



Destino Turístico Inteligente

Plan de acción de las Líneas Estratégicas del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes

Edición 2023

Las Hurdes (Cáceres)



SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación



Destino Turístico Inteligente

© Publicado por SEGITTUR, Sociedad Mercantil Estatal
para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías
Turísticas, S.A.M.P.

Texto e imágenes:

SEGITTUR /Diputación de Cáceres

2023

INTRODUCCIÓN	3
Recomendaciones	5
EJE GOBERNANZA	6
EJE INNOVACIÓN	23
EJE TECNOLOGÍA	40
EJE SOSTENIBILIDAD	69
EJE ACCESIBILIDAD	112
Anexo 1.	146
1. Metodología de diagnóstico DTI	146
2. Recogida y fuentes de información	154
3. Cambios metodológicos y comparabilidad	154
Anexo 2.	157
Definiciones de conceptos DTI	157
Anexo 3.	163
Agradecimientos	163

INTRODUCCIÓN

El Informe Diagnóstico y Plan de Acción elaborado por SEGITTUR es el primer paso en el proceso de conversión a Destino Turístico Inteligente en base a la metodología de gestión estratégica impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo.

Tras incorporarse al programa Destinos Turísticos Inteligentes y a la Red DTI, los destinos obtienen con este informe un indicador de su grado de alineamiento con la metodología. El diagnóstico permite conocer, a través de una batería de requisitos e indicadores, el punto de partida en este proceso. de acuerdo con los resultados obtenidos se realizan las recomendaciones necesarias para alcanzar la distinción DTI y éstas se vuelcan en un plan de acción que se convertirá en la hoja de ruta del destino.

La metodología de gestión estratégica del DTI trabaja desde un enfoque transversal basado en cinco ejes: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, con el que se impulsa un trabajo coordinado dentro de la misma organización y con los agentes externos (públicos y privados) que permita una mayor eficiencia, transparencia y participación en el desarrollo de la actividad turística.

La gestión turística pasa a ser un elemento cohesionador que impulsa la competitividad y la mejora de la experiencia de los visitantes junto con la calidad de vida de los residentes desde los parámetros de sostenibilidad y accesibilidad y con la tecnología y la innovación como palancas impulsoras.

Con el Informe Diagnóstico y Plan de Acción se obtiene el distintivo que, o bien reconoce al destino como DTI si alcanza un resultado del 80%, o bien reconoce su compromiso con el modelo con la denominación de DTI adherido sino llega a ese porcentaje. En cualquier caso, el destino pasa al siguiente ciclo, ejecutando el plan de acción y entrando en un proceso de renovación permanente de la distinción. Cada dos años (como mínimo) se actualizará el diagnóstico con los avances en el plan de acción para proceder a la renovación del mismo.

La metodología de gestión estratégica del DTI utilizada en el presente informe es fruto de la **adaptación a comarcas** llevada a cabo en los años 2021 y 2022 por BASQUETOUR Y SEGITTUR de la metodología DTI cerrada en 2021 para destinos municipales.

EL DIAGNÓSTICO PERMITE ESTABLECER EL PUNTO DE PARTIDA HACIA EL DTI

El programa DTI es un modelo de gestión estratégica renovado con el que afrontar los retos del desarrollo de la actividad turística en los territorios, por ello, se considera también como un proceso de mejora continua que no finaliza con la obtención del distintivo, sino que lleva a los destinos a someterse a un proceso continuo de diagnóstico, monitorización y actualización que contribuye a reforzar las capacidades de planificación y coordinación de los gestores de los destinos ante desafíos cada día más complejos y cambiantes, a los que tienen que hacer frente, tanto ellos como las empresas de sus territorios, en entornos de creciente incertidumbre.



La implantación en Extremadura de la metodología DTI ha sido posible gracias a la colaboración plena de la Diputación de Cáceres, promotor del modelo DTI en el territorio y de todas las áreas comarcales y stakeholders del destino, que han contribuido a proporcionar la información necesaria para evaluar al destino en base a los 97 requisitos y 261 indicadores que la componen, para el conjunto de ejes clave de un DTI. Esta toma de información ha permitido valorar a SEGITTUR el grado de madurez del destino Sierra de Gata en cada requisito y posteriormente proponer un plan de acción acompañado de recomendaciones a ejecutar por el destino para la transformación en Destino Turístico Inteligente.

El Diagnóstico y Plan de acción DTI se desarrolla dentro del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino Sierra de Gata-Las Hurdes “100% cultura e identidad y ecoturismo”, financiado por el “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea Next-GenerationEU”.



Recomendaciones

RECOMENDACIONES

A continuación, se detallan por ejes y ámbitos las actuaciones recomendadas a acometer por el destino para el avance hacia su conversión a Destino Turístico Inteligente. Éstas constituirán el Plan de Acción, para el que se entregará una propuesta de plantilla que se explica en el Anexo 3 de este informe.

EJE GOBERNANZA

GOBERNANZA. **Ámbito A: Planificación estratégica**

Se analizan las estructuras en materia de turismo del destino, los instrumentos de planificación y estrategia con los que cuenta, así como aquellos en lo que se apoya para su desarrollo

REDACCIÓN Y DIFUSIÓN DEL DOCUMENTO DE COMPROMISO CON EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO

GOB01_01_01_R03

Se aconseja la redacción de un documento que recoja el compromiso de la Entidad comarcal con el desarrollo turístico del destino. La definición de una política turística, adaptada a las particularidades e idiosincrasia del territorio, que sirva de guion para todos los actores implicados y para los ciudadanos, que podrán conocer los objetivos perseguidos y los instrumentos que se utilizarán para su consecución, alineada con la estrategia de desarrollo que la Entidad comarcal tenga para el destino en su conjunto.

Un documento marco que defina los objetivos del desarrollo turístico en el territorio en el largo plazo, estableciendo la base de la estrategia en la que los ejes DTI sean conductores de la misma: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

La puesta en marcha de un proyecto como la transformación en Destino Turístico Inteligente o, en general, de proyectos relacionados con turismo necesita de un impulso claro por parte de la institución implicando al conjunto de la misma y a el resto de actores. Por ello, es importante la publicación del citado documento para que esté disponible para todos, ciudadanos y visitantes, y que se destaque el carácter transversal de la actividad turística y la necesaria implicación de todas las áreas de la organización en su desarrollo.

En ese sentido, también sería recomendable la consulta durante la redacción del documento con el sector privado y la sociedad civil y, en la medida de lo posible, contar con el consenso o aceptación de la oposición política en la corporación para garantizar la continuidad en el medio y largo plazo del documento de política turística.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN ANUAL DE TURISMO ACORDE A LA ESTRATEGIA TURÍSTICA **GOB01_01_03_R04**

Se recomienda contar con un Plan de Acción anual de turismo con el objetivo de planificar y con ello comunicar y ejecutar de una manera más eficiente y transparente. Las acciones contenidas en el mismo deben ir ligadas a partidas presupuestarias que permitan activarlas. Además, de realizar su seguimiento y cumplimiento de objetivos.

Por otro lado, el documento debe recoger las acciones, tanto del Área de Turismo como de otros departamentos, siempre que tengan incidencia directa en el desarrollo de la actividad turística, dada su transversalidad.

En esa misma línea de coordinación, se recomienda elaborar el Plan consultando a ciudadanía y empresariado para recoger propuestas, alinear objetivos y asegurar el trabajo conjunto.

El Plan de acción deberá detallar los objetivos concretos que aborda, las actuaciones que comprende y los responsables asignados a cada una de ellas, así como un calendario de ejecución. Además, debe incluir indicadores de seguimiento que permitan monitorizar la consecución de dichos objetivos.

REDACCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

GOB01_02_02_R06

Se recomienda la redacción de un Plan estratégico de turismo que deberá establecer misión, visión y objetivos, así como los medios y las acciones concretas para su consecución, que se plasmarán en un plan de acción, sobre el que se hará el correspondiente seguimiento y evaluación, a través de indicadores preestablecidos. El plan debe estar basado en un análisis y diagnóstico

exhaustivo del destino, que permita definir las estrategias para su consecución, haciendo referencia a las temáticas de todos los ejes DTI.

Con el objetivo de que todos los actores estén alineados y coordinados, el Plan estratégico de turismo debe estar concertado con el sector turístico privado y la sociedad civil y tener en cuenta las premisas marcadas por otras administraciones de rango superior para buscar líneas de trabajo conjuntas que permitan un mayor impulso al turismo. Será necesario contar con la participación de las diferentes áreas de la Entidad comarcal que tienen incidencia en la actividad turística, directa o indirectamente y, en la medida de lo posible, también con el consenso o aceptación de la oposición política para garantizar la continuidad en el medio y largo plazo del proyecto definido. En el plan estratégico, se debe hacer especial hincapié en el diagnóstico de la oferta, la demanda, competidores, tendencias de mercado, los actores relevantes, las infraestructuras y los productos turísticos, a la vez que tener la capacidad de adaptarse a los cambios en el desarrollo interno del destino y a los factores endógenos que puedan ir influyendo en él. Así mismo exige de una comunicación adecuada que llegue a empresarios, ciudadanos y turistas para que tengan conocimiento de los objetivos y valores del desarrollo turístico en el destino.

MONITORIZACIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

GOB01_03_01_R04

Se debe realizar una monitorización del Plan de marketing turístico con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, así como el impacto de acciones y campañas para aplicar las correcciones necesarias si fuera necesario y valorar la efectividad de las mismas.

PROMOCIÓN DIGITAL DE ACCIONES RELACIONADAS CON TODOS LOS

EJES DTI GOB01_03_02_R02

En línea con el plan de marketing turístico, se aconseja promocionar y dar a conocer las acciones que se realicen en todos y cada uno de los ejes del DTI con influencia directa en turismo. Los avances y buenas prácticas en gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y/o accesibilidad pueden ser un elemento clave para la promoción y la diferenciación del destino.

PUESTA EN MARCHA DE ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO

CONTEXTUAL

GOB01_03_02_R03

La personalización de la promoción turística es una herramienta más derivada de la inteligencia turística. Contribuye a lanzar campañas de marketing más eficaces e implica cubrir mejor las necesidades e intereses de los visitantes. Por ello, se recomienda activar acciones relacionadas con el marketing contextual, para lo que será necesaria la recogida y análisis de datos de los turistas, con el objetivo de lanzar los mensajes más adecuados a cada perfil de turista.

MONITORIZACIÓN DEL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DIGITAL

GOB01_03_02_R05

Se recomienda hacer una monitorización del Plan de marketing turístico digital con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, así como el impacto de acciones y campañas para aplicar las correcciones necesarias si fuera necesario y valorar la efectividad de las mismas.

DISPOSICIÓN DE UN PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN COORDINADA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

GOB01_04_01_R04

Se aconseja disponer de un procedimiento para la elaboración de productos turísticos que permita al destino contar con un catálogo definido sobre el que establecer las políticas de comercialización y promoción adecuadas. La creación de producto debe ir en línea con el planeamiento estratégico definido (diversificación, especialización...).

Para ello hay que listar los recursos con los que cuenta el destino y la oferta que los complementa y que en su conjunto constituirá un verdadero producto turístico. Es importante, analizar la competencia y configurar un catálogo de productos sólido y coherente, junto con los públicos objetivos a los que se dirigirán, en los que centrar los esfuerzos de promoción y comercialización del plan de marketing. Así el posicionamiento de los productos se reforzará en la página web de turismo y con la edición de folletos alineados con la nueva estructura, entre otros.

Asimismo, es importante que la elaboración de productos turísticos se haga con el consenso de sector privado y ciudadanía para que se tenga el apoyo en su configuración y puesta en marcha, un trabajo a tratar en el marco de las herramientas de participación existentes.

En este proceso, el resto de Áreas de la Entidad comarcal, más allá de Turismo, juegan un papel clave, ya que la configuración de los productos requerirá, en muchos casos, de su participación.

El Manual de desarrollo de productos turísticos de la Organización Mundial de turismo, que, aunque es una edición de 2012, repasa los factores clave y procesos básicos a seguir para estructurar correctamente un producto turístico, por lo que podría ser un elemento de consulta.

GOBERNANZA. Ámbito B: Gestión eficiente

Los requisitos de este ámbito analizan la estructura de coordinación de la entidad responsable de la gestión turística con el resto de su organización, además de la forma e infraestructuras previstas para coordinar la evolución del DTI y los esfuerzos realizados en materia de capacitación

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE FORMACIÓN EN TURISMO

GOB02_05_01_R03

El nuevo modelo de gestión turística propuesto para la Entidad comarcal desde la perspectiva DTI exige una política de formación que responda a las necesidades requeridas para emprender el proceso de transformación. Por ello, se hace imprescindible un análisis de perfiles y de nuevos requisitos y la elaboración de un Plan de formación anual o bienal consensuado con los trabajadores y el sector que actualice los conocimientos del personal y responda a la nueva realidad. Formación inspirada en los ejes del modelo DTI.

La formación debe ir encaminada a reforzar el conocimiento del área de turismo, pero no sólo, ya que la transversalidad del turismo y del DTI la hacen necesaria a todos los niveles y en todas las áreas de la Entidad comarcal.

Asimismo, el Plan debe abarcar a los trabajadores de las empresas del sector turístico en el destino, porque son una pieza clave en la cadena de valor. En ese sentido, la Entidad comarcal debe contribuir a la mejora de la calidad analizando la formación que se requiera para desarrollar la nueva estrategia.

CREACIÓN DE UN COMITÉ/COMISIÓN DE INTER ÁREAS

GOB02_06_01_R02

El desarrollo turístico de un territorio requiere de actuaciones transversales, por lo que, la coordinación entre las diferentes áreas de la Entidad comarcal es fundamental. En ese sentido, se hace necesaria la creación de un Comité/Comisión Inter áreas o, dado el carácter transversal del concepto Destino Turístico Inteligente, un comité DTI al máximo nivel dentro de la Entidad comarcal que incluya representantes de todos los departamentos. El objetivo es doble, por una parte, poner en común los proyectos/acciones que se activen en

la entidad, independientemente de qué área los impulse, analizando y coordinando su interacción con el resto de departamentos teniendo en cuenta la estrategia de conversión en DTI que ha iniciado el destino, es decir, haciendo converger esos proyectos y acciones con los ejes de gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Por otra parte, debe ser un espacio para detectar necesidades, problemáticas o nuevos servicios a los que se dé respuesta de una forma común y consensuada.

Gobierno Local debería liderar y presidir este ente de coordinación, con el apoyo del Área de turismo, dado que esta última trabaja ya en acciones con la transversalidad como eje central. Se detallará un procedimiento de trabajo para el comité/comisión, que puede organizar los grupos de trabajo por temáticas que sean necesarios, con un calendario de reuniones periódicas.

COORDINACIÓN DEL PROYECTO DTI

GOB02_06_02_R02

El proceso de conversión a Destino Turístico Inteligente necesita de un instrumento de coordinación para la gestión y planificación de todo el desarrollo y de su mantenimiento en el tiempo. Como primer paso, se recomienda identificar al menos una persona dedicada a la coordinación de todo este proceso, enmarcada en un departamento de gestión del destino o del DTI. El avance en el proceso de conversión DTI hará que este departamento aumente sus competencias y servicios, convirtiéndose progresivamente en una Smart Office.

Una Smart office que debe responder y dar apoyo tanto material como de conocimiento a todas las acciones derivadas del desarrollo del DTI. En ese sentido, debe dar cabida a los medios de recogida de datos y ser el órgano de referencia que aglutine y transmita todo el trabajo a otras unidades de gestión implicadas. La evolución hacia la Smart Office conllevará la puesta en marcha de una plataforma tecnológica de gestión del DTI que integre todos los datos relevantes para la gestión del destino y datos de inteligencia turística, nutriéndose de diversas fuentes, lo que va relacionado con recomendaciones en otros ejes. La Smart office puede tener entre sus funciones: coordinación, ejecución y seguimiento del Proyecto DTI; integración de datos, análisis y publicación de informes basados en inteligencia turística; integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos; gestión de la participación en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes; coordinación las acciones

desarrolladas por las diferentes áreas; desarrollo de funciones de vigilancia tecnológica y gestión de la innovación sistemática; búsqueda de fuentes de financiación e impulso de la participación en proyectos nacionales y europeos o servicio de apoyo al empresariado turístico.

GOBERNANZA. Ámbito C: Gestión transparente, abierta y participativa

Más allá de una buena planificación, para garantizar la calidad ofrecida en servicios e infraestructuras es necesaria una actuación transversal coordinada del ente gestor con otras administraciones. Los requisitos en esta sección se centran en ello y en la política de concertación que garantice el consenso con ciudadanos y sector turístico. Además, la información pública de toda esta gestión, del proceso y los resultados es una exigencia social que debe integrarse en cualquier destino turístico inteligente.

INCREMENTO DE LA PARTICIPACIÓN EN MESAS/COMITÉS/REDES CON

OTRAS AAPP

GOB03_07_01_R01

Se recomienda incrementar la incorporación del destino a mesas/comités/redes con administraciones públicas de distinto nivel (provincial/autonómico/estatal/internacional) que puedan contribuir al intercambio de conocimiento, la generación de sinergias, la puesta en marcha de proyectos conjuntos, la internacionalización, el fomento de la innovación o la potenciación de la imagen de marca o los productos y servicios turísticos del destino, entre otros. Será necesario analizar las distintas opciones teniendo en cuenta la estrategia del destino y dedicar los recursos necesarios a potenciar la participación.

INCLUSIÓN DE LA CIUDADANÍA EN LA MESA/CONSEJO DE TURISMO

GOB03_07_02_R01

Se recomienda incluir en el Consejo/Mesa de Turismo o similar a representantes de la ciudadanía, con el objetivo de tener en cuenta todas las perspectivas a la hora de determinar la política turística y las actuaciones a seguir. La participación ciudadana es ya una necesidad para la gestión inteligente de los destinos, desde la perspectiva de la transparencia y el gobierno abierto. Se seleccionarán las asociaciones ciudadanas más representativas o en su defecto, un sistema para dar representación a la ciudadanía, y a través del Reglamento del Consejo/Mesa de Turismo se fijará el número de sitios reservados para ellos, su renovación y la forma de articular esa participación.

FOMENTO DE LA CORRESPONSABILIDAD CON EL SECTOR PRIVADO

GOB03_07_02_R04

Se debe reforzar y afianzar la corresponsabilidad del sector turístico privado en las iniciativas públicas de desarrollo turístico, no sólo en la toma de decisiones sino también aportando fondos en la puesta en marcha de las mismas. Esta aportación puede ser en especie, como la puesta a disposición de habitaciones de hotel para fam o press trips, o directamente económica como por ejemplo para la participación en ferias.

REFUERZO DE LA COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA

GOB03_08_01_R05

Las exigencias de transparencia hacen necesario contar con los canales de comunicación adecuados tanto para informar de la acción de gobierno como para fomentar la participación de los residentes en las políticas públicas. La gestión turística en los nuevos modelos de gobernanza incluye a la ciudadanía como uno de los actores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar acciones en el ámbito turístico. En ese sentido, se recomienda, en primer lugar, identificar las principales asociaciones representativas de colectivos ciudadanos para, en un segundo paso, crear las herramientas que faciliten y fomenten esa comunicación bidireccional como: un foro online con las

principales asociaciones, que también puede estar abierto a la ciudadanía, el envío de una newsletter periódica que informe de las acciones relacionadas con el turismo destacando los beneficios para los residentes, dirigir y adaptar los servicios de las oficinas de turismo y los puntos de información turística también a los residentes, consensuar un calendario de reuniones periódicas para tratar los temas turísticos o aquellos derivados de la actividad turística en el territorio.

Todo ello supone además una vía para sensibilizar y transmitir los beneficios del turismo a través de la información y la comunicación permanente.

ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DE REDES SOCIALES DE TURISMO DEL DESTINO

GOB03_08_02_R01

Se recomienda una actualización permanente de los perfiles en Redes Sociales de Turismo que tenga activados el destino en los idiomas correspondientes. Para ello, será conveniente redactar un procedimiento que marque esa actualización y una planificación que vaya en línea con la estrategia de marketing del destino y se coordine con el resto de canales de comunicación de la Entidad comarcal, para alinear y dar coherencia a los mensajes que se lancen. Las RRSS son un importante elemento de comunicación que permiten una atención personalizada en tiempo real, segmentación según tipología y promoción a través de campañas específicas.

ENVÍO DE COMUNICACIONES PERIÓDICAS A LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISTAS

GOB03_08_02_R02

Se aconseja el envío de comunicaciones periódicas con noticias y novedades sobre el destino a los principales mercados emisores en su idioma. El objetivo es mantener actualizado al visitante o potencial visitante de los eventos, agenda cultural y actividades promocionales desarrolladas por la Entidad comarcal. Esta acción debe hacerse en base a una planificación que vaya en línea con la estrategia de marketing del destino.

CREACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN EN TIEMPO REAL

GOB03_08_02_R03

Se recomienda la activación de canales de comunicación en tiempo real (WhatsApp, chat en web...) con los visitantes. El objetivo es dar un servicio personalizado y rápido, haciendo uso de las nuevas tecnologías y adaptando la comunicación a los nuevos perfiles de turista, teniendo capacidad de respuesta inmediata ante situaciones que lo requieran y aprovechando todas las oportunidades.

CREACIÓN DE UN FORO ONLINE CON EL SECTOR TURÍSTICO

GOB03_08_03_R01

Se aconseja la creación de un foro online con el sector turístico privado para recibir feedback directo y en tiempo real y fomentar la participación de éste en las políticas públicas, cumpliendo así con las exigencias de transparencia informando de la acción de gobierno de forma permanente. La gestión turística en los nuevos modelos de gobernanza incluye al sector turístico privado como uno de los actores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar acciones en el ámbito turístico.

ENVÍO DE NEWSLETTER PERIÓDICA AL SECTOR TURÍSTICO PRIVADO

GOB03_08_03_R02

Se recomienda el envío periódico de una newsletter al sector turístico privado ofreciendo de esta manera información actualizada de las actuaciones que se llevan a cabo en relación con el desarrollo turístico, cumpliendo así con las exigencias de transparencia informando de la acción de gobierno de forma permanente. La gestión turística en los nuevos modelos de gobernanza incluye al sector turístico privado como uno de los actores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar acciones en el ámbito turístico.

FOMENTO DEL USO DE LA SEDE ELECTRÓNICA ENTRE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

GOB03_09_03_R04

Se aconseja potenciar el uso de la Sede Electrónica por parte de las empresas del sector turístico, lo que contribuiría al ahorro de costes, así como a mayores garantías para éstas. Para ello, se propone la elaboración de manuales de uso y la realización de talleres o webinars en los que se expliquen los trámites a realizar y los pasos y herramientas necesarias para hacer un uso eficiente de la oficina virtual de la Entidad comarcal. La administración pública contribuye así a facilitar los trámites y acceso a la información de las empresas turísticas, primando la transparencia y la eficacia.

ESTRATEGIAS, PLANES O PROTOCOLOS PARA ACTUALIZACIÓN DEL PORTAL DE TRANSPARENCIA

GOB03_09_05_R01

Se aconseja la elaboración de una estrategia, plan o protocolo para garantizar la actualización permanente del Portal de Transparencia, así como revisar el alcance de las informaciones que se ofrecen. Esta actualización continua debe venir por parte de todas y cada una de las áreas de la Entidad comarcal, calendarizada y asignando responsables de la misma. Cabe recordar que la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno obliga a las Administraciones a tener determinadas informaciones publicadas en sus webs de forma clara y entendible. La estrategia que se marque sería interesante que también incluyera la publicación de algunos de los índices de transparencia nacionales e Internacionales existentes.

GOBERNANZA. Ámbito D: Gestión responsable y controlada

Se valora en este ámbito la gestión del conocimiento, las herramientas y la medición de resultados de los objetivos y del impacto de las acciones llevadas a cabo además de las medidas activadas en calidad turística.

FOMENTO DE CERTIFICACIONES DE CALIDAD

GOB04_10_01_R02

La imagen turística del destino debe ir unida a la de la calidad y por ello fomentar la implantación de certificaciones (Q, SICTED, Biosphere, etc.) es un aspecto clave para un desarrollo competitivo y sostenible. Por ello, se recomienda el impulso de acciones que favorezcan la implantación de certificaciones que contribuyan a visibilizar y reforzar los esfuerzos en pro de la calidad y la sostenibilidad que se hacen desde la iniciativa pública y privada en el destino. Un servicio de apoyo a empresas, capacitación o líneas de financiación pueden ser acciones que faciliten a las empresas la implantación de certificaciones de calidad, a la vez, que el sector público las incorpora también en sus recursos y servicios.

MONITORIZACIÓN DE LAS ACCIONES DE FOMENTO DEL TURISMO

GOB04_11_01_R04

Las obligaciones de transparencia y eficiencia en la gestión de las administraciones públicas llevan a la necesidad de monitorizar y garantizar que las acciones que se llevan a cabo responden a los objetivos marcados. En ese sentido, se recomienda analizar el impacto y retorno de las acciones de fomento de la actividad turística, desde la contratación de una campaña de publicidad en medios a la participación en la organización de eventos como puede ser una carrera, un concierto, etc. Para ello previamente deben haberse marcado unos objetivos claros y unos indicadores de medición que con los resultados finales permitirán tomar decisiones a futuro sobre la idoneidad de las acciones y realizar los cambios y correcciones necesarios para optimizar al máximo la inversión y los recursos empleados.

SEGUIMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA

GOB04_12_01_R01

Se aconseja realizar un seguimiento de los principales indicadores de demanda turística: lugar de origen, estancia media, tipo de alojamiento, medio de transporte de acceso, forma de contratación del viaje, motivo, patrones de movimiento y/o gasto, etc., a través de una encuesta periódica. De esta forma, se dispondrá de un indicador más para cuantificar la importancia y peso del turismo en el destino, una herramienta útil para llevar a cabo la política turística y la toma de decisiones. El primer paso es definir los datos a recopilar, las fuentes y las opciones de colaboración posibles en todo este proceso, ya que será esencial la comunicación con el sector privado y con otras administraciones públicas que ya realicen estudios de la demanda en el territorio y puedan ampliarlos para tener datos más exhaustivos del destino. Todo ello se insertará en el observatorio turístico o el proceso para medir la actividad turística con el que ya cuenta el destino y contribuirá a permitir una explotación de datos y análisis amplio desde la perspectiva tanto pública como privada, con lo que tendrá también una mayor capacidad de reacción y adaptación a nuevas situaciones. Esta recogida de información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su comprensión y uso que, junto con informes de coyuntura, deberían ser herramientas al servicio del sector. Se aconseja estructurar la recogida de información, sistematizarla y marcar los períodos de actualización, así como de análisis y entregables.

SEGUIMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS MÁS VISITADOS

GOB04_12_01_R03

Se aconseja realizar un seguimiento periódico de los recursos turísticos más visitados. El objetivo es promover una mejor gestión de esos espacios, de sus accesos y de la calidad de los servicios que se ofertan, desde la perspectiva de la sostenibilidad y con el apoyo de las nuevas tecnologías. El primer paso será definir los datos a recopilar, las fuentes y las opciones de colaboración posibles en todo este proceso. Todo ello se insertará en el observatorio turístico o el proceso para medir la actividad turística con el que ya cuenta el destino y contribuirá a permitir una explotación de datos y análisis amplio desde la perspectiva tanto pública como privada, con lo que tendrá también una mayor capacidad de reacción y adaptación a nuevas situaciones. Esta recogida de

información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su comprensión y uso al servicio de sector público y privado. Se recomienda estructurar la recogida de información, sistematizarla y marcar los períodos de actualización, así como de análisis y entregables.

MONITORIZACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

GOB04_12_01_R04

Se recomienda monitorizar el impacto económico del turismo en la economía del destino a través del consumo directo realizado por los visitantes. De esta forma, se dispondrá de un indicador que cuantificará la importancia del turismo en el destino, una herramienta útil para llevar a cabo la política turística y para la toma de decisiones. Un primer paso será estimar el peso que tiene la actividad turística en el empleo del destino, para lo cual se pueden filtrar las actividades turísticas de las fuentes estadísticas de empleo existentes a nivel nacional (EPA y registros de afiliados a la Seguridad Social). Todo ello se insertará en el observatorio turístico o el proceso para medir la actividad turística con el que ya cuenta el destino y contribuirá a permitir una explotación de datos y análisis amplio desde la perspectiva tanto pública como privada, con lo que tendrá también una mayor capacidad de reacción y adaptación a nuevas situaciones. Esta recogida de información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su comprensión y uso que, junto con informes de coyuntura, deberían ser herramientas al servicio del sector. Se aconseja estructurar la recogida de información, sistematizarla y marcar los períodos de actualización, así como de análisis y entregables.

Según lo establecido por la Organización Mundial de Turismo, las actividades económicas consideradas en la delimitación del ámbito del Turismo son las siguientes (se incluye el código correspondiente de la CNAE 2009):

55 y 56 Hostelería

491 Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril

493 Otro transporte terrestre de pasajeros

501 Transporte marítimo de pasajeros

503 Transporte de pasajeros por vías navegables interiores

511 Transporte aéreo de pasajeros

522 Actividades anexas al transporte
791 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos
799 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
771 Alquiler de vehículos de motor
773 Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles
900 Actividades de creación, artísticas y espectáculos
910 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
931 Actividades deportivas
932 Actividades recreativas y de entretenimiento

Se pueden consultar las fichas técnicas e informes sobre empleo turístico publicadas por Turespaña, organismo que se encarga de la explotación específica de los datos de empleo de las actividades turísticas a nivel nacional.

EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA Y LA OPINIÓN DE EMPRESARIOS Y RESIDENTES SOBRE EL TURISMO

GOB04_12_02_R04

Se aconseja realizar una evaluación periódica de la satisfacción del turista, la opinión de los residentes y la opinión y confianza empresarial sobre el turismo, tanto a través de encuestas como con el análisis de otras fuentes (RRSS, webs...) con periodicidad mínima bienal. De esta forma, se dispondrá de indicadores que serán una herramienta útil para desarrollar la política turística y la toma de decisiones.

ELABORACIÓN DE UN PROCEDIMIENTO PARA COMUNICAR LOS DATOS Y ANÁLISIS VINCULADOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

GOB04_12_03_R01

Se recomienda que la recogida de datos centralizada a través de un observatorio turístico o con procesos que permitan medir la actividad turística desde

diferentes perspectivas (oferta, demanda, satisfacción, impacto...) vaya acompañada de un procedimiento para comunicar periódicamente los datos y análisis vinculados tanto al sector turístico como a la ciudadanía. El conocimiento generado será una importante herramienta para la toma de decisiones desde el sector público y el sector privado y la información a los residentes es un elemento fundamental para garantizar la transparencia y la sensibilización hacia la actividad turística. La presentación de los datos recogidos deberá tener en cuenta el público objetivo al que va dirigida, ser clara, contextualizada y con comparativas y análisis que permitan, en la medida de lo posible, hacer un seguimiento de la evolución de las variables recogidas.

EJE INNOVACIÓN

INNOVACIÓN. Ámbito A: Gestión / Gobernanza innovadora

La innovación debe impulsarse en el conjunto de la organización y el turismo debe ser uno de los ámbitos en los que se desarrolle. Para ello, el ente gestor debe contar con una planificación de sus actuaciones innovadoras y una organización interna que permita coordinarlas y ponerlas al servicio de sus objetivos estratégicos. En este sentido, es necesario dedicar recursos al desarrollo y la sistematización de la gestión de la innovación, tanto a nivel interno como externo, a través de actuaciones que contribuyan al fomento de un entorno de innovación abierta que maximice los beneficios de la innovación en el destino.

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA/PLAN DE INNOVACIÓN COMARCAL

INN01_01_01_R01

Se recomienda elaborar un plan comarcal de gestión de la innovación que detalle las principales acciones que ya se están llevando a cabo en el destino, así como las actuaciones innovadoras que se prevé implementar.

El plan incluirá:

- Documentación de innovaciones llevadas a cabo hasta el momento y sus principales resultados.
- Diagnóstico y priorización de necesidades de innovación en el destino.
- Iniciativas innovadoras asociadas a la resolución de las necesidades identificadas.
- Metodología de trabajo para la mejora de los procesos de innovación realizados.
- Agentes y Áreas de la Entidad comarcal implicados en actividades de innovación. (Comité coordinador)
- Sistema de monitorización de resultados y evaluación de la innovación aplicada.

El tener identificadas las acciones innovadoras en un documento permite medir el grado de innovación del DTI, mejorar la coordinación entre Áreas y monitorizar el grado de cumplimiento de las iniciativas.

Este plan debe estar alineado con la estrategia global del destino.

Además, se recomienda incorporar en el plan/estrategia de gestión de la innovación el turismo como sector preferente para la innovación.

Turismo es un sector con alto potencial para la innovación, con gran capacidad transformadora.

Concretamente se recomienda:

- Identificar los servicios con alto potencial innovador.
 - Incluir entre las principales actuaciones de carácter innovador iniciativas de temática / impacto en turismo.
 - Turismo como área determinante en el desarrollo económico del destino, y en su apuesta por la innovación y la diferenciación como palancas de competitividad.
-

FOMENTO DE LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN EMPRESAS

TURÍSTICAS Y/O ORGANISMOS DEL DESTINO

INN01_01_02_R01

Se recomienda que los organismos del destino y las empresas turísticas fomenten la implantación de sistemas de gestión de la innovación mediante el desarrollo de las siguientes acciones:

1. Análisis de la situación actual de la gestión de la entidad. Este análisis deberá permitir determinar las motivaciones de la organización para llevar a cabo la implantación de un sistema de gestión, diagnosticar la situación de partida y establecer las bases para una futura planificación mediante el establecimiento de objetivos y metas de gestión que estén alineados con la estrategia general.
2. Mapeo de procesos y procedimientos de trabajo. El objetivo es conocer los procesos clave de la organización y ofrecer a los responsables una mejor visión sobre el funcionamiento interno y las relaciones externas que mantiene cada área o departamento. En esta etapa es importante realizar el registro y documentar de forma sistemática los procesos identificados.
3. Formación. Dirigida al personal a cargo de los procesos clave de la organización y centrada en preparar a las personas para el cambio de cultura que debe producirse y en mostrar cómo se trabaja dentro del sistema de gestión.

4. Implantación del sistema de gestión. Una vez realizadas las actividades anteriores, la organización estará preparada para poner en marcha el sistema de gestión, lo que supondrá implantar nuevos procesos, herramientas, flujos de información y nuevas responsabilidades. En este punto, las normas UNE:160001:2006 (gestión de la I+D+i: requisitos de un proyecto de I+D+i) y la UNE:160002:2021 (gestión de la I+D+i: requisitos del sistema de gestión de la I+D+i) aportan marcos de gestión de referencia a tener en cuenta por las organizaciones empresariales y de gestión de destino.

5. Auditorías internas y externas. La organización ha de realizar revisiones periódicas del sistema de gestión, tanto internas como externas, para identificar los fallos y establecer medidas preventivas y correctoras. Este es el momento también en que se deben detectar las oportunidades de mejora a partir de las lecciones aprendidas.

6. Certificación del sistema de gestión. La certificación es una demostración y garantía de que la organización ha implantado con éxito el sistema de gestión y que cuenta con los procedimientos adecuados para su mantenimiento y corrección de fallos.

Se aconseja, además, determinar y comunicar a la organización las razones por las que se procede a la implantación de un sistema de gestión en las empresas turísticas y organismos de destino. Para ello, conviene asegurar que las personas al cargo de los procesos clave estén implicadas de forma responsable en su gestión y diseño, así como que participen en la toma de decisiones en sus respectivos ámbitos de trabajo.

Se recomienda que la organización cuente con la figura de un Responsable del Sistema de Gestión, que cuente con experiencia suficiente y conozca el trabajo diario que se realiza. Esta persona debe disponer de las atribuciones suficientes para llevar a cabo los cambios en el sistema cuando sean necesarios.

Es importante que el equipo de dirección conozca en profundidad las implicaciones del sistema de gestión y sea capaz de explicar en todo momento las razones de sus decisiones, los beneficios esperados y los objetivos que se persiguen. Para ello, se aconseja mantener reuniones periódicas en las que se evalúen los avances realizados y los objetivos alcanzados. Asimismo, la dirección debe estar comprometida en dotar de los recursos necesarios al personal para un funcionamiento adecuado de los procesos, así como para el mantenimiento, corrección y actualización del sistema de gestión.

Es aconsejable también que se realicen de forma periódica evaluaciones sobre el alineamiento entre la estrategia general de la organización y el sistema de

gestión implantado, prestando especial atención tanto a los indicadores clave definidos como al buen funcionamiento de las herramientas implantadas.

FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN TURISMO A TRAVÉS DE LICITACIONES

INN01_02_01_R01

El fomento de la innovación en turismo a través de licitaciones tiene como objetivo utilizar el poder de compra del sector público para actuar como pionero en la adopción de soluciones innovadoras que aún no están disponibles comercialmente a gran escala.

Para ello es importante seguir las siguientes etapas:

- Encontrar y adquirir soluciones innovadoras, creando y manteniendo abiertos en el tiempo canales de diálogo tanto con los proveedores de soluciones innovadoras para el turismo como con los beneficiarios finales de las mismas.
- Fomentar que todos los departamentos de las entidades locales sean exigentes a la hora de requerir propuestas innovadoras y nuevas ideas por parte de la industria. Esto ha de suponer incorporar criterios de evaluación específicos en los pliegos de condiciones.
- Desarrollar las capacidades y habilidades del personal al cargo de las licitaciones públicas, de manera que cuenten con los recursos y los conocimientos técnicos necesarios para realizar análisis de mercado, comprender los factores técnicos que intervienen en las soluciones propuestas y puedan adoptar decisiones estratégicas.
- Evaluar los procesos de licitación en que se opte por soluciones innovadoras en lugar de otras tradicionales. Las licitaciones establecerán cláusulas que permitan extraer información relevante sobre la efectividad del proceso, así como introducir los cambios precisos en futuros procesos de licitación dirigidos a fomentar la innovación en turismo.

Por otro lado, la compra pública innovadora (CPI) representa para el turismo un instrumento muy valioso que debe permitir interactuar de manera abierta con todo el ecosistema turístico, por lo que se recomienda impulsar un procedimiento de CPI para atender una necesidad relacionada con este sector.

Para ello se aconseja seguir las recomendaciones recogidas en el Decálogo de la Compra Pública Innovadora de la Unión Europea, que contiene un conjunto de buenas prácticas que pueden ayudar a establecer de forma eficaz un

procedimiento de este tipo. El documento puede descargarse a través del siguiente enlace: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/82efaf1e-dfa8-4fbb-9629-ea548412dc9f>

Es aconsejable también que los organismos encargados de la CPI aprendan a distinguir entre los distintos tipos de CPI existentes, adaptando la metodología y la normativa que debe regir cada licitación según el nivel de madurez de la tecnología (TRL). Se recomienda fomentar el diálogo competitivo con el objetivo de dotar de mayor dinamismo a los procedimientos de CPI y dar entrada a aquellas pymes que, independientemente de su tamaño e histórico, cuentan con capacidad para realizar ofertas innovadoras.

Para ello, las entidades locales han de habilitar dos canales: 1) el proactivo, a través el cual las entidades locales tienen la oportunidad de realizar una reflexión estratégica de sus necesidades y socializarla con el mercado mediante la búsqueda de soluciones innovadoras, y 2) el reactivo, a través el cual la oferta tecnológica (empresas, asociaciones empresariales, universidades, centros de I+D+i) pueden compartir sus propuestas de soluciones o ideas de innovación para atender las problemáticas del turismo. Todo ello orientado a realizar una “escucha activa” del mercado, generando los canales adecuados y garantizando siempre los principios de concurrencia, transparencia e igualdad de trato.

Se recomienda reducir el peso del factor precio en los criterios de adjudicación de proyectos innovadores para centrarse más en la relación precio-calidad, así como hacer más hincapié en los criterios de propiedad industrial e intelectual, de manera que éstos no afecten negativamente a la concurrencia de las pymes innovadoras en procedimientos de CPI.

ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO ESPECÍFICO A LA INNOVACIÓN

INN01_03_01_R01

El desarrollo de una estrategia de innovación precisa de un presupuesto adecuado que permita su despliegue, así como implementar proyectos innovadores a corto, medio y largo plazo. Para ello, es aconsejable contar con una partida presupuestaria que sea estable, previsible con antelación y de carácter plurianual, evitando tener que concretar un presupuesto específico cada vez que surgen las oportunidades de proyectos. De esta forma es más probable que los proyectos de innovación respondan a las necesidades reales del destino y puedan ser ejecutados al 100%.

Es recomendable que el presupuesto asignado a la innovación contemple partidas destinadas a conceptos como los siguientes:

1. Búsqueda de oportunidades y generación de ideas.
2. Formación y capacitación del personal.
3. Implantación de herramientas de apoyo a la innovación.
4. Inversión en proyectos de innovación, propios o en colaboración.
5. Coordinación y control de los proyectos de innovación.

Es aconsejable que se tomen en consideración las opiniones de todos los principales agentes del destino, fomentando su involucración en la innovación y aumentando su grado de motivación.

El presupuesto asignado debe ser evaluado constantemente y los objetivos logrados medidos adecuadamente con el fin de valorar la posibilidad de realizar cambios en futuras asignaciones presupuestarias, así como identificar posibles mejoras.

Los fondos Next Generation EU del Plan de Recuperación destinados a reparar los daños económicos y sociales causados por la pandemia, de los que está previsto que España reciba 140.000 millones de euros, abren una importante ventana de oportunidad que debería ser aprovechada por los organismos de destino para complementar/reforzar sus presupuestos y dar un fuerte impulso a sus capacidades de innovación.

Es aconsejable, además, que exista una asignación de presupuesto específico para proyectos de innovación en turismo. Esta se debe llevar a cabo atendiendo a diferentes fuentes de financiación, previstas de antemano tanto en forma como en cantidad, por el ente gestor del destino.

Es aconsejable que los gestores de destino planifiquen adecuadamente y con suficiente tiempo las fuentes de financiación a las que recurrirá para elaborar el presupuesto de innovación, estableciendo un mix de fuentes que le permitan lograr los objetivos de innovación establecidos. Este mix de financiación habrá de contemplar tanto fondos propios procedentes del presupuesto de innovación, como fuentes complementarias en forma de ayudas directas de organismos nacionales y/o europeos.

En este sentido, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por los fondos europeos Next Generation UE, supone una oportunidad sin precedentes para impulsar la innovación en turismo, contando el capítulo

Modernización y Competitividad del Sector Turístico con un importe de 3.400 millones de euros para el periodo 2021-2023.

También es aconsejable fijarse en otras fórmulas de financiación alternativas, como las que puedan derivarse de la colaboración pública-pública (p.e. con centros de I+D+i, universidades), y privada, fomentando de este modo la creación de consorcios en los que las partes aporten de forma complementaria recursos financieros, personales y/o técnicos para la innovación.

ASIGNACIÓN DE PERSONAL ESPECÍFICO A ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

INN01_03_02_R01

La gestión de la innovación se ha convertido en un ámbito de actividad profesional cada vez más importante y especializado que requiere de personas con habilidades y dedicación específicas para llevarla a cabo. Por ello, el ente gestor deberá dedicar recursos humanos específicos al desarrollo de actividades de innovación.

Para ello, es aconsejable que el ente gestor del destino identifique los perfiles profesionales necesarios, que pueden abarcar desde gestores de programas de I+D+i, gestores de proyectos, promotores de tecnología o directores de innovación. Además, se fomentará la incorporación de profesionales especializados en distintas áreas (por ejemplo, innovación organizativa o de procesos, innovación tecnológica y/o innovación social).

Es recomendable que se busque la complementariedad del personal de nueva entrada con el personal actualmente en plantilla, pudiendo promocionar internamente a quienes cuenten con perfiles asimilables, si bien se procurará mantener aisladas las funciones del personal dedicado a la innovación del resto de tareas y responsabilidades de administración y gestión propias de cada entidad. Para ello es aconsejable que los costes del personal dedicado a la innovación corran a cargo del presupuesto asignado a la innovación.

Además, el ente gestor deberá complementar el personal dedicado a actividades relacionadas con la innovación con nuevos perfiles específicamente dedicados al desarrollo de innovaciones en turismo.

En caso de no disponer de estos perfiles profesionales, habrán de establecerse los planes necesarios para incorporar estos nuevos perfiles en el menor tiempo posible, dotando de recursos presupuestarios suficientes su contratación.

Se recomienda que el ente gestor del destino mantenga la dedicación del personal dedicado a la innovación turística separada del resto de funciones de administración y gestión, de manera que ésta quede desvinculada de las tareas de marketing, comunicación, atención al turista o ciudadano o gestión de sistemas realizadas habitualmente por cada organización.

Igualmente, se debe asegurar que el personal asignado a actividades de innovación dispone de la formación y los recursos necesarios para desarrollar adecuadamente su labor. En concreto, es aconsejable incorporar dentro del plan de formación de los organismos de destino un subprograma especializado en conocimientos y capacidades relacionadas con la innovación.

Estas acciones de formación habrán de complementarse con el desarrollo de habilidades transversales, como el trabajo en equipo, la orientación a resultados, la comunicación interpersonal, la iniciativa y proactividad, y aquellas otras relacionadas con la promoción de proyectos, innovación abierta, emprendimiento, técnicas de negociación, metodologías y herramientas de innovación y gestión de proyectos.

En los programas formativos a impartir se priorizará el uso de metodologías de aprendizaje que apuesten por la generación de nuevas ideas, la creatividad, design-thinking, la orientación a proyectos, así como el trabajo interdisciplinar.

PUESTA EN MARCHA DE PROGRAMAS Y ACTUACIONES PARA EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN ABIERTA EN TURISMO

INN01_04_01_R02

El destino cuenta con actuaciones de fomento de la innovación abierta. En esta recomendación se aconseja diseñar programas y poner en marcha iniciativas que impulsen la innovación en el ámbito específico del turismo, a partir de la cooperación con organizaciones y actores externos al ente gestor.

Entre las posibles actuaciones a implementar se valorarán las siguientes:

- Procesos de identificación de retos del turismo con terceros.
- Impulso de la colaboración con el sector privado, órganos de conocimiento u otros, en el ámbito turístico.
- Puesta en marcha de proyectos de cooperación en turismo con el extranjero.
- Desarrollo de LivingLABS con enfoque turístico.

El sector turístico en general, y los destinos en particular, dependen cada vez más de la innovación abierta para mejorar sus capacidades internas y desarrollar nuevas oportunidades y habilidades.

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS COLABORATIVOS DE INNOVACIÓN

INN01_04_02_R01

Se aconseja la participación del ente gestor en proyectos colaborativos que provengan de convocatorias oficiales en los que intervengan los organismos de destino, empresas y/o centros de investigación o universidades.

La participación en este tipo de actuaciones brinda la oportunidad a los gestores de destino de crear una organización más competitiva y coordinada, que implica confianza compartida, resolución conjunta de problemas, compartir habilidades, experiencias y conocimientos relevantes, acceder a experiencias o competencias de otros socios que quizás no tiene la entidad, así como compartir riesgos y recompensas.

Además, se aconseja impulsar la participación en proyectos colaborativos que cuenten específicamente con temática turística. Para ello, se podrán valorar las nuevas oportunidades que ofrece la financiación procedente de convocatorias nacionales, europeas y provenientes de organismos multilaterales.

ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS CON FINALIDAD INNOVADORA Y

EVENTOS PARA FOMENTAR LA INNOVACIÓN EN TURISMO

INN01_04_03_R01

La organización de encuentros con finalidad innovadora es una forma muy eficaz de atraer el interés de los grupos de interés (stakeholders), usuarios y/o potenciales socios hacia proyectos de innovación, por lo que se recomienda la organización de estos eventos al menos una vez al año.

Es aconsejable que estos encuentros se realicen en el destino contando con empresarios, instituciones, centros de investigación y/o universidades. Por lo general, estos encuentros permiten a los organizadores:

1. Generar más visibilidad y notoriedad de la marca o el destino, cuya imagen queda así asociada a la innovación.
2. Atraer el interés de los grupos de interés que puedan estar interesados en participar en proyectos de innovación.
3. Servir como canal de comunicación para la búsqueda de expertos o socios, así como para dar impulso al networking entre los actores más relevantes.
4. Mostrar los resultados de la innovación, presentar casos de éxito y servir de escaparate a buenas prácticas que demuestren el potencial que tiene la innovación.
5. Captar el interés y la sensibilidad de las entidades financiadoras de la innovación para que redoblen su apuesta por su desarrollo.

Además, se recomienda organizar eventos con finalidad innovadora dedicados específicamente a temáticas turísticas. En concreto, se podrán valorar los siguientes formatos:

- Seminarios o webinars.
- Foros o conferencias sobre un ámbito concreto o especializado de temática innovadora, o para mostrar casos de éxito o buenas prácticas.
- Convenciones o congresos, con una duración de al menos dos días y una asistencia más concurrida, habitualmente para tratar aspectos más generales sobre la innovación y compartir experiencias mucho más en profundidad.
- Workshops o talleres para profesionales con un enfoque más informal y ameno.
- Otros formatos: ferias empresariales, desayunos de trabajo, mesas redondas, etc.

Se aconseja que estos eventos estén abiertos a distintos tipos de públicos y que se celebren, al menos, una vez al año.

INNOVACIÓN. Ámbito B: Actividades de innovación

Los requisitos de este ámbito van en dos líneas de trabajo. Por una parte, innovación aplicada a la resolución de problemáticas sociales en el destino, desde una perspectiva amplia y con especial atención a aquéllas derivadas de la actividad turística en el territorio. Por otro lado, la labor activa en la búsqueda de nuevos productos, servicios y procesos o la mejora de los existentes. Todo ello, unido a la necesidad del ente gestor de conocer cómo se traslada esa innovación a residentes y a visitantes, y qué percepción tienen del trabajo que se realiza en esa línea

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INNOVACIÓN SOCIAL

INN02_05_01_R01

La innovación social se refiere al proceso de desarrollo e implantación de nuevas soluciones a desafíos sociales, ambientales, etc., mediante el uso de fórmulas más colaborativas e inclusivas que satisfagan mejor las necesidades reales de las personas. Mediante la innovación social se procura que las soluciones dadas en forma de productos, servicios, mercados o procesos, satisfagan simultáneamente una necesidad social y generen nuevas capacidades y relaciones, así como un mejor uso de los activos y recursos disponibles.

La elaboración de un Plan de Innovación Social a escala local debe tener como objetivo promover la colaboración y participación activa de los ciudadanos, haciéndoles parte activa de la solución de sus propios problemas, y crear sinergias entre las entidades locales y la sociedad alrededor de los posibles cambios sociales. El Plan de Innovación Social habrá de contar con presupuesto específico, así como un proceso de diseño y planificación adecuado.

Para el diseño e implantación del Plan se recomienda seguir las siguientes etapas:

1. Involucrar a los grupos de interés (stakeholders).
2. Crear alianzas. Es recomendable que la entidad promotora establezca alianzas lo más sólidas posibles con los actores relevantes sobre el terreno para alcanzar los objetivos deseados.
3. Crear espacios de colaboración con los ciudadanos. Se trata de avanzar en la creación espacios en los cuales se facilite la colaboración entre los ciudadanos

y los servicios públicos (funcionarios, servicios públicos, empresas públicas, etc.), con el fin de lograr unos servicios más abiertos, colaborativos e innovadores.

4. Establecer indicadores de éxito. Se trata de establecer KPI simples que aseguren la correcta medición tanto del desempeño social como empresarial.

