



**ONU Turismo**

NACIONES UNIDAS  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

# ONU Turismo. La nueva marca de la nueva era del turismo mundial

**24 enero 2024** - La Organización Mundial del Turismo (OMT) entra hoy en una nueva era con un nuevo nombre y una nueva marca: ONU Turismo. Con esta nueva marca, la Organización reafirma su estatus como el organismo especializado de las Naciones Unidas para el turismo y el líder mundial del turismo para el desarrollo, impulsando el cambio social y económico a fin de garantizar que “las personas y el planeta” sean el centro de la atención.

Con objeto de lograr este objetivo, ONU Turismo contrató los servicios de Interbrand, la principal agencia mundial de creación de marcas. Interbrand tradujo con éxito la visión renovada para el turismo de la Organización en una nueva identidad visual y en una narrativa de marca.

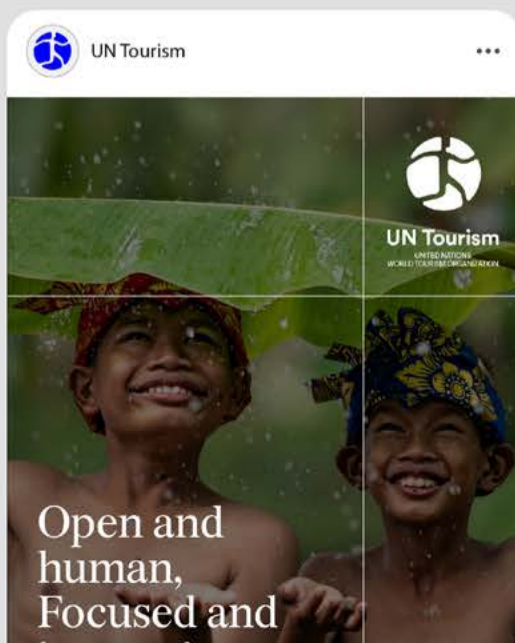


Esto conllevó dar un nuevo nombre a la Organización, que pasó de ser OMT a convertirse en ONU Turismo. Al mismo tiempo, se creó meticulosamente una narrativa de marca, de tal forma que se alineara a la perfección con la misión central y las prioridades de ONU Turismo. Esta narrativa gira en torno a tres mensajes principales: las Naciones Unidas como una organización altruista mundial, la noción de conectar a las personas en todo el mundo, y el concepto de proactividad y movimiento.

Al alejarse de los acrónimos, ONU Turismo adopta una postura más accesible y aprovecha sus puntos fuertes: “ONU”, que significa autoridad, y “turismo”, que es un concepto simple y con el que todas las personas se identifican. Este cambio ha sido apoyado por los Miembros de la Organización, poniendo de relieve su decidido apoyo a la profunda transformación y reinención de ONU Turismo en los últimos años, ya que se ha hecho más ágil, visible e incluso cercana para sus Estados Miembros, sus asociados y el sector en su conjunto.

ONU Turismo, que cuenta con 160 Estados Miembros y cientos de afiliados del sector privado, tiene su sede en Madrid (España), y Oficinas Regionales en Nara (Japón) que cubren Asia y el Pacífico, Riyadh (Arabia Saudita) para Oriente Medio, y futuras Oficinas Regionales para las Américas (Río de Janeiro, Brasil) y África (Marruecos). Sus prioridades se centran en promover el turismo para el desarrollo sostenible en consonancia con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y sus 17 Objetivos mundiales. ONU Turismo promueve la educación de calidad, apoya los empleos decentes en el sector, identifica el talento e impulsa la innovación, y acelera la acción y la sostenibilidad climática en el turismo con:

- Los Estados Miembros – como beneficiarios de sus servicios y asistencia y como partes interesadas activas en el Programa de Trabajo de la Organización.
- Las personas – concretamente los viajeros y las comunidades locales cuyas vidas mejoran a través del empoderamiento de la economía por medio del turismo.
- Las organizaciones privadas, semiprivadas y públicas – las cuales colaboran con la labor de ONU Turismo, incluidos sus datos e ideas, eventos y productos.

