a largo plazo. Los países de la región han identificado prioridades claras, entre las que destacan la sostenibilidad y la resiliencia

¹ Roman-Acosta, D., “Qualitative research: Defining features and guiding principles”, *Forum for Education Studies*, 2.2 (2024), 1262 <https://doi.org/10.56294/mw2024655>

² Köhler, A. K. M. A. H. y Banks, R.L. “Assessing Transparency and Methodological Precision in Variable Measurement within Organizational Research: Implications for Validity”, *Quality & Quantity*, 58, no. 10 (2024), 4347–4369, <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01991-x>

³ Bazeley, P. y Jackson, K. “Qualitative Data Analysis with NVivo”, *Journal of Mixed Methods Research*, 14, no. 2 (2020), 234–237, <https://doi.org/10.1177/1558689820902765>

⁴ Charmaz, K. “Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis”, *Sociology Compass*, 13.8 (2019), e12744, <https://doi.org/10.1111/soc4.12744>

climáticas, seguidas del fortalecimiento de las capacidades de la mano de obra y las infraestructuras, así como la diversificación de los productos y la inversión.

3.1. La sostenibilidad y la resiliencia climáticas como máxima prioridad

La sostenibilidad y la resiliencia climáticas constituyen ahora la piedra angular de las estrategias turísticas de las Américas. Esto refleja un cambio de enfoque más amplio pues se ha pasado de considerar la sostenibilidad como un objetivo opcional a convertirla en parte fundamental de las políticas, la planificación y la promoción. Los destinos despliegan esfuerzos considerables en aras de la protección de los recursos naturales y culturales, la promoción de un desarrollo con consecuencias mínimas y el fomento de la resiliencia ante los riesgos relacionados con el clima. Entre las medidas adoptadas figuran una mejor gestión ambiental mediante la integración en las estrategias nacionales de estímulos a la movilidad sostenible y del turismo de naturaleza. Asimismo, se considera que la sostenibilidad responde a los cambios de las preferencias de los visitantes, ya que cada vez más viajeros buscan experiencias responsables y significativas. No obstante, la escasez de fondos, la endeblez de la coordinación y la carencia de datos fiables aún plantean ciertos obstáculos. Para que la sostenibilidad se haga realidad, es imprescindible contar con una gobernanza más sólida, apoyo técnico y mecanismos de financiación innovadores.

3.2. Fortalecimiento de las capacidades y desarrollo del capital humano

El capital humano es la segunda prioridad más importante en toda la región. Muchos destinos se enfrentan a la escasez de personal cualificado, sobre todo en el sector hostelero. La adaptación de la educación y la formación a las necesidades de la industria es cada vez más perentoria.

Los países se esfuerzan en mejorar la formación profesional, atraer a jóvenes talentos y ayudar a los trabajadores a adaptarse a las nuevas tendencias en lo referente a la digitalización y la sostenibilidad. Asimismo, para que los empleos en la industria sean más atractivos y estables, resulta fundamental contar con mejores condiciones de trabajo y una definición más clara de las trayectorias profesionales. Para mejorar la calidad de los servicios y, además, respaldar la innovación y la resiliencia a largo plazo, es crítico abordar las deficiencias en cuanto a formación.

3.3. Las infraestructuras como base para el crecimiento

Las infraestructuras turísticas son otro ámbito prioritario, sobre todo en lo que respecta a la accesibilidad, la seguridad y la sostenibilidad. Muchos destinos de las Américas todavía presentan deficiencias en cuanto a transporte, capacidad de alojamiento y servicios para los visitantes, en particular en las zonas rurales.

Se prevé que las inversiones se destinen a carreteras, aeropuertos, puertos e infraestructuras digitales. Las mejoras resultantes contribuirán a la modernización de las zonas subdesarrolladas, apoyarán la integración regional y responderán a las expectativas crecientes de los visitantes.

3.4. Diversificación de los productos turísticos

Los países de las Américas tratan de diversificar su oferta turística, con el fin de fortalecer la competitividad, reducir la estacionalidad y atender a la evolución de la demanda. Además del turismo tradicional de playa y urbano, existe un interés cada vez más evidente por los productos culturales, rurales, de aventura y ecológicos. La ampliación y perfeccionamiento de las experiencias de viaje son susceptibles de atraer nuevos segmentos del mercado y ayudar a una mayor uniformidad en la distribución de los flujos de visitantes. La diversificación de los productos también apoyará a las comunidades locales mediante la creación de nuevas oportunidades de ingresos y la promoción del patrimonio cultural.