5. Fomentar una cultura de la innovación en el territorio.

Asimismo, los retos derivados de la actividad turística en el destino se conviertan en un ámbito de trabajo especialmente interesante a abordar desde la perspectiva de la innovación social. Se recomienda por ello impulsar proyectos que busquen dar solución a los retos relacionados con el turismo desde una dimensión social, como, por ejemplo, los desafíos para la movilidad durante la temporada alta, los retos que plantea la economía colaborativa y circular, los problemas creados por la sobre masificación, la pérdida de autenticidad de los destinos, etc.

Las innovaciones sociales en turismo persiguen un cambio de mentalidad desde una perspectiva "orientada al cliente" hacia otra "orientada a la comunidad". También es importante que se reconozca el papel del turista como agente de cambio cultural y la manera en que éste puede incidir en las prácticas transformadoras a través de los nuevos productos/tecnologías que decide consumir.

DISPONIBILIDAD DE ENCUESTAS SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EL DESTINO

INN02_06_01_R01

La apuesta del destino por su conversión en Destino Turístico Inteligente obliga a considerar la importancia que tienen tanto las características de las innovaciones como la manera en que éstas son percibidas sobre el comportamiento individual y colectivo, y su grado de adopción. Algunos aspectos percibidos de la innovación mejoran su tasa de difusión, mientras que otros la retrasan. Por tanto, la capacidad de medir cómo los individuos y las comunidades perciben las características de una innovación en particular, así como los comportamientos que de la misma se derivan resultan críticos para identificar: 1) problemas relacionados con el potencial de éxito de la innovación, y 2) oportunidades para abordar esos problemas.

Desde la óptica del gestor de destino, disponer de este tipo de información es relevante también para entender cómo la innovación puede contribuir a un desarrollo equilibrado y sostenible del destino, o para decidir el momento más oportuno en que se debería introducir una determinada innovación.

Se recomienda por ello el diseño de una encuesta de periodicidad anual, que permita conocer la percepción de la innovación entre los turistas y los residentes, mediante la recogida de los siguientes datos de forma simultánea:

1. Características sociodemográficas de los encuestados (edad, género, nivel de estudios, nivel de ingresos, categoría profesional, procedencia, etc.).
 2. Ventajas relativas de la innovación (grado en el que un adoptante potencial obtendrá o se beneficiará de la adopción de una nueva innovación).
 3. Compatibilidad (cómo de bien encaja la innovación en el entorno social, personal y tecnológico del adoptante).
 4. Presión social (la medida en que un adoptante potencial puede sentirse obligado a adoptar una innovación debido a la presión de los compañeros o las expectativas del grupo).
 5. Complejidad (grado en el que una innovación se percibe como difícil de comprender y de utilizar).
 6. Riesgo percibido (mide la percepción tanto de la incertidumbre de un resultado futuro desconocido como de la pérdida potencial asociada con un producto fallido).
 7. Discontinuidad (incluye la capacidad del consumidor para hacer comparaciones con productos anteriores y su determinación del esfuerzo que se necesita para adoptar la nueva innovación).
-

DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS INNOVADORES

INN02_07_01_R01

Se recomienda que el ente gestor del destino apueste por el desarrollo de productos turísticos que se apoyen en la innovación como palanca para la creación de valor. Para ello, se aconseja diseñar una estrategia cuyo objetivo sea favorecer la introducción anual de productos y servicios turísticos nuevos o significativamente mejorados. Los principales aspectos a abordar en la estrategia serán los siguientes:

- Identificación de necesidades y nuevos nichos de mercado.
- Identificación de recursos, patrimonio y espacios infrautilizados o susceptibles de uso turístico en el destino.
- Fomento de la generación de ideas en torno a nuevos productos y servicios.
- Desarrollo de un sistema para la selección de ideas que tenga en consideración la viabilidad técnica y financiera de las innovaciones en producto.
- Asignación de una dotación presupuestaria específica dedicada al desarrollo de nuevos y mejorados productos.
- Apuesta por la innovación en la dotación de contenidos de los nuevos productos y servicios.
- Desarrollo de un procedimiento para la detección de aspectos de mejora en los productos que componen el catálogo actual.
- Dado el riesgo asociado a la innovación, resultará crucial establecer un procedimiento de testeo y seguimiento de los productos innovadores.

En esta estrategia se aconseja contar con la participación de todas las áreas del ente gestor, lideradas por Turismo, y con todos los agentes relevantes del sector turístico, trabajando así desde los diferentes ámbitos de la cadena de valor turística.

IMPULSO DE LA INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS DEL ENTE GESTOR

INN02_08_01_R01

En 2018 el Manual de Oslo (OECD/Eurostat), que es el marco metodológico utilizado a nivel internacional para medir la innovación, en su cuarta edición, cambia la definición de innovación respecto a versiones anteriores: “una innovación es un producto o proceso (o combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos y procesos previos, y que se han puesto a disposición de los potenciales usuarios (productos) o implantados en la organización (procesos)”.

El Manual define en esta cuarta edición la innovación en procesos como la incorporación de un proceso de negocio nuevo o mejorado para una o más funciones de la organización, que difiere significativamente de los procesos de negocio anteriores de la misma y que se ha puesto en uso. (OECD/Eurostat, 2018).

La apuesta del destino por su desarrollo inteligente, y la propia metodología DTI, hacen recomendable impulsar la innovación en los siguientes procesos del ente gestor:

1. Innovación en los procesos de comercialización y marketing. Algunas líneas en las que avanzar son las siguientes:

A. Fomentar/optimar la comercialización online de la oferta pública y privada, principalmente mediante el desarrollo efectivo de una estrategia multicanal y multiplataforma que tenga en cuenta los objetivos y los recursos a nivel local.

B. Apostar por una gestión innovadora de las relaciones con turistas. Esta relación debe perseguir:

- Enriquecer las bases de datos de visitantes con las que cuenta el destino, con el objetivo de establecer perfiles a los que realizar comunicaciones segmentadas en base a sus preferencias, hábitos de consumo o cualquier otro parámetro.

- Realizar acciones promocionales dirigidas a los distintos perfiles, como el envío de newsletter o notificaciones de marketing segmentado.

C. Desarrollar campañas personalizadas en función de la temporada del año, acontecimientos especiales o campañas desarrolladas por los competidores en el mercado. Es importante que los organismos de destino evalúen las oportunidades que ofrece en cada momento el desarrollo de campañas en la modalidad de co-branding con el objetivo de aumentar el alcance y la repercusión de cada campaña.

2. Innovación en los Sistemas de Información y Comunicación. El Manual de Oslo 2018 identifica las siguientes categorías sobre las que se recomienda que el ente gestor introduzca innovaciones relacionadas con el mantenimiento y la provisión de sistemas de información y comunicación:

a) Hardware y software.

b) Procesamiento de datos y base de datos.

c) Mantenimiento y reparación.

d) Alojamiento web (web-hosting) y otras actividades de información relacionadas con la informática.

3. Innovaciones en los procesos de administración y gestión, que pueden afectar a los siguientes ámbitos del ente gestor:

a) Gestión estratégica y general (toma de decisiones multifuncional, transversal).

b) Gobierno corporativo (legal, planificación y relaciones públicas).

- c) Contabilidad, registros, auditoría, pagos y otras actividades financieras.
 - d) Gestión de recursos humanos.
 - e) Gestión de las relaciones externas con proveedores, alianzas, etc.
-

INNOVACIÓN. Ámbito C: Ecosistema de innovación

Los destinos turísticos deben constituir entornos capaces de promover la competitividad económica del territorio, facilitando el desarrollo eficiente de proyectos de innovación por parte de empresas, emprendedores, organizaciones y demás actores interesados. Desarrollar las condiciones necesarias para transformar el conocimiento en innovación debe ser una prioridad para un destino turístico inteligente, que para esta labor necesitará conocer las capacidades de innovación reales y potenciales de sus empresas turísticas.

PUESTA EN MARCHA DE PROGRAMAS Y ACTUACIONES PARA IMPULSAR EL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

INN03_09_01_R01

Se aconseja el diseño y puesta en marcha de programas y actuaciones para impulsar el ecosistema de innovación en el destino a través de iniciativas como las siguientes:

- Diseño de programas destinados a la atracción y retención del talento en el destino.
- Ayudas e incentivos para la puesta en marcha de proyectos innovadores, así como para la incorporación de innovaciones por parte de las empresas del destino.
- Promoción de una aceleradora o incubadora o gestión de acuerdos con las existentes para facilitar el acceso de los emprendedores locales.
- Impulso de acciones específicas de apoyo al emprendimiento, como el mentoring o el acompañamiento en la tramitación de solicitudes a otros programas.

- Convocatoria de premios y concursos de ideas, propuestas y proyectos de emprendimiento.
- Fomento de la formación y capacitación de los distintos actores del ecosistema, mejorando el desarrollo de capacidades de innovación en el destino.
- Programas o actuaciones dirigidos a atraer inversión privada en I+D+i en el territorio.
- Fomento del establecimiento de nuevos actores y diseño de programas destinados a la atracción de empresas, con el objetivo de reforzar la masa crítica del ecosistema.

Además, se recomienda velar por la especialización en turismo de las actuaciones de impulso del ecosistema de innovación, a través del diseño de programas específicos para emprendedores, empresas y proyectos de innovación turística.

ENCUESTA PARA MEDIR LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

INN03_09_02_R01

El ente gestor debe disponer de un conocimiento actualizado del grado de innovación de las empresas que conforman su sector turístico. Para ello, se recomienda el diseño de una encuesta sobre innovación en las empresas turísticas que permita conocer:

- Los recursos económicos dedicados a la innovación por parte de las empresas turísticas.
- Los recursos humanos dedicados a actividades de innovación en las empresas.
- Los tipos de innovaciones introducidas.
- El impacto de dichas innovaciones.

Estas variables se relacionarán con las características de las empresas (tamaño, antigüedad, volumen de negocio, subsector de actividad, número de empleados, etc.), obteniendo valiosa información que permitirá apoyar la toma de decisiones en el ámbito de la gestión de la innovación en el destino, y facilitando la identificación de las principales carencias en las empresas turísticas.

EJE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA. Ámbito A: Tecnologías aplicadas a la gobernanza

Un DTI debe hacer un uso intensivo de la tecnología, impulsar y promover la utilización y desarrollo de herramientas tecnológicas y ponerlas a disposición de todos los actores implicados, y todo ello debe hacerse desde la planificación y los nuevos requisitos de seguridad y transparencia que exige la sociedad. En ese sentido, debe haber un órgano coordinador TIC que alinee estrategias y procesos con el resto de áreas con los recursos necesarios para garantizar la eficiencia y eficacia de las acciones que se pongan en marcha

IMPULSO A PROYECTOS SMART RELACIONADOS CON EL TURISMO

TEC01_02_2_R01

Los proyectos Smart son aquellos proyectos que, basándose en la utilización de nuevas tecnologías, y en muchos casos pivotando sobre el valor de los datos de la actividad turística, permiten la generación de nuevos servicios/productos o la mejora de los ya existentes. Un proyecto se considera más inteligente cuando se asocia a un mayor número de dimensiones principales del destino inteligente: economía, personas, gobernanza, medio ambiente, movilidad y calidad de vida. Cada dimensión representa un aspecto particular en el que un proyecto inteligente aspira alcanzar los objetivos en cuanto a eficiencia, sostenibilidad y alta calidad de vida.

Se recomienda al destino el análisis de la situación tecnológica actual, el establecimiento de prioridades y la planificación de proyectos SMART, que pueden agruparse dentro de una estrategia para la mejora del turismo o incluso dentro del Plan Estratégico Smart. Un ejemplo de este tipo de proyectos es la implantación de sensores para monitorizar el flujo de visitantes.

A futuro, se recomienda la creación de una Oficina Smart u Oficina Técnica de Proyectos Smart City que realice las tareas de coordinación, asesoramiento técnico y funcional en la ejecución de los trabajos necesarios para el desarrollo de los proyectos "Smart " y que facilite la comunicación e interacción entre los distintos agentes implicados en el desarrollo de los mismos.

CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA INTEGRAL DE GESTIÓN DE SERVICIOS O PLATAFORMA DE DESTINO

TEC01_03_1_R01

Tal como se describe en la norma UNE 178104:2017. Sistemas Integrales de Gestión de la Ciudad Inteligente. Requisitos de interoperabilidad para una Plataforma de Ciudad Inteligente, una Plataforma de Ciudad Inteligente "tiene como objetivo proporcionar una visión integrada, de forma que su evolución contribuya a consolidarse como sistema nervioso de la ciudad ayudando a integrar los sistemas verticales ya existentes y futuros que atienden las necesidades de las ciudades (movilidad, ambiental, gobierno, personas...) en un sistema único transversal de ciudad que constituya una verdadera ciudad inteligente, al funcionar como un todo."

Se recomienda implantar una plataforma de destino que recoja, unifique y sistematice toda la información relativa a la gestión de los servicios de los distintos municipios que conforman el destino turístico de tal forma que sea posible conocer la operativa de los mismos. Esto dotará a los gestores de las herramientas necesarias para tomar decisiones operativas basadas en los datos para mejorar la eficiencia de los servicios, posibilitando también detectar deficiencias. Se mejora en definitiva el conocimiento de los servicios y, por lo tanto, permite la toma de las medidas correctivas adecuadas en caso de ser necesarias.

INTEGRACIÓN DE SERVICIOS EN LA PLATAFORMA INTEGRAL DE GESTIÓN DE SERVICIOS O PLATAFORMA DE DESTINO

TEC01_03_2_R01

Se recomienda trabajar con la herramienta de gestión o plataforma Smart de destino recomendada para incorporar más información que permita una mejor toma de decisiones y un control de la información turística. El objetivo será llegar al umbral mínimo de 10 servicios integrados por cada 100.000 habitantes.

DESARROLLO DE UNA TARJETA CIUDADANA EN EL DESTINO APLICANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS

TEC01_03_4_R01

Se recomienda la puesta en marcha de una Tarjeta Ciudadana que aglutine el acceso a los servicios prestados a la ciudadanía y la información de cada usuario, apoyándose en el empleo de las nuevas tecnologías. Las tarjetas se pueden implementar en soporte físico o digital, recogiendo acceso a transporte público, bibliotecas, carpeta ciudadana, alquiler de bicicletas, bonos turísticos y culturales, etc. Se recomienda igualmente que la tarjeta ciudadana pueda interactuar con dispositivos y terminales de recarga utilizando diversas tecnologías, como NFC, beacons, App, etc.

IMPULSO A LA UTILIZACIÓN DEL BLOCK CHAIN PARA MEJORAR LA SEGURIDAD

TEC01_04_2_R01

Se aconseja dotarse de herramientas que permitan emplear la tecnología disruptiva blockchain para mejorar la seguridad de determinados conjuntos de documentación o de determinado tipo de acciones. Esta tecnología se basa en que el archivo o conjunto de archivos no se encuentran ubicados en un único lugar en la nube, sino que se encuentran encriptados y divididos en varias partes ubicadas en distintos lugares.

IMPULSO A LA UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA PUBLICACIÓN DE DATOS ABIERTOS

TEC01_05_2_R01

Se aconseja que, de cara a la publicación de información y documentación en el Portal de Datos Abiertos, se utilicen herramientas que ayuden al gestor a realizar esa tarea.

IMPULSO A LA PUBLICACIÓN CONTINUADA DE DATASETS EN EL PORTAL DE DATOS ABIERTOS

TEC01_05_3_R01

Si bien ya se publican datos en el portal, se aconseja reforzar la estrategia Open Data y aumentar la publicación en el Portal de Datos Abiertos a un número de datasets de al menos 15 datasets por cada 100.000 habitantes. También se debe comunicar a la ciudadanía adecuadamente la existencia del Portal Open Data.

PROMOCIÓN E IMPULSO DE LA HERRAMIENTA DE ALARMAS, INCIDENCIAS Y DENUNCIAS PARA INCREMENTAR DEL VOLUMEN DE INCIDENCIAS ATENDIDAS

TEC01_06_3_R01

Se aconseja promocionar adecuadamente la herramienta de incidencias y dimensionar los servicios o áreas implicadas en su gestión, con el objetivo de llegar al número de incidencias de al menos 2.000 incidencias por cada 100.000 habitantes.

TECNOLOGÍA. Ámbito B: Infraestructuras tecnológicas y conectividad

Las infraestructuras tecnológicas desplegadas en un destino son la base para el óptimo aprovechamiento de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes. Los turistas demandan conectividad, por lo que las infraestructuras que tienen que ver con ésta, son cruciales. Por otra parte, es importante cualquier despliegue de infraestructuras tecnológicas que permita realizar una gestión más eficiente de los servicios y que permita a los gestores del destino tener un mejor conocimiento de su realidad, para mejorar el proceso de toma de decisiones informadas.

DOTACIÓN DE ACCESO WIFI GRATUITO AL MENOS A LA MITAD DE LOS PUNTOS DE INTERÉS IDENTIFICADOS EN EL PORTAL TURÍSTICO

TEC02_09_1_R01

Una infraestructura importante en la gestión turística de un destino es la conectividad Wifi en los principales puntos de interés turístico. Esta conectividad puede facilitar el consumo de vídeos, o servicios con un consumo de datos importante, que de no existir para el turista pueden impedir o limitar la experiencia del visitante y, como añadido, su difusión en sus perfiles de Redes Sociales y contactos. Por ello se recomienda instalar puntos de acceso Wifi gratuitos en aquellos puntos de interés identificados en el portal web de turismo.

Además, se deberán realizar análisis de esos puntos Wifi con el fin de conocer el número de usuarios por hora, las horas/días de la semana de mayor conexión y sus perfiles (procedencia, edad). De este modo se podrán monitorizar los principales puntos de interés, lo que permitirá crear un inventario dinámico de los recursos que además de contener información invariable del recurso (tipo de recurso, localización, etc.), incluya otra de carácter dinámico, como por ejemplo el número de turistas anuales o mensuales que recibe.

DOTACIÓN DE ACCESO WIFI GRATUITO AL MENOS A LA MITAD DE LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICAS DEL DESTINO

TEC02_09_2_R01

Un DTI debe impulsar proyectos de digitalización de las oficinas de información turística, que solo se podrán llevar a cabo si se cuenta con una conectividad y acceso a Wifi adecuados y bien dimensionados. Se aconseja por lo tanto instalar puntos de acceso Wifi gratuitos las oficinas de información turística del destino, que permita el acceso a información y la descarga de contenidos digitales de forma ágil.

Sería interesante que se generase a un portal cautivo propio de turismo en el que deben destacarse enlaces al portal de turismo y de cualquier otro contenido digital que esté disponible y sea de interés para los visitantes.

IMPLANTACIÓN DE SOLUCIONES DE COMPUTACIÓN EN LA NUBE Y POR NODOS

TEC02_10_1_R01

Se recomienda la implantación en el destino de soluciones de computación basadas en la nube en contraposición a la forma tradicional basada en CPDs físicos.

Para destinos con un desarrollo tecnológico todavía en fase de madurez, el Cloud Computing es fundamental porque favorece la agilidad y eficiencia de costes en la gestión de la información digital, sencillez y flexibilidad de implantación.

Para destinos con una madurez tecnológica mayor, con infraestructuras tecnológicas que se apoyen en la Inteligencia Artificial y el Internet de las Cosas, es recomendable comenzar a implementar la tecnología Edge Computing. Estas tecnologías se encargan de procesar y almacenar información a partir de sensores o dispositivos IoT de forma local, es decir, lo más cerca posible de los dispositivos finales y sensores generadores de datos.

Así, por ejemplo, el Edge Computing ofrece la posibilidad de usar servidores capaces de analizar datos en masa de redes de abastecimiento o sistemas de transporte sin tiempo de espera, es decir, en tiempo real, aspecto que permite tomar decisiones inmediatas.

DOTACIÓN DE COBERTURA WIFI GRATUITA AL DESTINO TURÍSTICO

TEC02_11_1_R01

Se recomienda instalar puntos de acceso Wifi gratuitos en el territorio, ampliando la cobertura en las áreas donde su uso tenga mayor impacto en el Destino Turístico y su imagen. Para tener una red adecuadamente dimensionada para servir al propósito para que fue desplegada, es importante tener en cuenta y analizar los siguientes elementos:

- Topología de la red: Distribución en el destino de los puntos de acceso de la red.

- Capacidad de la red: ancho de banda máximo, ancho de banda por usuario, número de usuarios recurrentes por punto de acceso, alcance máximo de los puntos de acceso, ancho de banda disponible para usos distintos del tráfico de internet.

Capacidades del centro de control: Si la red dispone de un portal cautivo o si el interfaz de seguimiento de la red permite conocer métricas de uso.

- Modelo de explotación de la red: free, freemium, con patrocinio o con publicidad.

- Servicios adicionales que corran por la red: Telefonía IP, video vigilancia o datos de sensores.

IMPULSO DE LA RED WIFI PÚBLICA DEL DESTINO Y SEGUIMIENTO DEL

NÚMERO DE USUARIOS

TEC02_11_2_R01

Se aconseja trabajar para que la red Wifi pública del destino tenga un creciente número de usuarios (considerándose óptimo un número de 1.000 usuarios al año por cada 100.000 habitantes)

Para alcanzar ese número de usuarios óptimo es fundamental definir el número de puntos de acceso y la localización de los mismos en lugares estratégicos de paso de visitantes. Posteriormente es importante monitorizar los puntos instalados para determinar si la localización es adecuada WIFI y conocer el número de usuarios por hora, las horas/días de la semana de mayor conexión, etc.

Además, es fundamental comunicar de forma correcta a los usuarios de los puntos concretos de cobertura WIFI, por lo que se aconseja crear un mapa de cobertura del destino incluyendo:

- Información digital de estos puntos en diversas webs y herramientas
- Información física mediante cartelería.

Es importante usar la señalética recomendada para informar de la existencia de WIFI pública.

EMPLEO DE SENSORES Y/O CÁMARAS DE VIDEO PARA LA GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

TEC02_12_1_R01

Un DTI debe contar con una base robusta y eficaz de infraestructuras tecnológicas que puedan dar respuesta de manera transversal a los servicios y necesidades que pueden requerirse en cualquier ámbito del DTI. Se aconseja por lo tanto el fomento de proyectos de despliegue y explotación de sensórica para mejorar la eficiencia en la gestión de los servicios públicos relacionados con la movilidad, el uso de transporte público o la regulación del estacionamiento en superficie. Algunos ejemplos son:

-Creación de un mapa e instalación de sensores o cámaras en las zonas de aparcamiento para facilitar la información de las plazas disponibles a través de paneles a la entrada de las calles de los municipios que conforman el destino con el objetivo de reducir el tiempo de búsqueda de aparcamiento del visitante.

-Herramientas y sistemas tecnológicos que permitan facilitar el movimiento de vehículos, como la utilización de semáforos o paneles inteligentes. Estos funcionan con sensores que detectan los atascos y se comunican con el semáforo o panel, haciendo que cambie sus luces o avise del corte de una calle para ayudar a descongestionar el tráfico en la zona.

-Desarrollo de sistema de video vigilancia que permita obtener información bajo demanda y proceder al análisis de datos históricos para identificar incidentes, tendencias y patrones específicos, permitiendo que a futuro se desarrolle una Plataforma de Vigilancia Urbana.

También se recomienda planificar proyectos de sensórica en los siguientes ámbitos relacionados con parámetros medioambientales:

-Recogida de residuos: inclusión de un sistema de optimización y recogida inteligente de residuos

-Medición de la calidad del aire o medición del uso del agua: despliegue de sensores en la red de distribución y la implantación de contenedores inteligentes en las casas, con el objeto de supervisar y monitorizar el uso del agua, detectar posibles fugas o usos inadecuados y, en definitiva, fomentar el uso eficiente de estos recursos

-Instalación de sensores en vehículos públicos para medir factores ambientales, tráfico, servicio o gestión de flota.

EMPLEO DE APLICATIVOS Y/O HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE LA MOVILIDAD

TEC02_12_2_R01

Un DTI debe contar con sistemas de gestión o soluciones software que permitan al ente gestor monitorear en tiempo real el funcionamiento de las infraestructuras tecnológicas de las que dispone y gestionarlas de forma adecuada y eficiente. Se recomienda por lo tanto la implementación de estos sistemas de gestión, destacando algunos ámbitos de utilización, como son:

-Sistemas de gestión de la movilidad: que permitan al ente gestor monitorizar en tiempo real la información del transporte público, y a los ciudadanos y visitantes disponer de información de utilidad

-Sistemas de información, gestión y cobro para el uso del transporte público, de estacionamiento regulado y parkings públicos, tanto para los ciudadanos como para los visitantes.

-Sistemas de gestión para el uso de elementos de movilidad urbana individual: como bicicletas públicas, patinetes, etc. Que permita conocer el grado de utilización, estado y mantenimiento tanto de los puntos de recogida como de los sistemas de movilidad, etc.

Sistemas tecnológicos para la detección temprana de riesgos naturales y situaciones de emergencia, como por ejemplo sensores térmicos para incidencias, sensores de subida de nivel de ríos, cámaras, etc.

-Sistemas tecnológicos para la monitorización de entornos naturales, como por ejemplo playas, parques naturales...

-Sistemas tecnológicos para la gestión de parámetros medioambientales, como por ejemplo calidad del aire, calidad del agua, niveles sonoros, etc.

Estos sistemas de gestión deberán estar diseñados de forma horizontal, con servicios utilizables por distintos agentes del DTI, y siempre con un diseño que permita la escalabilidad, característica fundamental tanto en los componentes hardware desplegados en el Destino como el software utilizado en cada uno de ellos.

DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD CON CAPACIDAD MULTI IDIOMA

TEC02_12_3_R01

Se recomienda al destino el desarrollo de un aplicativo móvil que facilite al usuario la planificación de rutas con información completa y en tiempo real del tráfico, que facilite el uso de transporte público o la regulación del estacionamiento en superficie o entornos naturales. Se recomienda igualmente, siempre que el destino así lo considere, la integración de soluciones de pago dentro del propio aplicativo, de cara a hacer más ágil la intermodalidad y la movilidad en el destino.