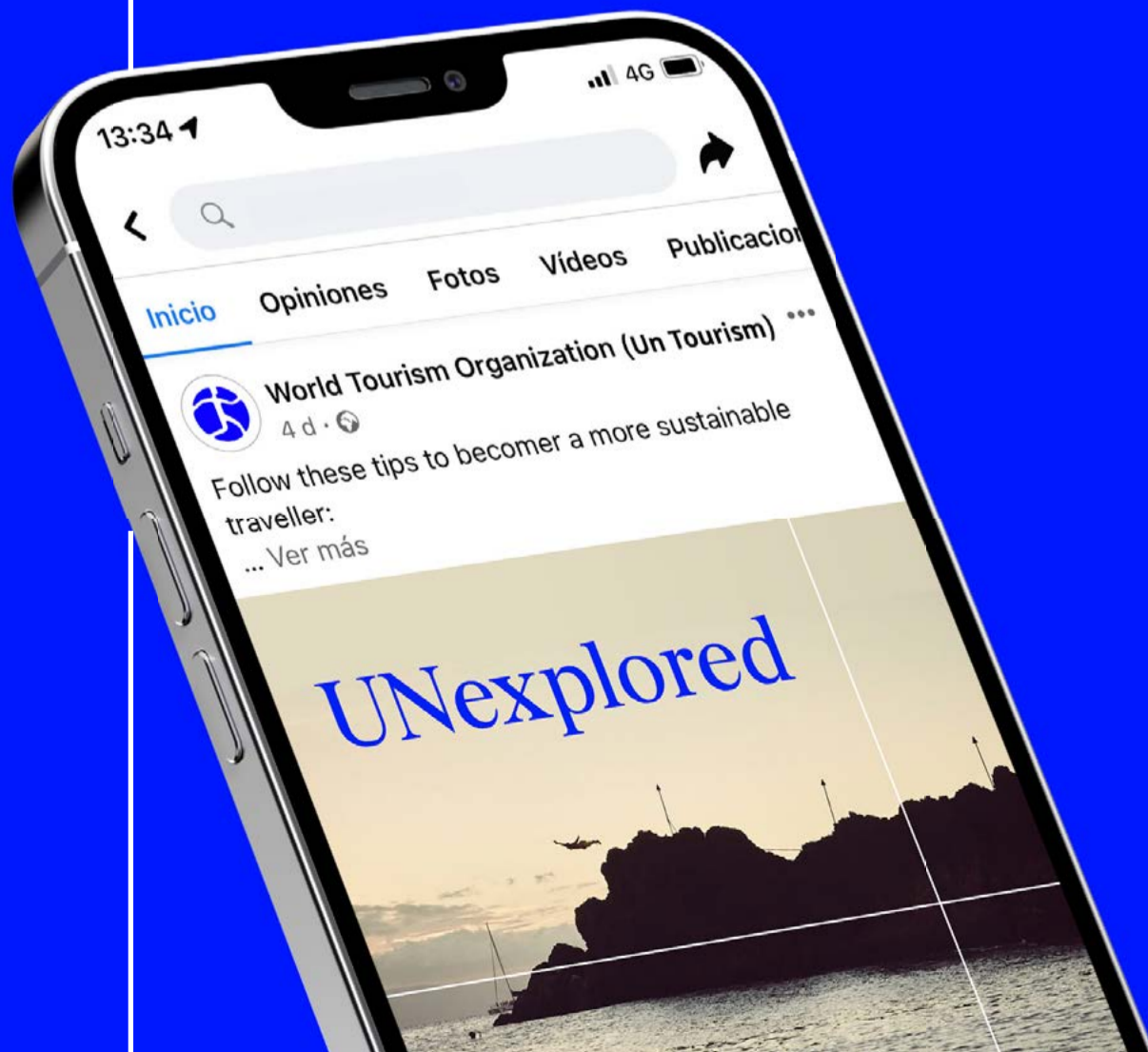


**Zurab Pololikashvili, Secretario General de ONU Turismo, señaló:**

*“A medida que la sociedad progresa, el sector turístico, al igual que otros muchos sectores, necesita transformarse para convertirse en un catalizador de la prosperidad a escala universal. Aumentar el bienestar de las personas, proteger el entorno natural, estimular los progresos económicos y fomentar la armonía internacional son objetivos clave que constituyen la esencia fundamental de ONU Turismo. La Organización asume el papel de impulsar una fuerza sostenible que ahora es central para muchas economías”.*

**Borja Borrero, Director Ejecutivo en Interbrand, comentó:**

*“La transición de OMT a ONU Turismo marca una nueva fase significativa para la Organización. El nombre revisado tiene varias ventajas, incluida la simplicidad, la mejor comprensión, la mejor legibilidad y la facilidad para recordarlo. También sirve para aclarar la esfera de influencia del organismo en la industria turística mundial. Los nuevos elementos de la marca son los fundamentos de una imagen distinta y exclusiva – una imagen que sea directa, fiable y pertinente para un público diverso.”*



La nueva expresión de marca no solo se limita a palabras y mensajes, sino que también se expande a un discurso visual reinventado. ONU Turismo tiene un nuevo lenguaje de diseño que empieza con su símbolo. “Acercar al mundo” es el nuevo eslogan que inspira el concepto de una Pangea que modela una figura humana en movimiento. Este alejamiento radical de los antiguos símbolos mundiales refleja el énfasis de la Organización en la naturaleza dinámica del turismo y en conceder prioridad a las personas.

Más allá del símbolo, el nuevo nombre incluye asimismo una modernización de todo el sistema visual, que ahora se basa en una red de coordenadas geográficas concebidas para ayudar a las personas a explorar los puntos de contacto, tanto en línea como fuera de línea, como los eventos, el sitio web, los informes, los canales de redes sociales y las campañas. Este sistema revela un rico universo de elementos que incluyen imágenes, fuentes, colores y pictogramas concebidos para personalizar las campañas en las redes sociales, los eventos, los mensajes publicados y los vídeos. La nueva marca se establecerá gradualmente en todos los puntos de contacto de ONU Turismo en los próximos meses, empezando por canales digitales tales como el sitio web, las cuentas en redes sociales y los boletines informativos, y a continuación espacios físicos como las oficinas y los eventos, y elementos como los informes y el material de oficina.