3.5. Fomento de la inversión y de la participación del sector privado.

Otra prioridad que tienen en común los encuestados es la necesidad de atraer inversiones. Muchos destinos trabajan en la creación de un entorno más transparente y flexible para los inversores. Esto incluye la modificación de los marcos jurídicos y normativos, la introducción de incentivos específicos y la consolidación de la coordinación entre las instituciones.

El acceso a la financiación, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (pymes), aún está limitado en algunos países. Se considera que las asociaciones público-privadas (APP) son fundamentales para la movilización de recursos, la mejora de las instalaciones y el apoyo a los ecosistemas de innovación.

3.6. Mejoras en los ámbitos de la promoción y la imagen de marca

Muchos destinos de las Américas se esfuerzan en fortalecer su marca y optimizar su comercialización, con miras a mejorar su posicionamiento en un entorno internacional de gran competitividad. La atención se desplaza poco a poco hacia la promoción digital, la narración de historias y la captación de viajeros de alto valor que buscan calidad y sostenibilidad. Un posicionamiento más sólido de la marca también respaldará los esfuerzos por entrar en nuevos mercados y facilitará un mayor equilibrio de los flujos de visitantes.

3.7. Sinergias prioritarias y perspectivas a largo plazo

Muchas de las prioridades de los países para los próximos años guardan una estrecha relación. Por ejemplo, la sostenibilidad está vinculada a la planificación de infraestructuras, el desarrollo de productos, la formación de la mano de obra y la promoción de la marca de los destinos. Del mismo modo, el desarrollo del capital humano y la mejora de la gobernanza contribuirán a facilitar la consecución de todos los demás objetivos. El tratamiento integral de estas cuestiones ayudará a los destinos de las Américas en la construcción de un sector turístico más resiliente e inclusivo, capaz de adaptarse al cambio y de ofrecer beneficios a largo plazo tanto a las comunidades como a los visitantes.

Annex I. Las 10 dificultades principales en las Américas

1. **Comprensión de las pautas de movilidad y mejora de la conectividad**
(aérea, por carretera, etc.)
2. **Educación y fortalecimiento de las competencias**
3. **Infraestructuras turísticas deficientes y desiguales en la región**
4. **Entorno económico** (precios del petróleo, inflación, tipos de interés y de cambio)
5. **Escasez de personal** / problema para atraer y retener talentos
6. **Falta de inversiones** / Escasa coordinación intergubernamental / Falta de datos y análisis para tomar decisiones fundamentadas de inversión
7. **Escasez de la diversidad o la calidad de los productos turísticos**
8. **Brecha digital** / dificultades de adaptación a la transformación digital para las empresas turísticas
9. **Competencia creciente entre destinos / problema de posicionamiento, fijación de precios o diversificación de productos**
10. **Falta de financiación y acceso limitado a la financiación** / Volatilidad de las divisas

Annex II. Las 10 principales prioridades políticas para los destinos de las Américas⁵

Prioridades	% de respuestas
Proteger y gestionar los recursos naturales (agua, diversidad biológica). Promover las prácticas más ecológicas (circularidad, movilidad activa). Mitigar y adaptarse al cambio climático. Prevenir y recuperarse de los fenómenos meteorológicos extremos	65%
Impulsar la innovación y la digitalización en el sector , incluida la IA	53%
Promover el desarrollo sostenible del turismo. Un turismo de más valor y menos impacto	47%
Desarrollar y diversificar los productos turísticos (mejor oferta y mayor competitividad)	41%
Promover la inclusión de las comunidades locales y rurales mejorando el acceso a los mercados turísticos, a la formación y a los procesos de toma de decisiones, a la vez que se garantiza la calidad de vida de los destinos	41%
Desarrollar infraestructuras y superestructuras turísticas (transportes y alojamientos) y lugares turísticos (accesibilidad)	35%
Desarrollar el capital humano: Formación de la fuerza de trabajo pública y privada, creación de capacidad, desarrollo de competencias, etc.	29%
Revisar, mejorar y aplicar el marco jurídico y reglamentario del turismo: legislación, normas, estándares, códigos, regímenes tributarios, sistemas de clasificación de hoteles, etc.	29%
Reforzar la capacidad institucional y la gobernanza del turismo. Definir y aplicar planes, políticas y estrategias	29%
Fomentar la promoción, la creación marca y el posicionamiento de los destinos (también a través de nuevos canales digitales)	24%

⁵ Due to multiple-choice responses and the possibility for respondents to indicate several priorities, the total percentage exceeds 100%