De cara a que los aplicativos destinados a ofrecer información relativa a la movilidad en el Destino Turístico puedan llegar a la mayor cantidad de público potencial posible, se recomienda traducir los contenidos al menos, a un idioma extranjero, preferiblemente el inglés.

DESARROLLO DE UN SISTEMA DIGITAL DE RESERVAS DE RECURSOS TURÍSTICOS

TEC02_13_2_R01

Se aconseja implantar un sistema de reserva anticipada para aquellos recursos turísticos que bien por estar sujetos a restricciones de aforo, bien por tener una elevada demanda o, como consecuencia de otros factores (eventos, COVID, etc.), sean susceptibles de reservarse con anterioridad a la visita. Ayudaría a gestionar aforos y capacidad de carga. Para ello será importante:

- Concienciar a los propietarios de los recursos turísticos de la necesidad de ofrecer su producto online con reserva directa.

- Seleccionar las herramientas más usadas por el público objetivo para realizar reservas online y conocer para cada una de ellas las características, las condiciones para aparecer, las comisiones y las tipologías de acuerdos para elaborar un catálogo de sitios webs o apps en las que cada establecimiento deba aparecer.

- Designar al menos una estrategia de comercialización que ofrezca posibilidades de gestión y que debería materializarse en las siguientes acciones:

- oUso del widget en la web de promoción, valorando la opción de instalar una API de reservas dentro de la web.

- oAcuerdos comerciales de financiación y promoción.

- oFormar a los establecimientos en las distintas posibilidades de venta, así como las acciones que deben realizar para cuidar cada canal.

Es importante fomentar en el sector las plataformas de reservas, así como impulsar la presencia de los recursos del destino en Googlemaps y plataformas de viajes.

UTILIZACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE LOS MOVIMIENTOS DE PEATONES Y CÁLCULO DE FLUJOS TURÍSTICOS

TEC02_13_3_R01

Se recomienda implantar o utilizar soluciones tecnológicas que permitan analizar el comportamiento en el destino de los visitantes y los residentes. Existen diversos sistemas que pueden emplearse a tal fin, como por ejemplo sistemas que obtienen la información a partir de las redes de telefonía móvil, datos bancarios, conexiones bluetooth, puntos de acceso Wifi, etc. Otra forma de obtener datos son los sistemas de conteo de personas en vía pública o edificios o las balizas o beacons, que, integrados en la señalización turística, además de servir para comunicar cualquier tipo de información complementaria sobre esa señalización, permite obtener datos del perfil del visitante planificando un uso combinado con una App.

Para una mejor interpretación, estas soluciones deben ir acompañadas de un cuadro de mando en el cual se visualicen estos datos para poder ser analizados

por expertos, aportando conocimiento, lo que a la postre permitirá mejorar el destino en su conjunto. También se pueden realizar mapas de calor para analizar el movimiento de los visitantes por la ciudad.

DOTACIÓN Y USO DE TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN PARA EL CONTROL E INFORMACIÓN DE AFOROS EN ESPACIOS PÚBLICOS

TEC02_13_4_R01

Se aconseja instalar sistemas avanzados de control de aforos en los que se empleen tecnologías basadas en la captura de imágenes, bien a través de drones o de cámaras de video, para cuantificar el número de personas existente en un momento concreto dentro de un espacio delimitado.

Con este tipo de herramienta el gestor podrá conocer el grado de saturación de dicho espacio y, en consecuencia, podrá controlarlo más fácilmente y con un grado de exactitud mayor.

IMPLANTACIÓN DE MEDIDORES DE CO2 CONTRA EL COVID

TEC02_13_5_R01

Se recomienda la instalación de dispositivos de monitorización del nivel de CO2, los cuales permiten conocer el grado de calidad del aire y si el espacio se encuentra bien ventilado o no, lo que facilitará en gran medida luchar contra la COVID y permitirá tener una mejor calidad del aire en espacios cerrados.

TECNOLOGÍA. Ámbito C: Tecnologías para la gestión inteligente del turismo

La gestión del conocimiento e inteligencia turística generados en un destino es un factor clave en el proceso de toma de decisiones. Los requisitos para un DTI pasan por el conocimiento individualizado del turista, de la oferta y una gestión transparente y pública de los datos, que deben aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías para pasar de modelos tradicionales de gestión de datos a nuevas herramientas tecnológicas para la recogida y análisis de distintas fuentes. Además, los nuevos turistas hiperconectados tienen nuevas necesidades y los destinos se tienen que adaptar a esta nueva realidad haciendo uso de las TIC, portales web, redes sociales y aplicaciones móviles, para mantener un diálogo permanente con sus visitantes durante todas las fases del viaje. Los requisitos que se analizan van relacionados con estas TIC, así como las nuevas fórmulas de promoción y comercialización digital.

DISPOSICIÓN DE SISTEMAS QUE PERMITAN OBTENER INFORMACIÓN DEL VISITANTE

TEC03_14_2_R01

Una de las fórmulas más efectivas de obtener información y datos sobre el ciudadano o turista es a través de leads, que son los formularios que el usuario rellena y en los que se solicita información que sea relevante para el destino y que pasa automáticamente a formar parte de la base de datos del mismo. El dato más importante será la dirección e-mail y será imprescindible que se haya aceptado previamente la política de privacidad de la empresa, puesto que de otra forma no es legalmente posible enviar más comunicaciones. Esta información se puede obtener a través de formularios, newsletter, etc.

Se recomienda la instalación de sistemas de captación automática de datos del visitante vía Wifi cautiva, Apps, web (cumpliendo normativa de protección de datos) que sean capaces de, a partir de la interacción entre los distintos puntos de acceso a la red públicos colocados a disposición de visitantes y residentes, obtener de ellos información valiosa sobre las características del visitante que pueda mejorar la gestión que se realiza del destino en su conjunto y tomar medidas en consecuencia.

IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA INTEROPERABLE ENTRE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA TURÍSTICA Y OTROS SISTEMAS (OPEN DATA, PLATAFORMA DE DESTINO, ETC.)

TEC03_14_3_R01

Se aconseja disponer de un ecosistema de soluciones tecnológicas que permitan avanzar hacia una gestión más eficaz y eficiente de los servicios prestados en el destino. Este ecosistema deberá estar integrado por soluciones que permitan, a través de herramientas de inteligencia turística, obtener información de valor del visitante. Esta información podrá ser almacenada, visualizada y analizada en la plataforma de destino por las personas competentes para ello.

Todo este ecosistema deberá funcionar integrado como si de una sola solución se tratara, logrando la interoperabilidad total entre todas las soluciones implicadas.

SEGUIMIENTO DE MARCA DEL DESTINO Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

TEC03_14_4_R01

Se recomienda desarrollar un sistema o sistemas que permita conocer qué opinan los visitantes durante y después de la visita y, por lo tanto, realizar un seguimiento de la marca de destino turístico.

Estos sistemas pueden ir desde simples encuestas tradicionales realizadas bien en las propias oficinas de atención al visitante, bien a través de correo o de la propia web turística del destino, hasta soluciones más avanzadas basadas en el análisis de sentimiento, realizadas gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías, las cuales analizan el ecosistema de redes sociales disponible identificando de qué se habla en ellas en relación al destino y cómo se habla de un determinado destino, bien sea en su conjunto o de los recursos y servicios que contiene.

DESARROLLO DE UN DE CUADRO DE MANDO TURÍSTICO

TEC03_14_5_R01

La gestión del conocimiento e inteligencia turística generados en un destino engloba el conocimiento individualizado del visitante, de la oferta y una gestión transparente y pública de los datos del sistema. Tiene como objetivos:

- Transformar una cantidad ingente de datos e información en estrategia turística.
- Extraer información valiosa que capacite al destino a tomar las mejores decisiones de negocio

Para ello, se recomienda el desarrollo de un sistema de cuadro de mando personalizable que permita conocer con detalle el funcionamiento y operatividad de distintos servicios, tanto puramente turísticos como con implicación en el proceso turístico. Para ello, es necesario incluir dentro de esta medida, el desarrollo de todos los procedimientos de captación de datos que serán los que nutran de información a los cuadros de mando.

DISPOSICIÓN DE UN PORTAL WEB TURÍSTICO ACTUALIZADO SIGUIENDO

CRITERIOS "RESPONSIVE"

TEC03_15_1_R01

Las páginas web actuales de destinos han evolucionado pasando de ser meros repositorios de información a constituir un elemento clave en la estrategia del destino, desde la que se trabajarán el posicionamiento en buscadores, la recopilación de datos, la atracción y captación de turistas, etc. Por lo tanto, es importante contar con un portal web de Turismo desarrollado con un diseño gráfico moderno y bajo criterios "responsive", lo cual implica que su visualización se adaptará al formato y resolución de la pantalla, así como a cualquier dispositivo (ordenador, smartphone, tablet, etc.).

En cuanto al diseño es fundamental que se renueve al menos cada 4 años con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario y hacer que la navegación sea más sencilla y rápida. Como características fundamentales de diseño, es importante que se mantenga la coordinación gráfica y la consistencia visual en todas sus secciones, que se identifique claramente que se trata de un portal institucional usando logos y textos adecuadamente y que el texto se lea con claridad usando

una tipografía adecuada, correcta longitud de línea e interlineados y espaciados. También es importante que las imágenes estén bien recortadas y que tengan una buena resolución y que los iconos sean comprensibles para cualquier usuario.

INCORPORACIÓN DE SISTEMAS DE RECOMENDACIÓN EN EL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_1_R01

Se aconseja incluir en el portal web turístico un sistema de recomendación de contenidos según el perfil del visitante. De tal forma, es posible ofrecer información concreta de aquellos recursos y servicios que coinciden con los intereses de ese perfil y generar ofertas personalizadas, basadas en un destino único, agrupando diferentes experiencias que puedan ser de interés para el visitante.

De esta forma se mejora la interacción con el usuario y, por lo tanto, su satisfacción final y mejora de la imagen global el destino.

ACTUALIZACIÓN CENTRALIZADA Y PERIÓDICA DE LOS CONTENIDOS DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_2_R01

Es importante mantener actualizadas todas las secciones del portal web turístico según las necesidades del destino. Esta revisión de periódica se debe realizar cada cierto tiempo, tratando de cambiar y adaptar los contenidos. El proceso de actualización deberá ser sencillo y rápido y se deberá prestar especial atención a las secciones de inventario de recursos, alojamientos y restauración, que suelen tener direcciones, horarios y teléfonos, es decir, información que puede variar de forma continua.

Esto, además de aportar buena imagen, también es positivo para el SEO y la estrategia de marketing digital.

ACTUALIZACIÓN DISTRIBUIDA DE LOS CONTENIDOS DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_3_R01

Para tener una Web dinámica es fundamental proveer de información actualizada a los usuarios y tener interacción real con ellos, por lo que se debe de contar con un gestor de contenidos con el que se puedan insertar o modificar datos y contenidos instantáneamente. Además, es fundamental que no solo el gestor de destino o responsable de la página web sea el encargado de actualizar el contenido, si no que se haga de una forma distribuida, donde varios perfiles puedan realizar o modificar información o publicaciones.

Por ello se aconseja generar distintos perfiles de gestión, específicos, para que determinados actores implicados en la actividad turística (empresas turísticas, recursos, etc.), sean los que generen información de manera independiente y distribuida, claro está, siempre bajo la supervisión del ente de gestión del portal web de Turismo.

DESARROLLO DE UNA "NEWSLETTER TURÍSTICA" EN EL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_4_R01

Se recomienda ofrecer al visitante la posibilidad de suscribirse a una "newsletter" que envíe de forma automática y periódica información relacionada con el destino y el contenido del portal web de Turismo.

Esta newsletter permitirá trasladar al turista interesado información de valor y además recoger datos sociodemográficos del mismo a través de un sistema de captura voluntaria de datos, que son leads o formularios que el usuario rellena y en los que se solicita información que sea relevante para el destino y que pasa automáticamente a formar parte de la base de datos del mismo.

Resultaría recomendable contar con esta sección si existe el compromiso y las posibilidades técnicas y de recursos humanos para dotarla de contenido, en caso contrario es mejor discontinuarlo o no desarrollarlo.

INCORPORACIÓN DE UNA BIBLIOTECA DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

DENTRO DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_5_R01

El contenido multimedia contribuye positivamente al objetivo inspiracional del portal. Se aconseja desarrollar una sección que sea un repositorio del material multimedia del destino o una biblioteca de contenidos multimedia, que facilite a los distintos actores de la actividad turística acceder a material promocional oficial, permitiendo a los usuarios obtener una percepción atractiva del destino. Este contenido son los mapas, folletos promocionales digitalizados y cualquier otro material del que se disponga, así como la galería fotográfica y videos promocionales.

MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_3_R01

Se recomienda optimizar el posicionamiento del portal web de Turismo en los motores de búsqueda existentes mediante el empleo de técnicas SEO (Search Engine Optimization) y posicionamiento natural (gratuita-SEO) y patrocinado (de pago-SEM). El primer paso en este sentido será contar con una auditoría de posicionamiento web clásica y a partir de ahí realizar acciones para obtener y mantener a largo plazo la web en los primeros puestos de los resultados de búsqueda.

Uno de los puntos esenciales es incorporar las palabras clave más relevantes para el sitio web, ya que en la actualidad no están definidas y serán esenciales para la optimización del posicionamiento de la web. Antes de incorporarlas, se deberá realizar una investigación de las palabras más utilizadas, por ejemplo, con herramientas como la gratuita de Google™ Adwords.

INCLUSIÓN DEL NOMBRE DEL DESTINO EN LA URL DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_4_R01

La correcta adecuación de la URL de un portal web es fundamental. Esta URL debe ser amigable, sin caracteres extraños, clara y con un dominio fácil de recordar, así como las URL de las páginas internas.

Se recomienda, además, para una mejor percepción por parte del visitante, incluir el nombre del destino dentro de la propia dirección o URL del portal web de Turismo ya que la presencia de las palabras clave en la URL como “turismo”, “tur”, “visit” o similares, y “nombre del destino” influye en un correcto posicionamiento de la página web.

MEJORA CONTINUA DEL PORTAL WEB DE TURISMO Y ANÁLISIS DE

USUARIOS

TEC03_15_5_R01

Se aconseja trabajar para que el portal web turístico sea cada vez más atractivo y fácil de usar, que esté correctamente posicionado y nutrido de suficientes contenidos de modo que permitan suscitar cada vez un mayor interés, con el objetivo de aumentar el número de visitantes únicos a la web que recibe el destino anualmente (considerándose óptimo un número de usuarios únicos de 50 mil al año por cada 100.000 habitantes)

Para ello se aconseja realizar un adecuado uso de las herramientas de analítica web, que deberían ser utilizadas como base para la realización del análisis de mercado y diseño de acciones de marketing. Estas herramientas facilitan información que será útil para:

- Conocer la repercusión de las campañas de marketing online que se realicen, la conducta de los visitantes en el sitio web y buscar tendencias que permitan tomar mejores decisiones.
- A partir de las visitas, páginas vistas, porcentajes de rebote o tiempo en el sitio, establecer y analizar diversas métricas.

•Conocer cuáles son las páginas que más visitan los usuarios, los canales desde donde provienen (si vienen desde un blog que ha publicado un artículo, por ejemplo), saber si el contenido hace que regresen a la web o no, etc.

De acuerdo con los resultados obtenidos gracias a estas herramientas, se debería ajustar el plan de marketing online.

DESARROLLO DEL PORTAL WEB TENIENDO EN CONSIDERACIÓN CRITERIOS DE PROTECCIÓN DE DATOS

TEC03_15_6_R01

Se recomienda adaptar o llevar a cabo el desarrollo del portal web turístico, así como de cualquier otro canal de difusión turística, cumpliendo los criterios de la normativa vigente en materia de protección de datos de los usuarios.

MONITORIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

TEC03_16_1_R01

Los estudios de impacto económico resultan imprescindibles para conocer y seguir el rendimiento de las campañas y eventos y su influencia en el destino. Permiten conocer el impacto en el comercio local, aforos en las instalaciones, comentarios al respecto en RSS, etc.

Se aconseja la realización de seguimiento y monitorización de las campañas de promoción turística efectuadas, utilizando para ello las herramientas de análisis disponibles (Google Analytics, Facebook Ads, etc.) a fin de cuantificar su impacto real. También es recomendable elaborar informes o dashboard con los resultados obtenidos.

GESTIÓN DE LA TARJETA TURÍSTICA DEL DESTINO

TEC03_17_1_R01

A efectos de fomentar la relación entre el destino y el turista, se recomienda poner en marcha una tarjeta de fidelización del destino, como puede ser una tarjeta turística, que aglutine todos los recursos turísticos de los municipios que conforman el destino o al menos los más importantes, donde estén adheridos los principales comercios, restaurantes e incluso los transportes y donde el usuario obtenga beneficios por poseer dicha tarjeta. Como tarjeta de fidelización del turista, debe estar vinculada a la base de datos del sistema de gestión de clientes y la información registrada se debe explotar para un mayor conocimiento de la demanda.

Esta tarjeta debe registrar además toda la información relacionada con el comprador que sea posible, a efectos de realización de acciones promocionales y de caracterización de la demanda y utilizarse como herramienta de comercialización.

Es por ello fundamental que la implementación de la tarjeta turística incluya un conjunto de soluciones que le permitan actualizar los servicios ofrecidos de manera constante y, además, registrar datos relativos al uso que los usuarios hacen de ella, es decir, se debe disponer de herramientas de gestión de la tarjeta para actualizar los servicios y registrar datos de uso.

IMPULSO DE UNA TARJETA TURÍSTICA MEDIANTE SOPORTES

TECNOLÓGICOS AVANZADOS

TEC03_17_2_R01

La tarjeta turística es un elemento fundamental para de fomentar la relación entre el destino y el turista, como elemento de fidelización, herramienta de comercialización y como fuente de datos. Es por ello que se recomienda que en el proceso de mejora de la misma se incorporen soportes tecnológicos avanzados y que sea compatible con sistemas tecnológicos como un formato móvil, pulseras NFC, balizas repartidas por el destino, etc. De este modo se logrará maximizar el nivel de participación de empresas, la interacción con el turista y, en definitiva, la competitividad del destino.

DISPOSICIÓN DE APP TURÍSTICA ACTUALIZADA SIGUIENDO CRITERIOS

"RESPONSIVE"

TEC03_18_1_R01

En el contexto actual, las aplicaciones compiten con muchos otros servicios por el espacio en los dispositivos móviles. Por ello, una aplicación debe estar muy bien diseñada y ofrecer un valor añadido específico que incentive su descarga por parte de los ciudadanos y visitantes.

Se recomienda estudiar dentro de la unidad de gestión de la tecnología los mecanismos para impulsar la disponibilidad de una aplicación turística de destino, trabajando para que se convierta en el elemento de referencia para los visitantes. Para ello la aplicación, además de aportar información, deberá ser dinámica y tener un desarrollo bajo criterios "responsive" que permita su adaptación a las distintas resoluciones de pantalla de los dispositivos vigentes. Además, es interesante que cuente con funcionalidades como:

- Contenido interesante y actualizado que ayude al turista en su experiencia de viaje y que esté disponible en varios idiomas
 - Audio guías con la colaboración de guías oficiales de turismo en varios idiomas, que se puedan descargar desde la aplicación y utilizar offline
 - Mapa interactivo y con geolocalización
 - Integración con servicios de información y gestión de la señalización turística inteligente para el mediante el uso de las últimas tecnologías (Beacons, NFC, códigos QR).
 - Información de todos los puntos Wi-Fi y áreas de cobertura
 - Sistema de notificaciones para hacer promociones contextualizadas.
-

APP TURÍSTICA ACTUALIZADA Y PERSONALIZADA AL USUARIO

TEC03_18_2_R01

Se recomienda identificar posibles necesidades de información que no estén integradas en la aplicación turística y definir una estrategia que reúna todas las

posibilidades de información y que ponga especial atención al desarrollo de contenidos multimedia personalizados en función del perfil del visitante. Esto último requiere una importante labor de categorización de contenidos para que, posteriormente, sea más sencillo su alineamiento con los deseos y gustos de cada tipología de visitante segmentado.

Además, es imprescindible que el contenido esté actualizado y sea veraz. Se recomienda realizar una actualización periódica de los contenidos de la APP turística, al menos, mensualmente. Se deberá prestar especial atención a los siguientes aspectos:

- Peso de la app: en las apps de destino en las que puede haber mucho contenido es fácil acabar desarrollando una app muy pesada que disuada a los usuarios de su descarga, por lo que será fundamental ofrecer la posibilidad de descarga que permita disponer de cierto contenido sin necesidad de conexión. La información básica de los recursos puede estar disponible sin conexión y la complementaria, principalmente audiovisual, (audio, video, fotos de gran tamaño) puede estar disponible con conexión.
 - Gestor de contenidos integrable con el CRM
 - Integración con los componentes del smartphone: osciloscopio, cámara, GPS, etc.
-

MONITORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA APP TURÍSTICA

TEC03_18_3_R01

Se deberá trabajar para recopilar datos estadísticos sobre el uso de la aplicación turística, a través de herramientas analíticas pensadas especialmente para móviles que aportarán información sobre las pantallas más visitadas, permitiendo conocer el número de usuarios que la utilizan, su posición, movilidad en destino, elementos o recursos de mayor interés, inquietudes, etc. Se recomienda el uso de Google Analytics for Mobile Apps.

Por otro lado, además será fundamental realizar un análisis mediante informes periódicos que puedan ponerse a disposición de los gestores turísticos y de la ciudadanía. Esto permitirá mejorar en consecuencia el conocimiento de la demanda turística y su gestión en la toma de decisiones como destino turístico, pudiendo por lo tanto actuar en la mejora global del destino sobre una base de conocimiento de la actividad mucho más profunda.

INTEGRACIÓN DE LA SEÑALÉTICA SMART CON LAS APLICACIONES

MÓVILES

TEC03_19_2_R01

Se aconseja integrar el sistema de señalización inteligente existente con las APPs móviles para habilitar las funcionalidades de interacción por proximidad con la app, favoreciendo la interacción de manera dinámica con el destino especialmente en aquellos puntos de especial interés, como recursos y servicios a disposición del visitante.

DISPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS DE UBICACIÓN INTELIGENTE

TEC03_19_3_R01

En línea con la necesidad de contar con señalética Smart en el destino, se recomienda aprovechar las características de especialización de los sistemas IoT y desarrollar un proyecto de digitalización de los recursos turísticos del ente gestor, que permitan ofrecer y al mismo tiempo recoger información sobre dónde se localiza el visitante, los lugares por los que se desplaza, tiempos invertidos en visitar determinados recursos, o servicios, etc.

Para ello es importante que se cuente con tecnología NFC, beacons, QR u otros vinculados a las plataformas de información del destino (web y apps), que permitan la ubicación inteligente y que incorpore elementos de trazabilidad digital e imagen de marca homogénea.

Un ejemplo son los wereables como las pulseras inteligentes, que son dispositivos que funcionan con tecnología NFC que localiza al visitante, por ejemplo, en un parque de atracciones o un espacio masificado como puede ser la playa.

IMPULSO A LA IMPLEMENTACIÓN DE ELEMENTOS DE INFORMACIÓN

TURÍSTICA DIGITAL

TEC03_20_1_R01

Se aconseja la instalación de infraestructuras avanzadas de difusión de contenidos relacionados con el destino turístico en las cuales se facilite información de interés al visitante. Su ubicación debe localizarse en espacios de gran visibilidad y de gran tránsito de visitantes, posibilitando de esta forma que llegue a la mayor cantidad de personas posible.

Estos puntos de información turística digital pueden ser tótems, quioscos digitales, pantallas táctiles, etc. para que el visitante pueda interactuar con ellos y, en caso de que lo desee, adquirir determinados servicios in situ.

Estos elementos deben ubicarse en espacios críticos del destino, es decir, en lugares de tránsito obligatorio del visitante como pueden ser puntos de información turística, puntos de entrada al destino (estaciones de tren, de autobús, etc.), o bien en espacios altamente concurridos.

DISPOSICIÓN DE SOFTWARE DE GESTIÓN EN LAS OFICINAS TURÍSTICAS

TEC03_20_2_R01

Un software de gestión es una herramienta con la cual es posible planificar, organizar, administrar y automatizar numerosas tareas. Se recomienda que las oficinas de información turística implanten para la gestión de su actividad, un software de gestión que les permita ser más eficientes en las funciones asignadas.

DISPOSICIÓN DE INFRAESTRUCTURAS AVANZADAS DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN DESTINO

TEC03_20_3_R01

Se deberá hacer un esfuerzo por reconvertir los puntos de información actuales en oficinas de información turística digital, entendiendo como tal el trasladado a las nuevas tecnologías de toda la información de la que se dispone en papel, siendo prioritaria la más relevante, como horarios de museos y monumentos a visitar o la relativa a los transportes. Algunos ejemplos son:

- Creación de una base de datos propia e interoperable donde se pueda consultar y compartir actividades, eventos, noticias y datos de interés para el turista, más allá de los datos estáticos como son principales recursos, infraestructuras, etc.
 - Escaparate interactivo que ofrezca información al visitante las 24 horas los 365 días al año. Otra posible opción es la instalación de un Tótem exterior interactivo, que permite seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina. Los más completos, de tipo kiosco, permiten realizar el pago servicios con tarjeta de crédito.
 - Videowall conformado por una pared de pantallas de televisión, que van a permitir proyectar vídeos y retransmisiones en directo a través de streaming de eventos que estén aconteciendo en el destino.
 - Zona de descargas, dotada de tecnología NFC y códigos QR para que el visitante se descargue toda aquella información que le resulte de interés para su viaje.
-

OFERTA DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS INMERSIVAS EN OFICINA DE TURISMO

TEC03_20_4_R01

El destino debe ofrecer al visitante, apoyándose en el uso intensivo de las nuevas tecnologías, experiencias inmersivas que le permitan al turista sentirse parte activa, mejorando la percepción global del destino y haciéndolo más atractivo y comprensible para todo tipo de públicos.

