



**Conferencia de las
Naciones Unidas sobre
Comercio y Desarrollo**

Distr.
LIMITADA

TD/B/COM.3/EM.9/L.1
27 de septiembre de 2000

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad
Empresarial y el Desarrollo
Reunión de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo
Ginebra, 18 a 20 de septiembre de 2000
Tema 3 del programa

EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL TURISMO

Recomendaciones de la Reunión de Expertos

1. Los distintos expertos expresaron sus opiniones acerca de las políticas y estrategias que deberían adoptar los países en desarrollo para aumentar su participación en el comercio electrónico en el sector del turismo, así como sobre la posible función de la UNCTAD y otras organizaciones internacionales en lo tocante a lograr los beneficios de tales políticas y estrategias en la esfera del desarrollo. A continuación figura un resumen de las recomendaciones formuladas por varios expertos. No todas las opiniones fueron necesariamente compartidas por todos los expertos; en consecuencia, el resumen refleja una gran diversidad de puntos de vista.

A. Recomendaciones a los gobiernos y las empresas

2. En el marco de las soluciones relativas al comercio electrónico en el sector del turismo se deberían abordar también las cuestiones más amplias del comercio electrónico en general y sus efectos y beneficios en relación con el desarrollo.

3. Velar por que el turismo electrónico se tome en consideración junto con una estrategia multisectorial apropiada para lograr un mayor acceso a Internet y a la infraestructura de telecomunicaciones, y utilizar esta estrategia para influir en las inversiones en el sector de las telecomunicaciones.
4. Liberalizar los servicios de telecomunicaciones y de Internet a fin de atraer nuevas inversiones, reducir los precios y mejorar la calidad del servicio.
5. Crear y actualizar continuamente contenido local en Internet, en los idiomas locales y en los idiomas de los usuarios más importantes de servicios de turismo, a fin de proporcionar información y bases de datos sobre las experiencias y atracciones turísticas, así como información general sobre los destinos.
6. Examinar la investigación disponible y realizar, cuando sea necesario, más investigaciones sobre el comercio electrónico en el sector del turismo a fin de proporcionar información sobre las tendencias de los mercados, las necesidades de los consumidores, la utilización de sitios en la Web, los perfiles demográficos y los efectos de la no disponibilidad de información sobre los pagos en línea y de otros datos que puedan respaldar el desarrollo de una industria turística sostenible.
7. Poner en marcha en los países en desarrollo mecanismos apropiados para lograr una utilización más segura de los pagos electrónicos en las transacciones del sector del turismo, a nivel local, regional y mundial.
8. Promover un turismo que sea sostenible desde el punto de vista social, cultural, ambiental y económico. A estos efectos, crear asociaciones y establecer vínculos entre todas las partes en la cadena de prestación de servicios turísticos, inclusive la administración pública, las organizaciones de comercialización de los destinos (OCD), los proveedores locales de servicios turísticos, los agentes de viaje y otros intermediarios, los sistemas mundiales de distribución (SMD), los puntos de entrada de los viajes y el sector de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), así como los proveedores de la comunidad local y extranjeros.
9. Integrar nuevos canales de turismo electrónico en los mecanismos tradicionales y no tradicionales de distribución, y promover la creación de sitios en la Web acerca del turismo de

especial interés, como, por ejemplo, el ecoturismo y el turismo cultural. Se podrían apoyar esos canales mediante la creación de una base de datos sobre productos comunes con miras a compartir los costos del desarrollo y facilitar información de carácter imparcial.

10. Elaborar una visión de futuro, planes y directrices en materia de políticas a nivel nacional sobre el turismo electrónico, y hacer participar a los agentes económicos del sector y a las comunidades locales en las actividades para elaborar estrategias y productos turísticos en el contexto de las estrategias globales de comercialización y desarrollo del turismo.

11. Promulgar leyes y reglamentos apropiados y establecer normas adecuadas de servicio a fin de promover la confianza en general, y la de los consumidores en particular, y de garantizar el derecho a la intimidad y la protección de los consumidores y los derechos de propiedad intelectual. Cooperar asimismo en lo tocante al establecimiento de un marco internacional para proteger a los viajeros que realicen transacciones en Internet.

12. Instar a los gobiernos a que desplieguen esfuerzos conjuntos para determinar si el mercado internacional de turismo electrónico funciona en forma que no promueve prácticas desleales o anticompetitivas que constituyan obstáculos para la industria turística de los países en desarrollo.

13. Se debería fortalecer a las OCD a todos los niveles a fin de que estén en mejores condiciones para coordinar a los agentes económicos pertinentes de los sectores público y privado, y permitirles así desempeñar un papel de mayor alcance. Las OCD serán esenciales para lograr que los países en desarrollo puedan aprovechar las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Para ser eficaces, las OCD tienen que ser representativas de las partes directamente interesadas pertinentes a nivel local y establecerse institucionalmente, y se les debe facilitar los recursos humanos, financieros y logísticos necesarios. A la larga, esto podría permitir que esos países se beneficiasen de la cooperación e integración verticales.