Las experiencias inmersivas, haciendo uso de tecnologías AR, MR o VR, permiten poner en valor recursos turísticos que, por diferentes razones, no sea posible apreciar adecuadamente. Esta tecnología está especialmente indicada para recursos con difíciles condiciones de accesibilidad, históricos o protegidos del acceso al público.

Por lo tanto, se recomienda desarrollar, de la mano de los últimos avances tecnológicos, un conjunto de soluciones que ofrezcan al visitante vivir en primera persona experiencias inmersivas mediante la utilización de la realidad virtual, la realidad aumentada, etc. Algunos ejemplos pueden ser vídeos 360º, vídeos inmersivos de realidad aumentada, reconstrucciones virtuales, recorridos virtuales en distintos momentos del año o en una festividad específica, etc.

DISPOSICIÓN DE DISPOSITIVOS IOT PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA EN

OFICINAS DE TURISMO

TEC03_20_5_R01

Se debe promover que las oficinas cuenten con las infraestructuras tecnológicas básicas que permitan mejorar la gestión e interactuar con el turista digital.

Un ejemplo es la tecnología IBeacon que usa tecnología bluetooth y supone una herramienta de marketing de proximidad ideal para fomentar el comercio e interactuar con el visitante. Los beacons interactúan con dispositivos móviles a través de aplicaciones enviando los mensajes (ofertas, propuestas, etc.) de interés para el visitante. En el caso de la Oficina de Información Turística, los beacons se pueden usar en el interior para generar interacción con los visitantes en función de la zona en la que estén. Este tipo de plataformas, además de incentivar el consumo, permiten recopilar datos de los usuarios que resultan muy útiles para los gestores del destino.

Otro ejemplo es la utilización de sensores para la medición y control de afluencia de personas en oficinas de turismo como puntos de interés del destino.

DISPOSICIÓN DE UN GESTOR DE LOS CONTENIDOS (CMS) BASADO EN

WEBS SEMÁNTICA

TEC03_20_6_R01

Se debe disponer de un gestor de los contenidos (CMS) basado en webs semánticas y se aconseja revisar el desarrollo del Portal Web Turístico del destino para adoptar criterios semánticos, conforme a la Norma UNE 178503 y sus actualizaciones, que permitan que los contenidos alojados en ella sean fácilmente comprendidos por otras soluciones tecnológicas. Esta adaptación permitirá mejorar la interoperabilidad del portal web turístico con otros entornos y herramientas tecnológicos.

Se recomienda revisar el Manual de Semántica para Destinos disponible en la web de Segittur.

IMPULSO A LA CREACIÓN DE CONTENIDOS TURÍSTICOS DIGITALES

PERSONALIZADOS AL VISITANTE TEC03_20_7_R01

Se recomienda que los contenidos digitales ofrecidos a través de los distintos canales (Web, App, folletos, etc.), se adapten en función del perfil del visitante que los consulta, de tal forma que, si el perfil es, por ejemplo, deportista y naturaleza, se le ofrezca información de manera más particular sobre los recursos y servicios que se adaptan a esos intereses. Esto mejorará la percepción global que el visitante tiene del destino y permitirá realizar una labor de segmentación turística de los visitantes que acuden a cada canal en busca de información. La disponibilidad de guías interactivas, planificación personalizada de rutas turísticas, distribución de información turística contextualizada o la creación de un cuaderno de viaje son posibles líneas de acción que se deberían tener en cuenta para mejorar la calidad del material promocional y favorecer la personalización de la información digital.

DISPOSICIÓN DE CHATBOT O ASISTENTE VIRTUAL EN TURISMO

TEC03_20_8_R01

Los chatbots constituyen una herramienta en el sector turístico en todos sus ámbitos, desde la reserva o la búsqueda de información hasta la atención al cliente o las opciones de actividades en los destinos. Se aconseja desarrollar un chatbot turístico/asistente virtual con el que el visitante pueda interactuar de manera dinámica, tanto por voz como por texto, que sea capaz de dar respuesta a los aspectos más importantes y habituales en relación al destino que el visitante real o potencial reclama, como elementos de interés, información sobre el destino, servicios, gastronomía, el tiempo, etc. Su ubicación puede ser tanto física, a través de pantallas de interacción en destino o fuera de él, o dentro del propio portal web turístico. No obstante, es altamente recomendable que se encuentre integrado dentro de las diferentes soluciones implantadas en el destino, de tal forma que sea el mismo chatbot el existente dentro del portal web, dentro de las APPs móviles o en espacios físicos en lugares concurridos a través de pantallas de interacción.

DESARROLLO DE UN LIBRO DE VISITAS O SISTEMA DE ENCUESTAS DIGITAL

AL VISITANTE TEC03_20_9_R01

Las oficinas de Información Turística son espacios especialmente relevantes para constituir un punto de contacto físico con el visitante que debe ser aprovechado al máximo en las dos direcciones: proporcionar la información adecuada al visitante y recibir el máximo de feedback para conocer el perfil de ese visitante.

Se recomienda que se fomente la interacción con el visitante dotando a las oficinas de información turística de elementos como los siguientes:

- Libros de visitas interactivos permiten al visitante grabar o compartir su experiencia de viaje tanto en redes sociales como con otros viajeros, lo que ayudará a que futuros visitantes de la oficina puedan hacerse eco de las opiniones y decidir en tiempo real cuál puede ser la ruta a seguir
 - La implementación de un sistema de captura voluntaria de datos o la utilización y realización de encuestas digitales que facilite la obtención de la información y datos turísticos y su gestión posterior.
-

DISPOSICIÓN DE UN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT O SIMILAR

TEC03_21_01_R01

Para la realización de una adecuada estrategia de segmentación en marketing y promoción turística, se considera necesario el seguimiento de los clientes y su correspondiente conocimiento. Para ello, se recomienda implantar una solución de Customer Relationship Management (CRM) o sistema equivalente, para gestionar la relación con los visitantes que permita lanzar campañas de marketing directo, realizar encuestas de satisfacción e ir enriqueciendo las bases de datos. Existe una gran variedad de soluciones de CRM en la nube, personalizables, escalables, integrables y que ofrecen seguridad en la custodia de los datos según los requisitos del RGPD.

Es recomendable formar a todo el equipo del ente gestor en su uso y poner a su disposición los manuales que permitan explotar al máximo esta herramienta.

EJE SOSTENIBILIDAD

SOSTENIBILIDAD. Ámbito A: Gestión de la sostenibilidad turística

En este apartado se analizan los elementos necesarios para la puesta en marcha de una política sostenible en turismo, desde la definición de la estrategia a los elementos normativos, de control, uso y comunicación que permitan la implantación y desarrollo del ámbito. Se considera, además de la Planificación y gestión de la sostenibilidad turística del destino acorde a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el planeamiento urbanístico adaptado a los principios de sostenibilidad, movilidad sostenible, medición de la capacidad de carga del turismo, aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino, contribución del gasto turístico a la sostenibilidad, etc.

MONITORIZACIÓN DE LOS ODS DEL DESTINO Y DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

SOSTENIBLE Y RESPONSABLE

SOS01_01_01_R01

Se recomienda que la gestión turística esté siempre basada en la Sostenibilidad, mediante la implementación de un Plan Estratégico de Turismo sostenible. El Área de Turismo en su gestión sostenible y responsable deberá entre sus funciones realizar la monitorización y seguimiento de los objetivos y acciones en aras de la sostenibilidad turística. Resaltar la conveniencia de tener en consideración la Guía para un Turismo Sostenible publicada en diciembre 2019 por Red Española para el Desarrollo Sostenible. Una herramienta que ayuda a los gestores del sector turístico a valorar el grado de cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Se aconseja desarrollar e implantar una metodología para la monitorización y difusión de los indicadores de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidad, a nivel integral del destino o al menos en los objetivos que hacen referencia explícita al turismo como:

8 Elaboración y puesta en práctica políticas para la promoción del turismo sostenible.

12 Elaboración y aplicación instrumentos para lograr un turismo sostenible.

Sería recomendable que además se elaborasen indicadores para otros ODS también relacionados con la actividad turística o sus implicaciones:

6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

15. Proteger, restablecer y promover del uso sostenible de los ecosistemas terrestres.

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.

5. Promover la igualdad de género.

8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible.

10. Reducir la desigualdad.

17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (a nivel local).

Para llevar a cabo esta acción, el destino podrá adoptar una metodología ya diseñada, Sistema de certificación en Sostenibilidad para destinos turísticos, o diseñar una propia. En tal caso, se debería realizar una revisión de los indicadores de la literatura de referencia y se adaptarán al contexto local. Como resultado se debería obtener la Matriz de Seguimiento de los indicadores.

Se podría considerar la realización de una labor de difusión activa de los datos de los indicadores de los ODS. Es recomendable realizar la comunicación a distintos niveles y a través de distintos canales, de forma que el destino decidirá en qué punto se encuentra y cuál es la solución que mejor se adecúa a su situación. A modo de ejemplo se indican los siguientes:

- Alto nivel. Generación de informes periódicos con los resultados de la evaluación y su puesta a disposición de la ciudadanía
- Nivel medio. Creación de una sección específica en el portal web del destino para ubicar todos los informes y noticias relacionadas con la matriz de indicadores
- Bajo nivel. Creación de un portal web específico para sostenibilidad del destino, con un sistema de gráficos interactivos, donde los ciudadanos pueden realizar sus consultas y filtrados en los datos, extraer informes específicos, etc.

CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DEL PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE

SOS01_01_03_R02

Una vez que el destino publique en su página web el Plan de Acción, puede implementar otros medios de comunicación para divulgar el plan. Se recomienda que estas campañas informativas lleguen a toda la población, sobre todo a aquellos colectivos que normalmente tienen más dificultades para participar, sin limitarse a un único momento puntual, es decir, si campañas periódicas que garanticen el conocimiento progresivo por parte de la población. Estas campañas se pueden hacer a partir de recursos internos. Pueden ser presentaciones para asociaciones, empresarios, ruedas de prensa, stand en algún acontecimiento o se pueden aprovechar los medios de comunicación local como radio, televisión, periódico...

Se podría implementar un sistema de evaluación para medir el impacto de los distintos canales de comunicación con el fin de averiguar cuáles son los más eficaces y así poder incentivarlos. El sistema de evaluación puede basarse en una serie de indicadores que midan el impacto de las comunicaciones en los ciudadanos y el efecto que tienen las opiniones en la formalización del Plan de Acción.

INVENTARIO DE INSTALACIONES PÚBLICAS VINCULADAS CON EL TURISMO

SOS01_01_04_R01

Se podría elaborar un inventario de las instalaciones públicas que se consideren destinadas u orientadas al turismo, con el objetivo de identificar posteriormente los edificios susceptibles de ser certificados en sostenibilidad o servicios certificados en calidad. Se recomienda incluir museos, centros de interpretación, oficinas de información turística, edificios patrimoniales, auditorios y teatros, etc. Y así disponer del dato % de equipamientos/instalaciones públicas vinculadas con el turismo que cuentan con certificaciones de sostenibilidad y/o calidad.

DOCUMENTO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

SOS01_01_05_R01

Se recomienda elaborar un documento que contenga las estrategias consensuadas entre la administración, los ciudadanos y los agentes locales para alcanzar el desarrollo sostenible en el territorio a medio y largo plazo. El documento deberá afrontar el término sostenibilidad en su sentido más amplio, incorporando, además de las cuestiones medioambientales, las cuestiones sociales. Deberá perseguir los siguientes objetivos:

1.La síntesis de los problemas medioambientales, sociológicos y económicos del destino.

2.Fórmulas que se implementen desde la cooperación entre las instituciones y la participación de la comunidad

Las fases para su creación serán:

- Adopción de un compromiso político. Como parte de este compromiso se elegirá un equipo responsable de la redacción y puesta en marcha del plan de desarrollo sostenible.
 - Elaboración de un instrumento para la participación ciudadana que sea transversal al resto de fases.
 - Diagnóstico de sostenibilidad que describa la realidad desde el punto de vista medioambiental, de la economía y de la sociedad.
 - Elaboración del plan de desarrollo turístico sostenible, con objetivos, grandes líneas de acción y acciones concretas. Se debe incluir acciones de seguimiento y evaluación. Se diseñarán también indicadores asociados a las acciones.
 - Presupuesto asignado al cumplimiento del plan de desarrollo sostenible.
 - Ejecución de las acciones.
 - Seguimiento y evaluación y retroalimentación del plan de desarrollo sostenible.
-

DISPOSICIÓN DE UN PLAN TERRITORIAL QUE VELE POR LA SOSTENIBILIDAD Y SEA RECIENTE

SOS01_02_01_R01

Se aconseja disponer de un plan territorial de reciente aprobación, menos de 8 años, que contenga medidas de protección del patrimonio cultural, histórico artístico, arquitectónico y recoja el impacto paisajístico. Con el objetivo de regular adecuadamente la ordenación del territorio. Para llevar a cabo ese análisis del estado actual del territorio o destino será importante considerar factores, como puede ser el grado de adaptación al marco legislativo autonómico vigente, así como a otras herramientas de ordenación territorial de nivel superior. También es necesario tener en cuenta la existencia de planes especiales de protección que aumenten el grado de restricciones en la ordenación urbanística del destino. Asimismo, se recomienda realizar un seguimiento del grado de adecuación del planeamiento territorial considerando para ello distintos factores, por ejemplo:

- Número de correcciones y modificaciones de planeamiento general tramitadas.
- Número de instrumentos de desarrollo tras la aprobación del planeamiento general.
- Estado de los distintos ámbitos de desarrollo considerados en el planeamiento general.
- Otros condicionantes de la actividad urbanística, como sentencias judiciales, etc.

Con estos datos es posible elaborar una imagen del estado e imagen territorial del destino, recogiendo los aspectos críticos que requieran atención especial.

PUBLICACIÓN DIGITAL VÍA WEB DEL PLAN DE ORDENACIÓN URBANA O

TERRITORIAL DEL DESTINO

SOS01_02_02_R01

Se recomienda la publicación del planeamiento urbanístico o territorial vigente a través de la web pública o el enlace desde esta web al repositorio digital desde donde se pueda consultar. Lo más sencillo es publicar en el portal web la documentación de planeamiento urbanístico o territorial en formato PDF. Esta publicación debería realizarse distinguiendo entre planeamiento general y planeamiento de desarrollo y dentro de cada instrumento ofrecer la documentación de forma desagregada para permitir la descarga de un determinado documento del plan, un plano de información o un plano de ordenación. Es recomendable utilizar procesos de indexación y metadato de los documentos que permitan la localización rápida de contenidos. La calidad de los documentos es un tema a tener en cuenta y que permitirá un mayor grado de información y reutilización por parte de los ciudadanos. Desde la calidad más baja que sería un escaneado documental en imágenes, que no permita la búsqueda de texto, hasta formatos en PDF generado desde los archivos originales, que pueda estar firmado digitalmente para impedir su modificación e incluso configurado en capas que permitan la consulta a distintos niveles. Otros niveles de publicación podrían incluir estrategias que faciliten la interoperabilidad por parte de los ciudadanos, desde subir los archivos en formatos abiertos o georreferenciados para que se puedan utilizar en la redacción de proyectos, hasta la implementación de visores Web y servicios Web que permitan la carga de la información urbanística/territorial vigente en otras aplicaciones. Se recomienda avanzar hacia la adopción de sistemas interoperables que permitan una mejora sustancial de la información territorial/urbanística publicada. Se pueden llevar a cabo estrategias como la implementación de un visor urbanístico que permita consultar gráficamente la información vigente en cada punto del destino, extraer fichas automáticas o consultar los instrumentos urbanísticos que afectan a una determinada zona. Estos visores mostrarán la información georreferenciada sobre capas base configurables, ortofotográficas o cartográficas. Pueden incluir numerosas funcionalidades GIS, como la consulta de distancias, obtención de coordenadas, dibujo de geometrías, extracción de perfiles, etc. Otra de las estrategias que se puede implementar es el desarrollo y puesta a disposición de la ciudadanía de servicios Web con la información urbanística vigente. Estos servicios pueden ser visualizados utilizando distintas herramientas, desde un GIS o un CAD hasta aplicaciones móviles.

FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN PÚBLICA EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ORDENACIÓN URBANA O TERRITORIAL

SOS01_02_03_R01

Se recomienda promover la participación pública en la elaboración de la planificación urbana o territorial del destino, así como garantizar la comunicación y el acceso a la información urbanística, la transparencia y la accesibilidad al planeamiento vigente. Es preciso facilitar la información en formatos accesibles y claros para los ciudadanos, así como habilitar canales de comunicación para que puedan aportar sugerencias, propuestas o formular alegaciones y quejas ante errores o problemas de la normativa.

- Implementar un buzón de sugerencias y quejas
- Publicar las distintas alegaciones, comentarios y sugerencias de los ciudadanos, así como las respuestas ofrecidas y las acciones realizadas gracias a esa participación.
- Promover una difusión activa de la información urbanística apoyándose en agrupaciones locales.

En los procesos de desarrollo de las distintas zonas identificadas en el planeamiento se deben realizar procesos de participación pública a distintos niveles que permitan recoger las propuestas y necesidades de la población, así como garantizar una identificación con el resultado de los desarrollos finales que se lleven a cabo. Se aconseja promover e implementar sistemas de participación ciudadana que mejoren los procesos participativos asociados a la elaboración del plan. Durante los periodos de alegaciones, obligatorios durante la aprobación del planeamiento general, se abren procesos participativos que están establecidos por ley. Las herramientas tecnológicas como foros, formularios de sugerencias, aplicaciones de consulta, etc., permiten ampliar estos procesos, mejorándolos y dándoles mayor transparencia que la exigida legalmente. Posteriormente a la aprobación, se pueden elaborar procesos participativos para mejorar el conocimiento que los ciudadanos tienen del plan urbanístico mediante mesas de trabajo, foros de discusión, charlas, etc. Tecnológicamente existen herramientas que pueden mejorar la transparencia urbanística hacia los ciudadanos. Desde los visores Web que facilitan consultar la información de una forma dinámica, formularios de consulta online, encuestas, etc.

DISPOSICIÓN DE UN ESTUDIO PAISAJÍSTICO VINCULADO AL PLAN DE ORDENACIÓN TERRITORIAL

SOS01_02_04_R01

Es recomendable la disposición de un estudio paisajístico vinculado al plan de ordenación territorial. Se deben considerar la existencia de Planes Especiales de Protección, o Directrices de Ordenación Territorial, que estén vinculadas al planeamiento vigente. En caso de que no fuera así, el destino puede plantearse la redacción de un plan paisajístico que defina los objetivos principales a conseguir, así como la relación que tendrá con otros instrumentos o con el planeamiento vigente. En él se llevará a cabo una caracterización del paisaje y se determinará su valoración, su fragilidad y los riesgos a los que se encuentre sometido. El plan se puede estructurar siguiendo las siguientes pautas:

- Delimitación del ámbito de estudio.
- Caracterización del paisaje.
- Valorización del paisaje.
- Propuesta de medidas y acciones.

En la redacción del estudio paisajístico tendrá una gran importancia la implicación de la ciudadanía a través de procesos de participación pública a distintos niveles, que deberá estar presente en cada una de las fases de desarrollo.

Se podría difundir el estudio paisajístico para darlo a conocer entre los ciudadanos. Facilitar la información en formatos claros, con imágenes de las distintas zonas paisajísticas y un resumen de las principales medidas planteadas, fomentará la adecuada comunicación del mismo. Además, se deben generar canales de comunicación para recibir las consultas y dudas que puedan tener los ciudadanos sobre el plan, así como realizar un seguimiento de los accesos, consultas y respuestas realizadas a través de estos canales, a fin de plantear posibles mejoras o correcciones tanto al propio plan como a la estrategia de difusión.

DISPOSICIÓN DE UN ESTUDIO AMBIENTAL Y PAISAJÍSTICO VINCULADO AL PLAN DE ORDENACIÓN TERRITORIAL

SOS01_02_05_R01

Se recomienda la elaboración de un estudio ambiental y paisajístico vinculado al plan territorial, que permitirá analizar y definir los efectos más significativos sobre el medio ambiente producidos por la actividad normal del destino y especialmente determinar aquellos procedentes de la actividad vinculada al turismo. Dentro de ese estudio ambiental se considera muy relevante la presentación de las medidas a adoptar para paliar dichos efectos y la adopción de un sistema de monitorización que permita detectar las consecuencias adversas sobre el medio ambiente lo antes posible. Es aconsejable realizar un seguimiento efectivo del estudio ambiental para, entre otras cosas, identificar con prontitud los efectos adversos no previstos y poder llevar a cabo las medidas adecuadas para evitarlos. Para ello, se recomienda definir una serie de indicadores y parámetros que comprueben la aplicación de las conclusiones del estudio, y valorar su cumplimiento en relación con el medio ambiente y sobre todo al efecto del turismo sobre él. Indicadores ambientales tales como el porcentaje de zonas verdes, superficies forestales o agrícolas, energías renovables, consumo de agua, etc.

REALIZACIÓN DE CLASIFICACIÓN DE NUEVOS SUELOS URBANOS Y URBANIZABLES ADAPTADA A LA ESTRATEGIA TERRITORIAL

SOS01_02_06_R01

Se recomienda la realización de una clasificación de nuevos suelos urbanos y urbanizables adaptada a la Estrategia Territorial. Se aconseja informar, a través de los canales disponibles para la difusión del planeamiento vigente, acerca de la normativa territorial que afecte de forma particular al destino turístico (planes especiales, territoriales, provincial, autonómica, etc.).

DISPOSICIÓN DE UN PLAN DE MOVILIDAD SOSTENIBLE EN EL DESTINO

SOS01_03_01_R01

Se recomienda disponer de un plan de movilidad sostenible en el destino que persiga los objetivos climáticos y energéticos de la Unión Europea y la Agenda Urbana Española. Este documento deberá integrarse con el resto de planificación existente.

Para redactar el plan, el destino definirá el alcance, analizará la situación de movilidad, establecerá unos objetivos medibles y unas prioridades, desarrollará conjunto de medidas, asignará unos presupuestos, fijará un sistema de evaluación y seguimiento y determinará las medidas y canales de comunicación de los avances.

Se aconseja realizar un seguimiento continuo de la ejecución del Plan de Movilidad Sostenible, y además tener en cuenta también al Área de Turismo y al sector turístico local. Esta acción viene respaldada por la importancia que tiene en el destino la recepción de flujos turísticos y su impacto directo en la movilidad territorial. Siendo positivo y conveniente comprobar regularmente con las herramientas de evaluación seleccionadas para estimar cuanto se ha avanzado hacia los objetivos. Una vez analizados los resultados, se tomarán medidas con el fin de alcanzar los objetivos de una manera eficiente y dentro del presupuesto disponible. Comunicar de forma adecuada las diferentes acciones realizadas, así como los resultados de cada una de ellas. Aportar datos de movilidad antes y después de la aplicación del Plan.

Es recomendable evaluar el impacto de las medidas o acciones que se llevan a cabo en relación a la movilidad turística con el objetivo de retroalimentar su plan de movilidad. Estos indicadores pueden medir, por ejemplo, la afluencia de turistas y su estacionalidad, la percepción de los turistas y visitantes sobre el transporte local, el porcentaje de alojamientos, instalaciones y atracciones turísticas accesibles mediante transporte público, la seguridad en el transporte, la intermodalidad e integración de los servicios, la facilidad de acceso a los medios de transporte y su posible gestión a través de aplicaciones móviles o el porcentaje de turistas que usan transportes respetuosos con el medio ambiente.

DISPOSICIÓN DE UN SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO ADAPTADO A LA DEMANDA TURÍSTICA

SOS01_03_02_R01

Se aconseja la adaptación del transporte público a la demanda turística. En base a los datos de flujos turísticos que se reciben se podría analizar el perfil de los turistas, la ubicación de los enclaves turísticos más relevantes y los desplazamientos que generan. Una vez recogida la información, el destino podrá fomentar medidas que faciliten la movilidad sostenible de los turistas en el territorio: la creación de un apartado dentro de la web de turismo en el que se describan las distintas opciones de transporte hacia los puntos de interés; la creación de un abono turístico de transporte especial para visitantes según la estancia; fomentar modos de transporte sostenible como la bicicleta; mejorar las rutas en transporte público hacia los principales sitios turísticos; mejorar la señalización, etc.

Es recomendable evaluar el impacto de las medidas o acciones que se llevan a cabo en relación a la movilidad turística con el objetivo de retroalimentar su plan de movilidad. Estos indicadores pueden medir, por ejemplo, la afluencia de turistas y su estacionalidad, la percepción de los turistas y visitantes sobre el transporte local, el porcentaje de alojamientos, instalaciones y atracciones turísticas accesibles mediante transporte público, la seguridad en el transporte, la intermodalidad e integración de los servicios, la facilidad de acceso a los medios de transporte y su posible gestión a través de aplicaciones móviles o el porcentaje de turistas que usan transportes respetuosos con el medio ambiente.

IMPULSO DE VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PÚBLICO DE BAJA EMISIÓN

SOS01_03_05_R01

Se recomienda la renovación progresiva de la flota de transporte público con nuevas adquisiciones que se caractericen por ser vehículos de bajas emisiones o eléctricos. El objetivo es conseguir una flota de autobuses menos contaminante por ello se recomienda favorecer la compra de autobuses híbridos, eléctricos o de gas natural, la idea es superar el ratio de 75% de los autobuses públicos sean de bajas emisiones y/o eléctricos.

IMPULSO DE DISPOSICIÓN DE PUNTOS DE RECARGA ELÉCTRICA EN EL

DESTINO

SOS01_03_06_R01

Se recomienda proveer o impulsar la existencia de puntos de recarga para coches eléctricos en estacionamientos públicos, en las vías principales, priorizando las áreas de más densidad circulatoria, en las áreas centrales, con más densidad de destinos de trabajo, comerciales o de ocio. Para la gestión inteligente de la demanda, será esencial que se ofrezca información actualizada sobre la disponibilidad de los puntos de recarga, posibilidad de reserva y un método de facturación seguro. En los puntos de recarga se instalarán puntos de comunicación vía internet, software de gestión y a nivel general un centro de control del sistema. Se implementarán sistemas que permitan la carga rápida durante el día y la carga lenta durante la noche. Para incentivar la implantación del vehículo eléctrico, es recomendable que el destino realice campañas de promoción sobre la instalación de puntos de recarga o las ventajas de circular con un vehículo eléctrico (estacionamiento gratuito en el centro de la localidad, acceso a sectores con circulación limitada, etc.). Se fija como objetivo a conseguir a medio plazo disponer de 17 puntos de recarga o más, por cada 100.000 habitantes.

DISPOSICIÓN DE UN SERVICIO PÚBLICO DE ALQUILER DE BICICLETAS PARA

VISITANTES Y RESIDENTES SOS01_03_07_R01

Se recomienda disponer de un servicio público de alquiler público de bicicletas para visitantes y residentes. En el caso de que el destino no quiera implantar un servicio público propio, aconseja estudiar otras fórmulas como la de contratar el servicio con alguna empresa privada de alquiler de bicicletas, pero prestar el servicio público, aunque la gestión sea privada. El servicio público de alquiler de bicicletas deberá ser fácil de usar. Esto requiere que el abono sea fácilmente tramitable, pudiéndose ser de corta duración. El servicio de bicicletas se adaptará a las características especiales del destino, pudiendo incluir bicicletas asistidas con motor. Es aconsejable promocionar el servicio de alquiler de bicicletas públicas en puntos de información turística, hoteles, y páginas web. Las estaciones estarán bien señalizadas para que sean accesibles desde las rutas turísticas más importantes.

DISPOSICIÓN DE UN PLAN DE GESTIÓN DE VISITANTES

SOS01_04_01_R01

Se aconseja disponer de un Plan de gestión de visitantes que minimice el impacto negativo sobre los recursos turísticos del destino. El objetivo sería la incorporación, en la planificación estratégica turística del destino, de una gestión de los visitantes que cuente con las medidas necesarias para paliar los posibles impactos negativos de los visitantes sobre los recursos turísticos. Las medidas establecidas pueden ser globales o limitadas a determinados focos turísticos que aglutinan la mayoría de las visitas y que son los que realmente requieren el control y las acciones. de forma previa sería conveniente identificar los recursos que mayor impacto ambiental sufren por causa del turismo, indicando un orden de prioridades, dentro del global de los recursos, para la realización posterior de estudios de impacto ambiental concretos, con el objetivo de minimizar los efectos negativos de la presión turística en cada recurso. Sería conveniente la medición de la capacidad de carga, en los meses de temporada alta o mayor afluencia de visitantes y en los lugares con mayor concentración de personas. Esta información sería de utilidad para la supervisión del turismo responsable y para la política de redistribución de flujos turísticos en el destino mediante acciones de marketing turístico, segmentación de demanda, etc.

DISPOSICIÓN DE UN INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES, INCLUYENDO LA IDENTIFICACIÓN DE PAISAJES, ECOSISTEMAS Y HÁBITATS DEL DESTINO

SOS01_04_02_R01

Se recomienda disponer de un inventario de recursos turísticos naturales y culturales con el objetivo de potenciar el desarrollo turístico del destino, evaluando sus potencialidades, de manera que se consiga una planificación sostenible del turismo. Al mismo tiempo, es recomendable el desarrollo de canales y herramientas para la difusión y la gestión del inventario de recursos turísticos y naturales. Por ejemplo, un visor geográfico en el que se pueda consultar el inventario, permitiendo acceder de manera interactiva a cartografía dinámica. Igualmente se podría promover un análisis del nivel de impacto que el turismo provoca sobre los recursos inventariados.

ESTUDIO AMBIENTAL DE LOS RECURSOS CON MÁS PRESIÓN TURÍSTICA

SOS01_04_03_R01

Se recomienda al destino elaborar un estudio para identificar los recursos que mayor impacto ambiental sufren por causa del turismo, indicando un orden de prioridades, dentro del global de los recursos, para la realización posterior de estudios de impacto ambiental concretos, con el objetivo de minimizar los efectos negativos de la presión turística en cada recurso. El objetivo es, una vez finalizado el estudio de identificación, tratar de elaborar los estudios de impacto ambiental de al menos un 25% de los recursos con más presión turística.

RECURSOS TURÍSTICOS CON CERTIFICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD O

CALIDAD

SOS01_04_04_R02

Se recomienda confeccionar un estudio para determinar qué recursos turísticos disponen de certificaciones de sostenibilidad (Rainforest Alliance Certified, Green Key, Travellife, Biosphere, ISO14000...) o de calidad (SICTED, Q de calidad, Safe Tourism Certified...). En dicho estudio se identificarán los recursos turísticos prioritarios a la hora de obtener estas certificaciones, identificando qué sellos de sostenibilidad y/o calidad se adaptan mejor a cada uno de ellos. El objetivo es lograr que un 70% o más de los recursos prioritarios identificados en el estudio obtengan la certificación.

DISPOSICIÓN DE UN ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA EN LOS

ATRATIVOS TURÍSTICOS MÁS RELEVANTES DEL DESTINO

SOS01_05_01_R01

Se recomienda disponer de un estudio de la capacidad de carga de visitantes que soportan los recursos turísticos, identificando aquellos hitos que pueden resultar perjudiciales para su conservación o para su gestión. Se deberá prestar especial atención a los picos de visitantes en determinados periodos y en

determinados momentos del tiempo, contrastarlo con otros recursos menos visitados e identificar los flujos de visitantes para tratar de reconducirlos, reduciendo la presión sobre los más visitados. Establecer las medidas oportunas para generar nuevos flujos de visitantes que permitan un reparto más adecuado de la presión turística. También es aconsejable realizar revisiones periódicas del estudio de capacidad de carga sobre los recursos turísticos, manteniendo el control sobre el flujo de visitantes y atendiendo a los efectos perjudiciales de las visitas en los recursos y su entorno, actualizando el estudio en su caso e incorporando todos aquellos nuevos puntos que se incorporen al circuito turístico del destino. Se podría revisar las medidas correctoras empleadas y sus efectos, así como hacer partícipes a otros agentes (administraciones) que puedan aportar al control turístico y medioambiental del destino.

OBTENCIÓN DEL CÁLCULO DE LA PRESIÓN HUMANA MÁXIMA EN EL DESTINO

SOS01_05_02_R01

Se aconseja calcular la presión humana máxima en el destino, donde se sumará la capacidad de la oferta residencial y turística en todas las modalidades de alojamiento, basándose en el Índice de Presión Humana (IPH). Se aconseja realizar una revisión y actualización del cálculo de la presión humana en el destino, como mínimo con una frecuencia anual. Necesario conocer la población turística equivalente.

ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN FLOTANTE MENSUAL

SOS01_05_03_R01

Se recomienda disponer de estudio de la población flotante mensual y sobre todo en determinados periodos de tiempo, marcados por eventos, actividades, etc. Para ello, se aconseja recabar los principales datos extraídos de los servicios de aguas, residuos y en general de los servicios municipales correspondientes y realizar un análisis de los mismos de cara a obtener una fotografía fija de la población "real" del destino a lo largo de todo el año. es decir, poder realizar la estimación de la población flotante mensual en el destino calculada a partir del consumo de agua y la generación de residuos.

DISPOSICIÓN DE UN SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO

SOS01_06_01_R01

Se recomienda disponer de un sistema de indicadores de sostenibilidad actualizado, dinámico e interrelacionado que ofrezca una visión integral del estado de la sostenibilidad (cultural, socioeconómica y medioambiental) del destino y que evalúe periódicamente la situación para posteriormente difundir los resultados.

ACTUALIZACIÓN PERIÓDICA DEL SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_06_02_R01

Se aconseja actualizar periódicamente el sistema de indicadores de sostenibilidad del destino, además de valorar la incorporación de nuevos indicadores si fuera necesario.

DIFUSIÓN DEL SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD EN LA WEB DEL DESTINO

SOS01_06_03_R01

Se recomienda una difusión adecuada del sistema de indicadores de sostenibilidad actualizados, puede hacerse vía web.

INCORPORACIÓN DEL SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD AL PROGRAMA EUROPEO ETIS Y/O OBSERVATORIOS DE SOSTENIBILIDAD DE LA OMT

SOS01_06_04_R01

Se recomienda integrar el sistema de indicadores en el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) y/o en los Observatorios de sostenibilidad de la OMT. Una vez incorporados, sería conveniente realizar un análisis del grado de cumplimiento del sistema de indicadores del destino con referencia a los indicadores de sostenibilidad propuestos por el ETIS, valorando la incorporación de los indicadores ETIS que no estén todavía integrados.

CONTRIBUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO A LA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO

SOS01_07_01_R01

Se recomienda disponer o diseñar mecanismos (tasa turística u otros mecanismos como ingresos por uso de recursos como aparcamientos disuasorios, impuesto de actividades económicas provenientes del sector turístico, etc.) que permitan destinar parte de los beneficios económicos que genera el turismo al desarrollo sostenible del destino.

APORTACIÓN DEL BENEFICIO TURÍSTICO AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL DESTINO

SOS01_07_02_R01

Se recomienda establecer las medidas para destinar más del 10% de los beneficios generados por el turismo al desarrollo de acciones de sostenibilidad que reviertan en el propio proceso turístico. Se debe tener en cuenta en el momento de elaborar los presupuestos de la Entidad comarcal, cuál es el marco de ingresos del destino a través del turismo. En aras de mejorar la transparencia pública, se recomienda justificar mediante un informe público el cálculo de ingresos utilizado, el importe del presupuesto destinado a acciones de

sostenibilidad turística, así como las acciones que han sido objeto de dicho presupuesto.

CONOCIMIENTO DE LA OCUPACIÓN MENSUAL POR PLAZAS ALOJATIVAS

SOS01_08_01_R01

Se aconseja para conocer la estacionalidad turística que registra el destino realizar un seguimiento del grado de ocupación por plazas según tipología de alojamiento a nivel mensual, con los datos estadísticos del INE y de otras encuestas de ocupación que se realicen, o con los datos aportados por el propio sector, con el objetivo mencionado de evaluar la estacionalidad actividad turística del destino. Sería aconsejable realizar informes mensuales de ocupación y difundirlos para que puedan ser utilizados por todos los actores del sector turístico del destino. En base a la información obtenida se debe gestionar la estacionalidad turística.

GESTIÓN DE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA

SOS01_08_02_R03

Se recomienda al destino incrementar el número de actividades dirigidas a la desestacionalización de los flujos turísticos, hasta superar el 30% de actividades orientadas a dinamizar la temporada baja sobre el total de actividades existentes. Se aconseja gestionar de forma estructural la estacionalidad de los flujos turísticos que recibe el destino, de manera que dicha gestión y minimización de la estacionalidad contribuya a una mayor generación de empleo y de riqueza, siendo una herramienta fundamental ante la despoblación, además de promover una mejor gestión de los usos del espacio turístico. La estacionalidad turística influye en la gestión pública en temas fundamentales como la prestación de servicios públicos (recogida de residuos, abastecimiento de agua, seguridad, servicios de salud, etc.), en la movilidad intermunicipal, aparcamiento, la actividad económica y comercial, etc. Actualmente la estacionalidad turística se gestiona mediante acciones puntuales sobre todo a nivel local organizando eventos, culturales, deportivos, en temporada baja. En general se implementan acciones no estructuradas en un plan turístico de acción. Sería positivo integrar de forma organizada y documentada la gestión de la estacionalidad en el plan de política turística y plan de marketing del destino.

Se espera que con la mejora de aspectos como la conectividad y la movilidad revierta en poder dirigir esfuerzos a otro tipo de segmento de turista como los “nómadas digitales”.

Se recomienda la redacción de un estudio previo de las posibles acciones enfocadas a dinamizar la temporada baja que se basará en:

- Un análisis del mercado y del tipo o segmento de turista más potencial para la temporada baja.
 - Las tendencias del mercado.
 - La identificación de los puntos fuertes del destino.
 - El aprovechamiento de la tecnología.
 - La atracción de turistas de mercados emergentes.
-

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

SOS01_09_01_R01

Se recomienda al destino la realización de acciones de comunicación y promoción para promover productos y servicios turísticos sostenibles. La oferta turística sostenible debe aparecer de manera específica en las acciones de comunicación desarrolladas.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES EN MEDIOS DIGITALES

SOS01_09_02_R01

Se recomienda al destino la utilización de medios digitales en la comunicación y promoción de productos y servicios turísticos sostenibles. La oferta turística sostenible se debe integrar en un apartado específico dentro de la página web turística y de los demás canales de comunicación existentes en el destino.

APOYO ECONÓMICO A LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR PRIVADO

SOS01_11_01_R01

Se aconseja contar con un programa de apoyo económico a la gestión sostenible medioambiental y social de las pymes turísticas. La actividad turística es estratégica y fundamental como motor económico nacional, regional y local, siendo una herramienta clave en la erradicación de la pobreza y las desigualdades sociales, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para el año 2030.

Se aconseja realizar un informe previo en el que se refleje el número de empresas turísticas susceptibles de acogerse a posibles ayudas y en el que se recopilen las diferentes líneas de ayudas existentes: ayudas de fondos europeos, de la Cámara de Comercio de España, del Gobierno regional y central, Diputaciones o Cabildo, etc. Posteriormente se recomienda la puesta en marcha de un programa de apoyo económico a la gestión sostenible de las pymes turísticas.

ACTIVACIÓN Y REFUERZO DEL PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO A PYMES TURÍSTICAS

SOS01_11_02_R01

Se recomienda aplicar las medidas del programa de apoyo económico a empresas turísticas hasta llegar al objetivo de un 10% o más de empresas turísticas acogidas al programa. La actividad turística es estratégica y fundamental como motor económico nacional, regional y local, siendo una herramienta clave en la erradicación de la pobreza y las desigualdades sociales, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para el año 2030. Se aconseja realizar un informe previo en el que se refleje el número de empresas turísticas susceptibles de acogerse a posibles ayudas y en el que se recopilen las diferentes líneas de ayudas existentes: ayudas de fondos europeos, de la Cámara de Comercio de España, del Gobierno regional y central, Diputaciones o Cabildo, etc. Posteriormente se recomienda la ejecución e impulso del programa de apoyo económico a la gestión sostenible de las pymes turísticas.

IMPULSO A LAS CERTIFICACIONES EN SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

SOS01_11_03_R01

Se recomienda el fomento de la certificación en sostenibilidad de las empresas turísticas, de forma previa es aconsejable la redacción de un documento que sirva para informar a las empresas turísticas sobre las certificaciones de sostenibilidad existentes más relevantes, (ISO 14001, EMAS, Organismos de certificación acreditado por GSTC, EarthCheck, Rainforest Alliance, Green Globe, Bureau Veritas, Cero CO2 (Huella de Carbono), LEED certification, Travel Life, Green Destinations, Green Growth 2050, Vireo Srl, Biosphere, Green Key, Green Leaders, Green Leaf Eco-Standard ...). En este mismo documento se recomienda reflejar a las empresas turísticas que ya cuentan con certificación de sostenibilidad, debiendo tener como objetivo un mínimo de un 30% o más de empresas que dispongan de certificado.

Se aconseja que se impulse la certificación en Sostenibilidad y Calidad Turística del sector turístico local. Se podrían recoger las acciones de fomento de la certificación en Sostenibilidad y Calidad turística en el plan estratégico de turismo. La apuesta por la Calidad va unida al compromiso por la Sostenibilidad, siendo así un destino competitivo. Siempre en este aspecto se detecta margen de mejora respecto a las certificaciones, formación y trabajo en calidad turística, seguramente debido a la situación provocada por la pandemia, por ello se aconseja en el seno del Consejo o Mesa de Turismo que se impulse la adhesión de las empresas turísticas del destino a certificaciones de sostenibilidad.

DIFUSIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LOS VISITANTES DE LAS ACCIONES EN SOSTENIBILIDAD

SOS01_12_01_R01

Se recomienda la publicación de la información en materia de sostenibilidad en la web y redes sociales, informando de las actividades desarrolladas en aspectos ambientales, sociales y económicos, con el objetivo de implicar al visitante y que colabore activamente en la sostenibilidad local, por ejemplo, con limpieza de playas/ espacios naturales, asistencia a festivales benéficos), es decir, es vital la sensibilización hacia el visitante y el residente.

BONIFICACIONES PARA FAVORECER EL ACCESO DE LA POBLACIÓN

RESIDENTE A LOS EVENTOS/RECURSOS TURÍSTICOS

SOS01_13_02_R01

Se recomienda, como parte de la estrategia de fomento de la experiencia turística e interacción entre residentes y visitantes, disponer de un sistema de bonificaciones o beneficios para facilitar y promover el acceso a los eventos y recursos turísticos de los residentes. Sería conveniente contar con un informe sobre la influencia de las bonificaciones en la participación de la población en la actividad turística local.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL USO DE INSTALACIONES Y ESPACIOS

TURÍSTICOS POR PARTE DE LOS RESIDENTES

SOS01_13_03_R01

Se aconseja realizar campañas anuales para la promoción del uso de instalaciones y espacios turísticos por parte de los residentes.

CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD ORIENTADAS

TANTO A RESIDENTES COMO A VISITANTES

SOS01_14_01_R01

Se aconseja la realización periódica de campañas de concienciación en Sostenibilidad (ahorro energético, ahorro de agua, utilización de papeleras, cuidado de los espacios naturales y playas, tenencia responsable de mascotas, etc.) dirigidas al visitante y al residente, sobre todo en meses de temporada alta y en los lugares más visitados y espacios naturales protegidos. Un buen ejemplo es el DTI Puerto de la Cruz, en la Isla de Tenerife, que realiza continuas campañas de respeto con el entorno y concienciación en Sostenibilidad turística.

DIFUSIÓN DE ACTUACIONES RESPONSABLES EN SOSTENIBILIDAD INTEGRAL DEL DESTINO

SOS01_14_02_R01

Se recomienda la difusión de la información sobre actuaciones responsables en materia de sostenibilidad (ej.: ahorro energético, ahorro de agua, producción y reducción de residuos, ...) realizadas en el destino, dicha publicación deberá hacerse en todos los canales posibles, incluidos los digitales.

PUBLICACIÓN DE LAS ACTUACIONES RESPONSABLES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_14_03_R01

Se recomienda publicar en los canales de comunicación habituales las actuaciones realizadas en materia de gestión responsable y sostenible. Todo ello en línea con las campañas de concienciación sobre sostenibilidad orientadas a los residentes y visitantes.

SOSTENIBILIDAD. Ámbito B: Conservación, recuperación y mejora del patrimonio cultural

Son objeto de análisis en este ámbito los elementos de protección del patrimonio cultural tangible e intangible, así como el fomento y uso de los recursos relacionados. Se impulsa la conservación y recuperación del patrimonio cultural y su relación con turismo.

PROTECCIÓN DE LOS CASCOS HISTÓRICOS DEL DESTINO

SOS02_16_02_R01

Se recomienda contar con un Plan Especial de Protección del casco histórico o similar del destino o en todo caso de normativa específica de protección para los espacios urbanos que lo demanden. Ejemplo de esto es el DTI Cuenca que dispone de un Plan Especial de Ordenación, Mejora y Protección del Casco Antiguo de Cuenca y sus Hoces, que complementa y mejora el PGOU que impone ya una serie de requisitos urbanísticos más exigentes en el casco antiguo. es decir, se debe velar por los espacios o centros históricos más sensibles.

DISPOSICIÓN DE LEGISLACIÓN SOBRE IMPACTO PAISAJÍSTICO DE INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURAS DEL DESTINO

SOS02_16_03_R01

Se debe gestionar el impacto paisajístico de las instalaciones e infraestructuras y contar con un documento que establezca la normativa específica aplicable para la protección del patrimonio arquitectónico del destino en lo relativo a diseño, construcción e impacto paisajístico de instalaciones e infraestructuras, así como su correcta señalización, desarrollando mecanismos para la minimización de dicho impacto, a la vez que establece requisitos relacionados con la planificación, emplazamiento, diseño, construcción, materiales, renovación, demolición y evaluación de impactos.

PLAN DE ACCIÓN PARA LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO

SOS02_17_02_R01

Se recomienda disponer y aplicar un Plan de acción que recoja las actuaciones para la protección, conservación y recuperación del patrimonio histórico-artístico del destino, es fundamental disponer de forma previa de un inventario de dichos bienes patrimoniales, y dotar de presupuesto y medios suficientes al plan.

RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y SU USO COMO RECURSO TURÍSTICO

SOS02_18_01_R01

Se aconseja disponer de un Programa de recuperación del patrimonio cultural tangible e intangible del destino, que incluya medidas para incorporar o utilizar ese patrimonio como recurso turístico. Siendo básico contar de forma previa con un inventario de dichos bienes patrimoniales, y dotar de presupuesto y medios suficientes al programa, se podrían implementar además estrategias de comercialización, integración del tejido empresarial y la explotación innovadora de los recursos, y todo ello en el marco del plan de marketing turístico sostenible.

SOSTENIBILIDAD. Ámbito C: Conservación y mejora del medioambiente

Los requisitos de este ámbito abarcan todo lo relacionado con el espacio físico del destino, su protección medio ambiental, además del uso de las energías renovables, la eficiencia energética, ciclo del agua, limpieza urbana, gestión de residuos, calidad del aire, cambio climático, eficiencia energética, uso de renovables, espacios naturales, impacto paisajístico, contaminación acústica, residuos y reciclaje, recursos naturales, entre otras cosas.

FOMENTO DEL USO DE FLORA AUTÓCTONA EN LAS ZONAS VERDES DEL DESTINO

SOS03_20_02_R01

Se aconseja el uso de plantas autóctonas o adaptadas a las condiciones edafoclimáticas locales, evitando la plantación de especies exóticas invasoras. Además, se recomienda la sensibilización sobre el uso de la flora autóctona, mediante eventos tales como conferencias, talleres, actividades de educación ambiental, con el objetivo de implicar a la sociedad en los proyectos ambientales del destino.

PROGRAMA DE EFICIENCIA, CONCIENCIACIÓN Y AHORRO DE AGUA EN EL SECTOR TURÍSTICO

SOS03_21_01_R01

Se recomienda impulsar acciones que contribuyan a la reducción del consumo de agua en el sector turístico, mediante la programación de medidas y tecnologías existentes en el mercado. La reducción del consumo de agua beneficiará al medio ambiente y además supondrá un ahorro económico que beneficiará tanto a turistas, empresarios como a las administraciones públicas. El agua es el elemento básico de todo destino turístico, la gestión sostenible y eficiente del ciclo integral del agua es fundamental en la actualidad. El Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 6 indica que se debe conseguir “Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento

para todos". El agua es clave para el desarrollo sostenible, la mejora en el suministro de agua potable, el saneamiento y la higiene, crean economías de escala en otras áreas, entre las que se incluyen la salud, la educación y la reducción de la pobreza. Se aconseja un Plan de Eficiencia Hidráulica del sistema de distribución que incluya un diagnóstico inicial y permita definir un plan de acción que contenga medidas concretas a implantar. Se podría así realizar un seguimiento anual del cumplimiento de los objetivos del Plan. Se recomienda que el destino realice una campaña de difusión través de las nuevas tecnologías, de los informes de resultados anuales de los programas de eficiencia, concienciación y ahorro de agua entre el sector turístico local y los residentes, con el objetivo de motivar y concienciar en el ahorro de agua a toda la población y en especial al sector turístico.

PROGRAMA/ACCIONES PARA EL TRATAMIENTO DEL TOTAL DE LAS AGUAS

RESIDUALES GENERADAS

SOS03_21_02_R01

Se recomienda la puesta en marcha de un programa para el tratamiento integral del total de aguas residuales generadas en el destino y su posible reutilización, que podrá formar parte de un futuro plan integral de los recursos hídricos, que tenga igualmente en cuenta los aspectos económicos, sociales y medioambientales. Se podría implementar un sistema de gestión del agua de forma que se desarrollen los recursos hídricos de forma sostenible y equilibrada y se tenga en cuenta los intereses sociales, económicos y ambientales. Se aconseja un Plan de Eficiencia Hidráulica del sistema de abastecimiento, distribución y depuración que incluya un diagnóstico inicial y permita definir un plan de acción que contenga medidas concretas a implantar. Se podría así realizar un seguimiento anual del cumplimiento de los objetivos del Plan.

IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE FUGAS EN LA RED DE ABASTECIMIENTO CON EL OBJETIVO DE EFICIENCIA HÍDRICA DEL 75%

SOS03_21_03_R01

Se aconseja mejorar la eficiencia del ciclo del agua por ello el objetivo de lograr el máximo rendimiento de la red de abastecimiento y distribución y una óptima gestión del servicio, se recomienda al destino realizar un control del volumen de agua que se pierde en la red. Para ello se debe incorporar un sistema de control de fugas a la red de distribución basado en las nuevas tecnologías/uso de sensórica que permita una gestión inteligente de la red con el objetivo de reducir las fugas existentes en un 25%. Mejorando así la Eficiencia Hidráulica del sistema de distribución al llegar a una eficiencia hídrica del 75%. Y en años siguientes seguir minimizando las fugas y consiguiendo una mayor eficiencia hídrica.