14. En cuanto al comercio electrónico, las OCD deberían desempeñar una función de alcance más amplio. También deberían promover los mercados de los destinos en los puntos de entrada, los mecanismos de búsqueda y las vías de penetración turísticos principales, así como enumerar los destinos en el marco del mayor número posible de enlaces, a fin de que los parámetros descriptivos no se limiten tan sólo, por ejemplo, al turismo o al nombre de país.

15. Crear y mejorar una imagen de marca de los destinos para aumentar los conocimientos, la sensibilización y la confianza de los consumidores, y reflejar esto en toda estrategia relativa a la Web.
16. Fomentar la creación de capacidad mediante la formación y la educación básica en las esferas pertinentes, como, por ejemplo, la informática y las telecomunicaciones, y llevar a cabo campañas de sensibilización acerca del turismo electrónico.
17. Los gobiernos y los organismos donantes deberían estimular las actividades de comercio electrónico mediante donaciones, incentivos fiscales, líneas de crédito especiales y otros arreglos de financiación inicial, y potenciar la capacidad de acción de las OCD mediante recursos tecnológicos y financieros.
18. Las transacciones en línea deberían combinarse con el desarrollo de aspectos físicos curiosos, un suministro satisfactorio de productos y la prestación de servicios de apoyo, como los de banca, seguros, transporte y aduanas. Habida cuenta de que no todos los proveedores estarán debidamente preparados para realizar transacciones en línea, la estrategia en materia de destinos debería incluir el apoyo en materia de transacciones fuera de línea, los centros de llamadas locales y la utilización de los conocimientos locales.
19. Los agentes de viaje tradicionales y otros intermediarios deberían transformarse mediante la adopción de nuevas tecnologías de la información y aumentar sus conocimientos especializados y su creatividad, a fin de acrecentar su eficiencia y garantizar su continuidad.

B. Recomendaciones a la UNCTAD

En cooperación con otros organismos apropiados, la UNCTAD debería:

20. Analizar los efectos que el comercio electrónico relacionado con el turismo ha producido o producirá sobre el desarrollo y las políticas de desarrollo. Los objetivos de ese análisis deberían incluir la determinación de las consecuencias positivas, negativas o indiferentes, así como sus causas, y la formulación de recomendaciones para aumentar al máximo los beneficios del comercio electrónico en la esfera del desarrollo.

21. Difundir entre los países en desarrollo información sobre los enfoques y elementos de las políticas gubernamentales relativas al turismo electrónico, teniendo en cuenta las experiencias exitosas en esos países y en las naciones desarrolladas.
22. Prestar atención prioritaria así como apoyo al desarrollo de un turismo electrónico sostenible en dichos países.
23. Estimular el intercambio de experiencias entre los gobiernos y las empresas turísticas de los países en desarrollo, por un lado, y los gobiernos y las empresas de otros países, por otro, y difundir entre los países en desarrollo información sobre las experiencias en materia de turismo electrónico mediante sitios en la Web y publicaciones periódicas, cooperación interorganizacional, etc.
24. Dar indicaciones acerca de estudios monográficos y análisis del comercio electrónico en el sector del turismo, inclusive los problemas de los pagos en línea, las cuestiones relacionadas con el fomento de la confianza, como el cifrado y los certificados o firmas electrónicos, y las nuevas tecnologías como la televisión interactiva y los teléfonos celulares que pueden respaldar el comercio electrónico, y llevar a cabo tales estudios y análisis; colaborar asimismo con los centros de investigación turística y las instituciones docentes a fin de promover la creación de capacidad y los conocimientos en el campo del turismo electrónico en los países en desarrollo.
25. Alentar la adopción de normas abiertas en relación con los datos, firmas electrónicas y nuevos avances en Internet (por ejemplo, en dominios de alto nivel como .geo) en los que éstos contribuirán a abrir el mercado del turismo electrónico, teniendo especialmente en cuenta las dimensiones del sector en lo que concierne al desarrollo, y velar por que el comercio electrónico atienda en forma equitativa las necesidades de los países en desarrollo y las naciones desarrolladas, y contribuya a la responsabilización social y ambiental en la industria turística.
26. Promover intercambios acerca de la forma de aumentar la eficacia de las organizaciones de comercialización de los destinos (OCD).
27. Sugerir posibles arreglos para que la UNCTAD actúe como incubadora de pequeñas y medianas empresas en las esferas del comercio y el turismo electrónicos a través de programas apropiados de las Naciones Unidas.

28. Examinar los medios para promover la visibilidad de los puntos de entrada del turismo en los países en desarrollo, así como posibles disposiciones para la creación de una vía de penetración turística central a nivel mundial en beneficio de los países en desarrollo.

29. Ayudar a promover asociaciones entre las OCD de los países en desarrollo, por un lado, y los intermediarios y las OCD de los países de origen, por otro, e impulsar la comercialización conjunta dentro de las OCD de los países en desarrollo.

30. Fomentar la creación de capacidad mediante actividades de formación y educación básica en las esferas pertinentes, como, por ejemplo, la informática y las telecomunicaciones, y llevar a cabo campañas de sensibilización acerca del turismo electrónico.