DIAGNÓSTICO SOBRE LAS PÉRDIDAS EN EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN DE AGUA Y SU REDUCCIÓN

SOS03_21_04_R01

Se recomienda contar con un diagnóstico de las pérdidas de la red de agua que podrá formar parte de un posterior Plan de Eficiencia Hidráulica. Se aconseja la implantación de tecnologías para la gestión inteligente de la red del ciclo de agua, mejorando así la Eficiencia Hidráulica del sistema. Siendo el objetivo reducción interanual del porcentaje de pérdidas en red respecto al año anterior. Se recomienda un Plan de Eficiencia Hidráulica del sistema de distribución que incluya un diagnóstico inicial y permita definir unas medidas concretas a implantar. Se realizará un seguimiento anual del cumplimiento de los objetivos del Plan y de la reducción interanual del porcentaje de pérdidas en red.

IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE LA CALIDAD DE AGUAS SUPERFICIALES Y MARINAS O FLUVIALES

SOS03_21_05_R01

Se recomienda la implantación de un Sistema de control en tiempo real de la calidad de aguas superficiales y marinas o fluviales a través de nuevas tecnologías, con el objetivo de mejorar la gestión del agua y proporcionar la información necesaria para evaluar la efectividad de las medidas adoptadas y el grado de cumplimiento de los objetivos marcados.

PROGRAMA DE MANTENIMIENTO Y CONTROL DE LA CALIDAD EN INSTALACIONES PÚBLICAS QUE UTILICEN AGUA.

SOS03_21_06_R01

Se aconseja contar con un sistema o programa de mantenimiento y control de la calidad de las aguas en las instalaciones públicas del destino que utilicen agua. En este sentido se aconseja la revisión y actualización anual del Programa de mantenimiento y control de calidad del agua en las instalaciones públicas que utilicen agua (piscinas, aires acondicionados, etc.).

DISPOSICIÓN DE MECANISMOS DE CONTROL DE LA CALIDAD DE LAS AGUAS DEPURADAS

SOS03_21_08_R01

Se aconseja usar mecanismos de control de la calidad de las aguas depuradas, mediante equipos automáticos para la toma de muestras con el objeto de realizar acciones complementarias, como el diseño de instalaciones de tratamiento de aguas, cálculo de rendimientos, caracterización de efluentes, estudios específicos de contaminación, etc. El objetivo es reducir los peligros que puedan suponer aguas no depuradas lo suficiente, que vuelven a revertir en las vías fluviales o marinas.

UTILIZACIÓN DE AGUAS RESIDUALES YA DEPURADAS EN EL RIEGO DE PARQUES Y JARDINES Y LIMPIEZA VIARIA: OBJETIVO REUTILIZAR EL 65%

SOS03_21_09_R01

Se recomienda la puesta en marcha de un programa para facilitar el uso de aguas depuradas para el riego y limpieza viaria, teniendo en cuenta que se deberá analizar la red y llevar a cabo un programa de control analítico que garantice la calidad del agua desde el punto de vista sanitario y medioambiental. El objetivo podría ser reutilizar al menos un 65% de las aguas residuales para el riego de parques y jardines y limpieza viaria e ir aumentando en un 10% cada año.

MEJORA DEL SISTEMA DE RIEGO Y CANALIZACIÓN

SOS03_21_10_R01

Se recomienda disponer de un diagnóstico sobre los sistemas de canalización y riego que se utilizan en el destino, de cara a valorar la implantación de tecnologías para la gestión inteligente de la red, con el objetivo de reducción interanual del porcentaje de pérdidas en red respecto al año anterior. Se aconseja por ello la implantación de un Sistema Inteligente de Riego, que se sirva de los datos de la estación meteorológica del destino y calcule cuándo y cuánto regar y detecte posibles pérdidas en la red.

FOMENTO DEL RIEGO CON AGUA DEPURADA

SOS03_21_11_R01

Se deberán realizar acciones para incentivar el uso del agua depurada para el riego de parques y jardines y la limpieza viaria, tanto a nivel público como del sector turístico. Se aconseja la puesta en marcha de un programa para facilitar el uso de aguas depuradas, teniendo en cuenta que se deberá analizar la red y llevar a cabo un programa de control analítico que garantice la calidad del agua desde el punto de vista sanitario y medioambiental. El objetivo podría ser ir aumentando en un 10% cada año el uso para el riego y limpieza viaria de las aguas residuales ya depuradas.

ACCIONES PARA SOLVENTAR MALOS OLORES Y FOCOS INSALUBRES

SOS03_22_03_R01

Se deben establecer acciones de control y seguimiento de actividades o instalaciones potencialmente generadoras de contaminación ambiental por olores en el que se indiquen o recojan las acciones necesarias para la reducción de las molestias. Y se aplique la legislación en caso necesario con las sanciones contempladas. Se recomienda ejecutar un Plan de Gestión de malos olores en el que se recojan las medidas ya aplicadas y las posibles a aplicar y se implementen mediante la utilización de las nuevas tecnologías.

MECANISMOS/ACCIONES DE MINIMIZACIÓN DEL RUIDO

SOS03_23_01_R01

Se recomienda la elaboración de un mapa estratégico de ruido que tendrá la finalidad de determinar la exposición de la población y visitantes del destino al ruido ambiental, para posteriormente adoptar los planes de acción necesarios para no solo reducirlo sino también prevenirlo cuando estos niveles de exposición tengan efectos nocivos en la salud humana. Se debe disponer y aplicar la normativa legal en gestión de la Contaminación acústica aplicable al destino.

DISPOSICIÓN DE ESTUDIO DE HUELLA DE CARBONO Y FOMENTO DE

ACCIONES DE MITIGACIÓN

SOS03_24_02_R01

Se recomienda el fomento de las certificaciones de mitigación de huella de carbono en el destino. Y de forma previa realizar un inventario de las organizaciones que producen emisiones de GEI, para posteriormente poner en marcha las verificaciones de producto: Emisiones CO2 calculado, reducido o compensado. Se deben impulsar certificaciones de mitigación de huella de CO2. En el marco de la Estrategia de adaptación al cambio Climático se aconseja un programa para estimular a las empresas turísticas a medir y reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y fomentar al sector turístico a

participar en iniciativas de certificación, remisión y compensación de CO2, y adaptación al cambio climático, ejemplo de ello es el DTI Isla de Tenerife que impulsa mecanismos de compensación de la huella de carbono. Importante la monitorización, es decir, cuantificar la reducción de las emisiones del destino, por ello las acciones para la reducción de las emisiones de GEI.

CÁLCULO DE LA HUELLA DE CARBONO EN EL DESTINO

SOS03_24_03_R01

Se aconseja, como complemento al desarrollo de una Estrategia de adaptación al cambio Climático, realizar el cálculo de la huella de carbono del destino, en el que se identificarán todas las fuentes de emisión GEI y se obtendrán los puntos críticos para de esta forma definir las medidas de reducción del consumo, eficiencia energética y adaptación al cambio Climático. Y se deben implementar acciones para la reducción de GEI y disponer del cálculo comparativo anual. Con el objetivo de cuantificar la reducción de las emisiones del destino se recomienda implementar acciones para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y comparar los resultados de las emisiones anualmente.

DESPLIEGUE DE UNA SMART GRID EN EL DESTINO

SOS03_25_02_R01

Se aconseja establecer las acciones necesarias para la transformación de la red eléctrica actual en una red eléctrica inteligente o Smart grid, adaptando la infraestructura eléctrica a los contadores inteligentes existentes. Se podría en dicha red además incorporar sistemas de telegestión que permitan mediante sensores adecuar los horarios de funcionamiento y la intensidad de la iluminación según la situación, así como detectores de presencia que eviten el consumo innecesario.

PROGRAMA DE REDUCCIÓN DE CONSUMOS DEL ALUMBRADO PÚBLICO

SOS03_25_03_R01

Se aconseja implementar acciones para la reducción de consumos en el alumbrado público, y en concreto programas para la sustitución del alumbrado público por luminarias LED y sistemas de telegestión que permitan adecuar los horarios de funcionamiento y la intensidad de la luz, así como detectores de presencia que eviten el consumo innecesario, esto va alineado con usar una Smart grid en el destino. Aconsejable de forma previa disponer de una auditoria energética del alumbrado del destino.

DISPOSICIÓN DE CERTIFICADOS DE SISTEMA DE GESTIÓN ENERGÉTICA EN EDIFICIOS PÚBLICOS

SOS03_25_04_R01

Se recomienda obtener el certificado energético obligado de todos los edificios que cumplan las condiciones establecidas en el Real Decreto 390/2021, de 1 de junio, por el que se aprueba el procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios, los edificios de carácter público cuya superficie útil sea mayor a 250 m². Y a máximos se aconseja la implementación de medidas encaminadas al ahorro energético de los edificios públicos y certificar la gestión energética en todos ellos.

FOMENTO A LAS ENERGÍAS ALTERNATIVAS/RENOVABLES

SOS03_25_05_R01

Se aconseja en primer lugar elaborar una auditoria energética de las instalaciones públicas y considerar las posibles acciones de mejora energética, mediante el fomento de energías alternativas/renovables, con el objetivo de reducir el consumo energético, introduciendo criterios medioambientales y de eficiencia energética. Además, será positivo el fomento de energías alternativas/renovables (plantas fotovoltaicas o similares) con acciones como: campañas de sensibilización, formación y fomento de la cultura energética en todos los ámbitos, la implantación de eficiencia energética en las instalaciones

públicas, la implementación de acciones de movilidad sostenible, ordenanzas o normativas que favorezcan la instalación de sistemas de autoabastecimiento energético a través de energías renovables, etc. sobre todo en el sector turístico local.

USO DE VEHÍCULOS CON ENERGÍA ALTERNATIVA/LIMPIA EN LOS SERVICIOS PÚBLICOS

SOS03_25_06_R01

Se recomienda el uso de vehículos que utilicen energías alternativas/limpias con el objetivo de sustituir el total de la flota de vehículos de los servicios públicos

CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN PARA LA MINIMIZACIÓN DE RESIDUOS EN EL SECTOR TURÍSTICO.

SOS03_26_01_R01

Se deben realizar campañas de concienciación y sensibilización para la minimización de residuos en el sector turístico, que incluya asesorar e informar sobre las mejores prácticas de recogida y gestión de residuos en el ámbito turístico. Se recomienda fomentar que todas las empresas turísticas, dispongan de un plan de manejo ambiental, el cual incluya medidas de reciclaje, uso de envases retornables, eficiencia energética, uso de energías renovables, reducir la generación de residuos y desperdicio alimentario, y contribuir a ser un destino responsable y sostenible. Se aconseja vía web y otros canales la difusión de resultados obtenidos gracias a la puesta en marcha de las buenas prácticas en materia de recogida y reciclado de los residuos generados por el sector turístico. Se debe potenciar el valor y la necesidad social del reciclaje, mejorar la calidad de la separación de residuos y aclarar las dudas a los residentes y visitantes. La mejora en la cantidad y calidad del material reciclado se traduce en un beneficio ambiental que supone el ahorro de recursos naturales, de materias primas, de energía y disminución de emisiones a la atmósfera.

INCREMENTO CONTINUO DE LOS RATIOS DE RECICLAJE DE LOS RESIDUOS RECOGIDOS DE FORMA SELECTIVA

SOS03_26_03_R01

Se recomienda realizar campañas de sensibilización para el fomento del reciclado, destinadas tanto a la población residente como a los visitantes, con el objetivo de lograr una evolución interanual positiva del volumen de residuos recogidos de manera selectiva. Se debe informar al ciudadano de la evolución de los datos en la recogida de residuos de manera selectiva como forma de incentivar el incremento del reciclado. Incluso valorar bonificaciones por incremento del ratio de reciclaje.

CONSECUCCIÓN DE UN PORCENTAJE DE RESIDUOS RECICLADOS SUPERIOR AL 45%

SOS03_26_04_R01

Se aconseja desarrollar campañas periódicas de concienciación y sensibilización con el objetivo de potenciar el valor y la necesidad social del reciclaje, mejorar la calidad de la separación de residuos y aclarar las dudas a los residentes y visitantes. La mejora en la cantidad y calidad del material reciclado se traduce en un beneficio ambiental que supone el ahorro de recursos naturales, de materias primas, de energía y disminución de emisiones a la atmósfera. Se recomienda al destino cumplir el objetivo europeo de reciclar el 50% de los residuos domésticos y se valora en este requisito superar el 45% con el criterio de incrementos continuos año a año.

PROGRAMAS/MEDIDAS DE CONTROL DE VERTEDEROS IRREGULARES.

SOS03_26_05_R01

Se debe controlar la existencia de vertederos irregulares/ilegales en el territorio del destino, para ello se aconseja la puesta en marcha de un sistema de geolocalización de vertederos irregulares para generar un mapa en el que se ubiquen los puntos en los que se encuentran los vertederos, con el objetivo posterior e inmediato de clasificarlos, controlarlos y eliminarlos. Y estudiar la

aplicación de denuncias y sanciones por delito medioambiental a los causantes de los mismos.

DISPONIBILIDAD DE PUNTOS LIMPIOS FIJOS Y MÓVILES

SOS03_26_06_R02

Se aconseja la existencia de mínimo 1 punto limpio fijo o móvil por cada 24 mil habitantes, y es conveniente disponer de una web pública que contenga la información relativa al sistema de puntos limpios, tanto fijos como móviles, en la que se incluirá información sobre cómo funciona el sistema de reciclaje, campañas activas, etc. En este sentido es útil una ordenanza o normativa para obligar al productor o a otro poseedor de residuos peligrosos domésticos o de residuos cuyas características dificultan su gestión a que adopten medidas para eliminar o reducir dichas características o a que los depositen en la forma y lugar adecuados. Se valorará superar los mínimos y tener en consideración la población flotante equivalente debida al turismo en el territorio a efectos de disponibilidad de puntos limpios.

ACCIONES/MECANISMOS PARA EL CONTROL Y GESTIÓN DE LOS RESIDUOS PELIGROSOS

SOS03_26_07_R01

Se recomienda diseñar e implementar mecanismos para el control y gestión de los residuos peligrosos, siendo básico aplicar una ordenanza o normativa para obligar al productor o a otro poseedor de residuos peligrosos domésticos o industriales o de residuos cuyas características dificultan su gestión a que adopten medidas para eliminar o reducir dichas características o a que los depositen en la forma y lugar adecuados, puntos limpios o similar. Se puede además realizar campañas informativas que tengan por objeto la gestión correcta de residuos peligrosos.

SENSORIZACIÓN DE LA RECOGIDA DE RESIDUOS/BASURAS (VEHÍCULOS, CONTENEDORES, PAPELERAS, ETC.)

SOS03_26_08_R01

Se aconseja mejorar la eficiencia en la recogida de residuos mediante el uso de tecnología en la gestión, como puede ser el despliegue de sensores de carga en los contenedores de recogida de residuos con el objetivo de mejorar en la eficiencia en el diseño de las rutas de los vehículos de recogida, además de contar con una flota de vehículos sensorizada por GPS.

SOSTENIBILIDAD. Ámbito D: Desarrollo socioeconómico y economía circular

La sostenibilidad económica y social es lo que se analiza con los requisitos de este ámbito, desde varias perspectivas, como la protección de la economía local, fomento de productos kilómetro cero y turismo experiencial local, compras responsables acciones formativas en sostenibilidad, oportunidades de empleo justas colaboración con centros de conocimiento en sostenibilidad, redistribución de los beneficios y cargas del turismo, asistencia sanitaria al turista, seguridad y gestión de crisis, protección civil,...

IMPULSO AL PLAN DE AYUDA A LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO

SOS04_27_02_R02

Una vez se cuenta con un Plan de ayudas para las PYMES del destino, el paso siguiente sería un Plan de ayudas específico para las PYMES del sector turístico. se aconseja incluir ayudas a la promoción, capacitación y el apoyo a emprendimientos locales en turismo. El destino también podría promocionar la oferta turística local sostenible (incluyendo atracciones turísticas locales, productos km 0 como alimentación y bebidas, artesanía, artes interpretativas, productos agrícolas, etc.)

FOMENTO DE LA ADHESIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO AL PROGRAMA DE

APOYO A LAS PYMES

SOS04_27_03_R01

Se recomienda el fomento de la adhesión de las empresas y emprendedores del sector turístico al programa de apoyo a las PYMES con el objetivo de superar el 15% de las empresas del sector las que acceden al año a una línea de ayuda, para ello se propone realizar campañas anuales de difusión del programa de apoyo a las PYMES turísticas a través de medios de comunicación, redes sociales y reuniones técnicas dirigidas al sector turístico, para fomentar el acceso a las ayudas que estén disponibles, y así aumentar en un 5% anualmente las empresas que acceden a una línea de ayuda para superar el 15% mencionado.

COMPRAS A PROVEEDORES QUE SIGAN BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD

SOS04_28_01_R01

Se recomienda priorizar por parte del ente gestor del destino las compras a proveedores que sigan buenas prácticas en sostenibilidad, con el objetivo de que las mismas sean más del 40% del total, para ello se aconseja incrementar el porcentaje de compras sostenibles en un 10% anualmente. Se deben primar aquellos proveedores/subcontratistas que sigan buenas prácticas en materia de sostenibilidad, tanto en cuanto a productos como procesos, y comunicar este hecho a todos ellos, impulsando políticas de compras responsables, que prime a los proveedores locales, a las denominaciones de origen y al comercio justo, que se rijan por criterios de sostenibilidad. Estas medidas deben cumplirse por parte del organismo/s gestor y/o implicados de algún modo en el Sistema, y fomentarse, activamente, en el sector turístico privado.

FOMENTO DE LAS COMPRAS A PROVEEDORES LOCALES CON DENOMINACIONES DE ORIGEN Y AL COMERCIO JUSTO

SOS04_28_02_R01

Se considera conveniente el impulso y apoyo a la producción y comercio locales, con el objetivo de favorecer las compras a proveedores locales y al Comercio Justo. Se aconseja el incremento de este tipo de compras en un 10% de forma anual. Se podría priorizar por parte del ente gestor estas compras, con el objetivo de que las mismas sean más del 30% del total. Se deben primar aquellos proveedores/subcontratistas locales, KM 0, a las denominaciones de origen y al comercio justo, y sostenibles. Estas acciones deben cumplirse por parte del organismo/s gestor y/o implicados de algún modo en el Sistema, y fomentarse, activamente, en el sector turístico privado, a través de campañas de sensibilización y educación en consumo responsable y Comercio Justo, ético y sostenible.

IMPULSO A EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LOCALES

SOS04_29_02_R01

Se aconseja promover la creación de experiencias turísticas locales o propias del destino con el objetivo de dinamizar los recursos patrimoniales, las ferias, mercados, congresos, etc., y que difundirlo a través de la página web turística. Es por ello importante un programa de menos de 4 años orientado a promover la creación de experiencias turísticas propias. Sirva de ejemplo el DTI Valle del Jerte que ha implementado un piloto sobre Experiencias turísticas y Sector Primario en colaboración con SEGITTUR en 2021.

FORMACIÓN EN SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

SOS04_33_01_R01

Se recomienda contar con un programa estratégico de acciones formativas en materia de sostenibilidad destinado a la formación del personal que trabaja en el sector turístico, público y privado. El programa incluirá objetivos anuales de formación, acciones de formación continua del personal en función de su actividad habitual, en materia de sostenibilidad turística, economía circular y desarrollo sostenible.

IMPULSO DE PROGRAMAS/MEDIDAS ACTIVAS PARA FOMENTAR

OPORTUNIDADES DE EMPLEO JUSTAS A NIVEL LOCAL

SOS04_34_01_R01

Se recomienda ejecutar acciones o un programa para fomentar oportunidades de empleo justas, basado en la creación y mantenimiento de un empleo de calidad en el sector turístico local. Y de forma previa sería conveniente disponer de un diagnóstico en relación al mercado laboral y el turismo del destino, que sirva para diseñar las propuestas de mejora.

FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN DE PERSONAL RESIDENTE EN EL SECTOR TURÍSTICO LOCAL

SOS04_34_02_R01

Se aconseja realizar acciones o iniciativas orientadas al fomento de la contratación de personal residente/local en el sector turístico, dirigidas a la estabilidad del empleo del sector turístico y reducir la temporalidad.

APOYO A LA CONCILIACIÓN FAMILIAR PARA LOS EMPLEADOS DEL ENTE GESTOR TURÍSTICO

SOS04_34_03_R01

Se aconseja al ente gestor del destino turístico que disponga de un programa de conciliación laboral para sus empleados s en el marco de la responsabilidad social corporativa.

FOMENTO DE LA CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

SOS04_34_04_R01

Se aconseja desarrollar un programa/acciones para impulsar la conciliación familiar de los empleados del sector turístico, que se incentiven a las empresas turísticas que dispongan de planes de conciliación para sus empleados en el marco de la responsabilidad social corporativa, intensificando la sensibilización del empresariado y acciones de formación en las propias empresas al respecto. Tras la implantación de las acciones las empresas se podrán acreditar por su compromiso con la conciliación, como clave de la calidad en el empleo. El objetivo es que más del 80% de empresas del sector turístico cuenten con medidas orientadas a garantizar la conciliación de la vida laboral y familiar.

COLABORACIÓN DEL ENTE GESTOR TURÍSTICO CON ESCUELAS O CENTROS DE TURISMO EN TEMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

SOS04_35_01_R01

Se recomienda la colaboración entre el sector turístico y las escuelas o centros de turismo existentes en temas de desarrollo sostenible, ejemplo investigaciones en capacidad de carga, indicadores de sostenibilidad, etc. El ente gestor del destino deberá colaborar en las escuelas y centros de turismo (si existen) en actividades y programas relacionados con el desarrollo sostenible. Además, se promoverá el concierto de visitas de estudiantes, oferta de prácticas laborales, etc. Un buen ejemplo es el DTI Guadalajara que en 2022 ha firmado un convenio de colaboración con la Universidad de Alcalá para impulsar su desarrollo como destino turístico sostenible.

DOTACIÓN DE REFUERZOS POLICIALES EN PERIODOS DE MAYOR

INTENSIDAD TURÍSTICA SOS04_36_01_R01

Se recomienda reforzar la presencia de efectivos policiales durante los periodos en los que el destino acoge una mayor afluencia de visitantes. Es aconsejable que este aumento se asigne especialmente a aquellos recursos y lugares de mayor interés turístico. Esta medida redundará en un aumento de la seguridad tanto para residentes como para visitantes. En la misma línea, el destino puede impulsar otras acciones complementarias al refuerzo de personal como la elaboración de recomendaciones preventivas dirigidas a turistas y residentes.

DISPOSICIÓN DE SUFICIENTE DOTACIÓN POLICIAL

SOS04_36_03_R01

Se recomienda para garantizar la seguridad del turista disponer de la dotación suficiente de efectivos policiales necesarios para garantizar la seguridad en diferentes estaciones del año, eventos o posibles crisis. Se debe adaptar los efectivos policiales a la temporada turística, se considera que debe haber 18 efectivos policiales o más por cada 10.000 habitantes, aquí se debería contabilizar la población flotante junto a la población residente. También se

considera conveniente disponer de un programa para garantizar la seguridad del turista mediante protocolos de actuación específicos, existencia de medidas necesarias para garantizar la seguridad del turista, en cuanto a prevención de incendios y vías de evacuación. Además, puede establecer y dotar de recursos el plan de crisis, incluidas posibles crisis derivadas de cuestiones de salubridad, que está disponible para los turistas, las empresas y organizaciones turísticas y la población local. Se considera conveniente disponer de un grupo de policía turística como es el caso del DTI Salamanca, formada en idiomas y en atención a los turistas.

DISPOSICIÓN DE UN SISTEMA DE RECOGIDA DE DENUNCIAS

DIFERENCIADA

SOS04_36_05_R01

Se recomienda al destino habilitar una herramienta o procedimiento que permita recoger y explotar de manera segmentada las denuncias realizadas por visitantes en la policía a lo largo de todo el año. Se trata de poder obtener una radiografía fidedigna de cómo (tipología del hecho), dónde (zonas turísticas y/o zonas residenciales) y contra quién (nacionalidad, edad, sexo, etc.) se llevan a cabo los hechos delictivos, permitiendo al destino planificar y/o reforzar acciones para mejorar la seguridad del territorio y ser un destino seguro, siendo una ventaja diferenciadora a la hora de la promoción turística.

RECOGIDA Y MONITORIZACIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES ANUAL QUE

RECIBEN ATENCIÓN SANITARIA EN EL DESTINO

SOS04_38_02_R01

Se recomienda recoger y monitorizar anualmente el número de visitantes que reciben atención sanitaria en el destino, y utilizar después esta información para mejorar la atención sanitaria a los turistas.

EJE ACCESIBILIDAD

ACCESIBILIDAD. Ámbito A: Gestión de la accesibilidad

En este ámbito se analiza la legislación relacionada con accesibilidad y turismo que afecta al territorio del destino, así como los recursos humanos, su formación y los recursos económicos disponibles para su aplicación. Por otro lado, se analizan cuestiones relacionadas con los instrumentos estratégicos de planificación, el conocimiento por parte del destino de las condiciones de accesibilidad de su oferta turística, la comunicación y la participación de los usuarios en el planeamiento de las políticas y actuaciones encaminadas a la puesta en marcha de medidas para la mejora de la accesibilidad.

APLICACIÓN DE NORMATIVA DE ACCESIBILIDAD

ACC01_01_01_R02

Las administraciones municipales presentes en el territorio del destino deben asegurarse de que se está aplicando correctamente la normativa de obligado cumplimiento en materia de accesibilidad en los ámbitos de obras que recaen en sus competencias, así como en licencias de obras (sector privado) y licencias de apertura de establecimientos. Como mecanismo de verificación, se propone la elaboración de herramientas, a modo de protocolos, que aseguren el cumplimiento de la normativa vigente, su publicación y difusión. Un ejemplo de protocolo utilizado en este ámbito son las denominadas “listas de verificación” o de checklist, que pueden ser empleadas por el destino en las fases de nueva implantación, rehabilitación o reforma. Esta recomendación va íntimamente ligada con la promoción y difusión de las normas que aplican en materia de accesibilidad, así como con la formación y sensibilización, especialmente al personal técnico de las áreas de urbanismo de los diferentes ayuntamientos.

CONSIDERACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LA NORMATIVA LOCAL

ACC01_01_01_R03

Es recomendable que los municipios que componen la entidad local correspondiente al ámbito territorial del destino complementen la normativa

estatal y autonómica de obligado cumplimiento en materia de accesibilidad universal, con normativa de ámbito local (ordenanza / instrucciones).

Una opción es la creación de una ordenanza específica sobre accesibilidad. Esta ordenanza supondrá el complemento final de la normativa sectorial de aplicación en materia de accesibilidad.

Como alternativa a la creación de una ordenanza específica sobre accesibilidad, se recomienda que las administraciones municipales incluyan criterios de accesibilidad universal en las distintas ordenanzas existentes a través de consideraciones puntuales, de modo que quede inmersa de forma transversal en cada una de ellas. Ejemplo: mantenimiento del ancho y alto libre de paso junto a fachada en las zonas de terrazas, en la ordenanza de ocupación de la vía pública.

Además, se recomienda realizar una modificación de las principales ordenanzas para adaptarlas a la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

INCLUSIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

ACC01_02_01_R01

Es imprescindible contar con herramientas de planificación de la accesibilidad y que esta se considere en la planificación turística del destino. Así, cuando el ente gestor del destino no dispone de herramientas que permitan planificar la accesibilidad universal en ámbito supramunicipal, se recomienda que sean los diferentes municipios que lo componen los que cuenten con un plan municipal de accesibilidad, que incluya tanto la gestión como la implantación, y que aborde tanto el ámbito edificado (recursos turísticos y otros puntos de interés turístico, alojamientos, oficinas de turismo, restaurantes, etc.) como el ámbito urbanístico (rutas turísticas, principales itinerarios peatonales y zonas estanciales - parques, playas, etc. - en el destino) como el transporte (paradas de autobús y taxi, material móvil, plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida).

También resulta conveniente que en la planificación turística del destino la accesibilidad se considere de forma expresa (como una de las líneas estratégicas, si se trata de un plan estratégico de turismo, como acciones temáticas o transversales en los planes de actuación turística, etc.).

Además, es recomendable la inclusión de la accesibilidad de forma transversal en otros documentos de planificación: entre otros, por ejemplo, en los planes de movilidad sostenible.

DOTACIÓN DE MEDIOS HUMANOS, TÉCNICOS Y ECONÓMICOS PARA LA GESTIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

ACC01_03_01_R01

La dotación de medios es un elemento imprescindible para que la gestión de la accesibilidad no quede en un mero proyecto y para que su implantación sea real. Dicha dotación debe realizarse a nivel humano (personal dedicado parcial o totalmente a temas de accesibilidad), técnico (equipos que posibiliten el trabajo requerido) y económico (inclusión de partidas o capítulos de forma sistemática en los presupuestos del destino).

Todo ello se puede concretar en una oficina de accesibilidad que, con medios humanos, técnicos y económicos pueda coordinar de forma transversal la gestión de la accesibilidad en el destino.

Entre otras funciones, puede realizar o coordinar: seguimiento de actuaciones, servicio de asesoramiento, gestión de incidencias, promoción de acciones de información y promoción.

Cuando la entidad local correspondiente al ámbito territorial del destino no cuente con competencias para la creación de una oficina técnica de accesibilidad o similar de ámbito supramunicipal, se considerará fundamental para una buena gestión de la accesibilidad en el territorio que cuenten con ella los municipios que la componen o - en su lugar - que exista una oficina técnica de accesibilidad a nivel provincial/autonómico y que esta dedique medios y recursos al territorio del destino.

FORMACIÓN DEL PERSONAL DEL ENTE GESTOR EN ACCESIBILIDAD

ACC01_04_01_R01

Se recomienda que el personal del ente gestor del destino que tenga algún tipo de relación directa o indirecta con la accesibilidad, tenga una formación adecuada, que vaya más allá de la formación recibida por su cualificación personal: debe ser específica en relación a su puesto y estar actualizada. Se proponen acciones formativas en líneas concretas:

- Cursos sobre accesibilidad universal a los técnicos del destino, con el objetivo de que se refuercen las actuaciones transversales. Esta formación deberá incorporar un módulo de atención a personas con discapacidad y módulos específicos como equipamientos o comunicación, entre otros.

- Creación de mesas o talleres de debate sobre las diferentes acciones que se están desarrollando a nivel nacional e internacional, con las mejores prácticas detectadas (en arquitectura, equipamientos, servicios, etc.) en otros destinos, para que puedan servir como ejemplo y transmisión de conocimiento.

Se podría dar continuidad a anteriores iniciativas, organizando una o varias jornadas de formación sobre accesibilidad a técnicos del ente gestor (con posibilidad de que también sea abierta o no) enfocada a temas de turismo: accesibilidad en museos, en hoteles, en comercios y locales de restauración, en servicios complementarios, etc.

Dicha formación deberá tener un carácter transversal (diferentes áreas), continuada (establecer periodicidad, al menos un curso cada dos años) y de calidad (contenidos mínimos suficientes).

El objetivo es que al menos un 20% del personal realice cursos de formación, con periodicidad anual, con contenidos amplios (30 horas mínimo en global).

DISPOSICIÓN DE UN DIAGNÓSTICO TÉCNICO DE ACCESIBILIDAD

TURÍSTICA

ACC01_05_01_R01

Para conocer el grado de cumplimiento de la accesibilidad de todos los elementos que conforman la cadena de valor del turismo es necesario proceder a un diagnóstico de cada uno de ellos a través de un informe técnico.

Dichos informes deben ser específicos para cada recurso, evitándose que queden en consideraciones generales. En su contenido se deben contemplar las necesidades no solo de movilidad sino también de aprehensión, localización y comunicación para cubrir así todas las acciones básicas de los turistas, independientemente de su capacidad. Es decir, se tendrán en cuenta necesidades no solo de personas usuarias de sillas de ruedas, sino también personas con dificultades de visión, audición, comprensión, personas mayores, niños, etc.

Asimismo, se intentará cubrir los diferentes eslabones de la cadena: puntos de interés turístico, infraestructuras de transporte, alojamiento, restauración, ocio, tiendas y comercios, oficinas de turismo, espacios públicos urbanos (playas, parques, paseos, etc.).

En dichos informes no solo se cubrirá la accesibilidad del entorno, sino también la accesibilidad de los servicios que se prestan y los productos que se ofrecen (ej. folletos y visitas guiadas en la oficina de turismo).

El diagnóstico de accesibilidad de los recursos del destino debe ser una documentación actualizada (< 10 años) y que cubra todos o casi todos los recursos existentes (> 80%).

La información de cada uno de los diagnósticos técnicos de accesibilidad servirá para la elaboración del inventario de recursos accesibles del destino.

DISPOSICIÓN DE UN INVENTARIO DE ACCESIBILIDAD DE LOS RECURSOS

TURÍSTICOS DEL DESTINO

ACC01_05_02_R01

El destino no tiene identificados ni inventariados suficientemente sus recursos turísticos y tampoco conoce las condiciones de accesibilidad básicas de cada uno de los recursos existentes (instalaciones, equipamientos, productos y servicios). Por tanto, se propone la estructuración de un inventario de todos los recursos turísticos (públicos y privados) abordando las diferentes tipologías:

- Accesibilidad en edificaciones de interés turístico (museos, iglesias, castillos, etc.).
- Accesibilidad en espacios urbanos de interés turístico (casco histórico, parques, playas, etc.).
- Accesibilidad en recursos de alojamiento (hoteles, casas rurales, etc.).
- Accesibilidad en recursos de hostelería y comercio (bares, restaurantes, tiendas, etc.).
- Accesibilidad en recursos de servicios (oficinas de información turística, farmacias, policía, centros de salud).

En dicho inventario de recursos turísticos accesibles se debe identificar claramente cuáles son accesibles según las diferentes condiciones básicas de

accesibilidad: movilidad, visión, audición o comprensión. Además, se pueden incorporar diferentes niveles (ejemplo: uso de forma autónoma, con dificultad o ayuda, muy difícil o imposible para personas con alguna dificultad) o referencias descriptivas de la instalación apoyándose en la documentación del diagnóstico técnico de accesibilidad.

Este inventario facilitará la generación de contenidos para la promoción de los recursos turísticos del destino (en medios digitales y offline), destacando aquellos que tienen las mejores condiciones de accesibilidad.

FOMENTO DE LA COBERTURA DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA

MEDIANTE ACCIONES DE ACCESIBILIDAD

ACC01_05_03_R01

Se debe impulsar que en el contenido web, folletos, informes y demás material promocional estén identificados recursos en los diferentes grupos (eslabones) de la cadena de valor y que los recursos identificados sean accesibles (ej. incluidos en el inventario de accesibilidad).

Se considera cubierto un eslabón cuando están identificados al menos dos recursos accesibles (infraestructuras/servicios) en los diferentes elementos (eslabones) de la cadena de valor. Dichos eslabones básicos a considerar son, al menos, los siguientes:

- 1 Planificación del viaje (información de la oferta, reservas, etc.)
 - 2 Transporte de llegada al destino
 - 3 Alojamiento
 - 4 Restauración
 - 5 Transporte público local
 - 6 Puntos de interés turístico o actividades de ocio.
-

DISPOSICIÓN DE UNA COMISIÓN/MESA O SIMILAR DE ACCESIBILIDAD EN

EL DESTINO

ACC01_06_01_R01

Se aconseja contar con una comisión/mesa o similar de accesibilidad en el destino, como herramienta para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad, siendo clave en la conformación del territorio como destino turístico accesible y, por tanto, inteligente. Es fundamental que la comisión/mesa realice un seguimiento de las acciones de accesibilidad impulsadas por el destino, que las reuniones tengan periodicidad de - al menos - dos en los dos últimos años, con participación o representación política, técnica y ciudadana (entidades representativas de colectivos vulnerables). Entre las acciones a desarrollar por dicha comisión/mesa o similar, deberían estar:

- Asignación de medios humanos, técnicos y económicos específicos sobre accesibilidad.
 - Puesta en marcha y desarrollo del Plan de accesibilidad.
 - Velar por el cumplimiento del R.D. legislativo 1/2013 de Derechos de las personas con discapacidad.
 - Posibilitar la participación reglada de entidades especializadas.
 - Promover programas de sensibilización sobre accesibilidad.
 - Consensuar la resolución de incidencias de accesibilidad que dependan del ente gestor o redirigir a quien corresponda.
-

INCLUSIÓN DE CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD EN LOS PLIEGOS DE LAS

LICITACIONES

ACC01_06_02_R01

Cualquier servicio solicitado desde la Administración Pública puede favorecer o marginar el ámbito de la accesibilidad universal pues, si bien existe un marco normativo que hay que cumplir, esto no siempre se produce si no se solicita expresamente. En adición, pueden incluso solicitarse mejoras sobre lo legalmente establecido (mínimos) para asegurar un mayor impacto.

Es por ello que se recomienda de forma prioritaria la inclusión expresa de criterios de accesibilidad en todos los pliegos de condiciones que tengan que ver, entre otros, con los siguientes ámbitos:

- Organización de actividades de diferente tipo (lúdicas, culturales, gastronómicas, deportivas, entre otras).
- Explotación de servicios.
- Actividades externalizadas, como visitas guiadas. De esta manera, se aseguraría la realización de un porcentaje de visitas guiadas bajo criterios accesibles.

En los ámbitos cuya competencia sea ajena al Ente Gestor del destino (por ejemplo, entre otros, en las licitaciones de obras para la construcción/rehabilitación de edificios o en la compra de mobiliario urbano), se recomienda que sean los municipios que lo componen los que incluyan de forma sistemática y expresa la consideración de la accesibilidad en los pliegos de condiciones relativos a los ámbitos de su competencia.

IDENTIFICACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DE EMERGENCIAS ACCESIBLES EN EL DESTINO

ACC01_07_01_R01

Es necesario identificar todas las infraestructuras de emergencia accesibles en el destino, tanto las de emergencia sanitaria (centros médicos, hospitales) como de seguridad (comisarías de policía, por ejemplo) y poner esta información a disposición de ciudadanos, visitantes y proveedores de servicios turísticos.

Se considera que son infraestructuras de emergencia accesibles si disponen al menos de la entrada accesible y el punto de atención al público adaptado.

CONSIDERACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD DE FORMA EXPLÍCITA EN LOS PLANES DE AUTOPROTECCIÓN DE RECURSOS (INFRAESTRUCTURAS O ACTIVIDADES) Y PLANES DE EMERGENCIA DEL DESTINO

ACC01_07_02_R01

Hasta ahora no se han considerado - o no se ha hecho suficientemente - las necesidades de accesibilidad en los protocolos de emergencias y evacuación.

Por lo tanto, es preciso revisar los protocolos de evacuación de los diferentes recursos (planes de autoprotección de edificios, espacios urbanos, eventos de gran concurrencia, entre otros) para garantizar que su evacuación es accesible, con una señalización adecuada (diferenciada) de rutas de evacuación accesible, zonas de refugio si fuera necesario, planos de evacuación accesibles, protocolos de actuación, etc.

Cuando la competencia sea ajena al ente gestor del destino, serán las correspondientes áreas responsables de la seguridad ciudadana de cada municipio las encargadas de contemplar las necesidades de accesibilidad en los planes de emergencia y planes de autoprotección de edificios.

Además, es fundamental incluir en los planes de seguridad y autoprotección, no solo los protocolos de evacuación y pautas de actuación que tengan en cuenta las necesidades de personas con discapacidad en situaciones de emergencia, sino además proporcionar una adecuada formación en necesidades de personas con discapacidad, para las fuerzas de Policía, Bomberos y Protección Civil, así como los técnicos municipales del área de Seguridad Ciudadana.

INCLUSIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN PROTOCOLOS PARA HACER FRENTE A SITUACIONES EXCEPCIONALES PARA NO RESIDENTES

ACC01_07_03_R01

Se recomienda tener en cuenta la accesibilidad en los protocolos y medidas del destino ante situaciones excepcionales (ej. pandemia, ataque terrorista, desastres naturales, etc.) para no residentes. Las líneas de trabajo serán:

- 1- Disposición de un protocolo de seguridad con opciones de información accesible a los turistas sobre asistencia, facilidades para el traslado a centro hospitalario, regreso a domicilio, repatriación, etc.
 - 2- Disposición de un sistema que permita vigilar la seguridad sanitaria de los visitantes (situaciones de riesgo) y facilitar su atención.
 - 3- Tener en cuenta la accesibilidad y las diferentes necesidades de las personas en eventuales medidas de seguridad que se adopten.
 - 4- Disposición de canales accesibles (al menos dos) para la comunicación de situaciones de emergencia: visual, auditivo o táctil, por ejemplo.
-

FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS USUARIOS EN LA MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD

ACC01_08_01_R01

Se sugiere la puesta en marcha de convenios de colaboración con entidades especializadas en accesibilidad, encaminados a facilitar la participación de dichas entidades en la mejora de la accesibilidad del destino. Según cada caso esta participación se podría concretar en:

- Participación en la comisión/mesa de accesibilidad.
- Validación como usuarios de acciones sobre accesibilidad (en proyecto o en uso).
- Asesoramiento ante nuevos proyectos e iniciativas.
- Colaboración en acciones de sensibilización/formación en accesibilidad.

La relación no debe ser ocasional sino periódica o estable. Se debe fomentar, además, la relación con asociaciones de diferentes tipos: personas con discapacidad física, visual, auditiva, intelectual, mayores, etc.

GESTIÓN DE INCIDENCIAS SOBRE ACCESIBILIDAD

ACC01_08_02_R01

Se propone la identificación y coordinación de la gestión de incidencias que afectan a la accesibilidad en cada uno de los municipios del destino, con objeto de mejorar su eficacia, así como poder implementarse con gestiones similares realizadas en otros destinos. Esta coordinación se podría realizar bien a través de la oficina técnica de accesibilidad o de la comisión/mesa de accesibilidad.

Se recomienda que, cuando la creación de un sistema de gestión de las incidencias sobre accesibilidad no forme parte de las competencias del ente gestor del destino, sean los municipios que lo componen los que implementen dicha iniciativa a nivel local.

ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE APOYO Y DIFUSIÓN DE ESTABLECIMIENTOS Y RECURSOS ACCESIBLES

ACC01_09_02_R01

Se recomienda organizar periódicamente campañas de apoyo y difusión, premios o distinciones para valorar y dar visibilidad a aquellos recursos turísticos del destino que apuestan por la mejora de la accesibilidad en sus instalaciones, productos o servicios. Algunos ejemplos que se pueden llevar a cabo son:

Ej.1: Distintivo de accesibilidad y difusión pública de todos los establecimientos accesibles del destino;

Ej.2: Premio a la empresa turística local que más apuesta por la accesibilidad.

IMPULSO DE ACCIONES DE FORMACIÓN EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL Y TURISMO DIRIGIDO AL SECTOR TURÍSTICO PRIVADO

ACC01_09_03_R01

No se han llevado a cabo iniciativas de formación en materia de accesibilidad dirigidas al sector turístico privado, lo cual se traduce en una oportunidad perdida para que este también se haga promotor de un destino accesible.

Se recomienda, por tanto, impulsar el diseño y desarrollo de acciones de formación en accesibilidad y turismo dirigidas a profesionales del sector privado y profesionales del turismo. Se incluirán tanto consideraciones necesarias en las infraestructuras, equipos y productos de apoyo, como pautas para la atención a viajeros con necesidades de accesibilidad. Se recomienda que la formación tenga un contenido teórico-práctico donde los gestores de los recursos puedan evidenciar una fácil aplicación a su negocio.

Estarán destinados a gestores, profesionales del sector turístico y profesionales en general relacionados con la experiencia en destino, necesarias para difundir el conocimiento y la toma de conciencia de las ventajas y conveniencia de la accesibilidad, así como a formar y promover la creación, gestión y mantenimiento de la accesibilidad.

REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN CIUDADANA SOBRE ACCESIBILIDAD EN EL DESTINO

ACC01_10_01_R01

No hay constancia de la puesta en marcha de acciones de sensibilización en materia de accesibilidad por parte del destino.

Se recomienda, por tanto, fomentar acciones de sensibilización dirigidas al personal técnico del ente gestor del destino, así como a los diferentes municipios que lo componen, a los profesionales del sector turístico y a la población residente, con el objetivo de fomentar una mayor concienciación sobre la accesibilidad universal.

Es deseable que estas acciones y campañas de sensibilización se desarrollen con la colaboración de entidades sociales locales que representan a personas con diferentes necesidades de accesibilidad.

PROMOCIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO ACCESIBLE

ACC01_10_02_R01

Se propone la elaboración de un programa de promoción de la accesibilidad en la oferta turística del destino, que estaría integrado dentro de la estrategia turística del municipio y del plan de marketing. Dicho programa de promoción deberá incluir al menos:

- Propuesta de asignación de presupuesto para el impulso de la promoción de la accesibilidad en los recursos turísticos.
 - Definición de estrategias para dar cobertura a toda la cadena de valor turística.
 - Acciones de sensibilización y formación en turismo accesible y atención al público con necesidades de accesibilidad, dirigidas al sector turístico.
 - Garantía de que la información turística que se ofrezca sea accesible, tanto en contenidos como en los canales utilizados.
 - Promoción y difusión de la oferta turística accesible del destino, tanto de infraestructuras como de actividades y servicios.
 - Integración en la estrategia turística del destino, no como un producto alternativo sino de forma transversal en los diferentes productos turísticos: turismo cultural, gastronómico, sol y playa, de naturaleza, etc.
-

DESARROLLO DE LA ACCESIBILIDAD MEDIANTE SOLUCIONES

TECNOLÓGICAS/INNOVADORAS QUE MEJORAN LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN ACCESIBLE

ACC01_11_01_R01

Se recomienda la implantación de soluciones tecnológicas que mejoren la accesibilidad en la información y la comunicación. En particular se trataría de la puesta en marcha de proyectos de tecnología e innovación que faciliten la experiencia de los turistas (y residentes en general) a través de los diferentes campos:

- Aplicaciones móviles de información sobre la accesibilidad del entorno.
- Interfaces personalizados en webs.

- Quioscos digitales.
 - Sistemas de transmisión de información (audio y/o texto) a los dispositivos móviles de los usuarios.
 - Material audiovisual. Tanto de promoción turística como aquellos con contenido explicativo: deberán ir acompañados de subtítulos, interpretación signada en Lengua de Signos Española y audio descripciones.
 - Uso de formatos alternativos en la señalética, como paneles informativos en braille, mapas táctiles e interfaces en puntos clave y códigos QR que enlacen con portales donde pueda escucharse la información de interés. En cuanto a la unificación de la señalética, puede tomarse como referencia la Norma UNE 170002:2022 Requisitos de accesibilidad para los elementos de señalización en la edificación.
 - Portales web. Asegurando la accesibilidad de las webs como soporte y del contenido transmitido. Entre otros, puede tomarse como referencia la Norma UNE 139803:2012 sobre las características de los contenidos de los sitios web.
- Si el personal de las oficinas de información turística no está formado para comunicarse en Lengua de Signos Española, se recomienda el uso de sistemas de vídeo de traducción simultánea.
-

PUESTA EN MARCHA DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA FACILITAR LA ACCESIBILIDAD EN LA MOVILIDAD DE LOS TURISTAS EN EL DESTINO

ACC01_11_02_R01

Se recomienda la implantación de soluciones tecnológicas que mejoren la accesibilidad en la movilidad. En particular se trataría de ejecutar proyectos de tecnología e innovación que faciliten la experiencia de los turistas (y residentes en general) en todo lo referente a la movilidad. Esta implementación se puede realizar en diferentes campos:

- Sistemas de guiado (peatonal y de interiores).
 - Aplicaciones para facilitar el aparcamiento (localización de plazas libres) en especial a Personas con Movilidad Reducida (PMR).
 - Puntos de cruce inteligentes (detección peatonal, implementación de alumbrado y señalización).
-

ACCESIBILIDAD. Ámbito B: Implantación de la accesibilidad

Este ámbito trata la accesibilidad desde dos perspectivas: las herramientas tecnológicas y los espacios físicos. Así y siguiendo con el art. 5 del Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público, por un lado, se analiza la accesibilidad de las webs de turismo, aplicaciones o herramientas susceptibles de ser usadas por los visitantes en el destino, como pieza fundamental de la comunicación. Por otro lado, se examinan las condiciones de accesibilidad en el transporte local y en los espacios fundamentales para los visitantes, desde las oficinas de turismo a los principales recursos turísticos, playas y espacios naturales, así como la accesibilidad en las actividades y eventos organizados por el destino.

ACCESIBILIDAD DE LA WEB TURÍSTICA DEL DESTINO

ACC02_12_01_R01

Se aconseja al destino trabajar los criterios de accesibilidad en la página web turística, para posibilitar la navegación a personas con alguna discapacidad, exigiendo la aplicación del concepto de accesibilidad a los equipos de desarrollo de las páginas webs municipales, siguiendo las pautas WCAG 2.0 de la WAI (Web Accessibility Initiative) del W3C (World Wide Web Consortium).

De forma general, deben llevarse a cabo las siguientes actuaciones correctivas:

- Proporcionar a todas las imágenes un texto alternativo cuya descripción refleje la información que se desea transmitir. Si la imagen es decorativa, el texto alternativo estará vacío. Si las imágenes llevan texto en su interior, la descripción debe poder transmitir la información visual de manera textual.
- Estructurar correctamente todos los encabezados de las páginas, siguiendo una jerarquía con un único nivel superior y sin saltos entre niveles, de forma que un lector de pantalla pueda navegar sin problemas.
- Proporcionar a todos los enlaces un texto comprensible, ninguno puede estar vacío. Cuando el enlace es una imagen, esta debe de tener un texto alternativo correcto.
- Alertar de los enlaces que abren nuevas ventanas.
- Diferenciar, con un formato diferente, los textos que son enlaces de los que no lo son.

- Evitar que enlaces con el mismo texto lleven a páginas diferentes. Añadir la información necesaria para poder diferenciarlos.
 - Reestructurar el contenido de la información que aparece en tablas para que no se pierda ninguna columna de información al visualizar el contenido. Si es posible, sustituir la tabla por otros elementos HTML o bien documentar perfectamente la tabla con títulos, encabezados, etc.
 - Debe mejorarse el contraste cromático de las zonas que lo requieran.
 - Debe permitirse la navegación a través del teclado por todos los elementos de las diferentes páginas.
 - Resaltar el elemento de la página en el que se encuentra el foco en cada momento.
 - Describir cada elemento y la información en el idioma correspondiente, sin mezclar texto en diferentes idiomas.
 - Enlazar adecuadamente cada enlace a su página destino o al sitio web correspondiente.
-

INCLUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA ACCESIBILIDAD DEL DESTINO EN LA WEB

ACC02_13_01_R01

Se recomienda resaltar la información sobre la accesibilidad de la oferta turística del destino en la web de turismo.

La información ofrecida debería permitir que el turista pueda realizar una valoración previa a la visita, por lo que no es suficiente indicar que un recurso es accesible o no, sino que habrá que describir o enunciar las características básicas de accesibilidad existentes. Se recomienda integrar la información obtenida del diagnóstico de accesibilidad (por ejemplo, mediante un enlace).

POSIBILIDAD DE INTERACCIÓN DE FORMA ACCESIBLE PARA RESERVAS, COMPRAS O AMPLIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE NECESIDADES ESPECIALES

ACC02_13_02_R01

Es necesario que los canales dispuestos, en la fase previa al viaje, para solicitar citas, ampliar información, reservar o comprar productos/servicios promovidos por el destino o que formen parte de su oferta, permitan a todas las personas el acceso y el uso, en igualdad de condiciones. Para ello, dichos canales deberán contemplar diferentes formas de interacción entre el turista y el destino/proveedor del servicio, además de cumplir unas condiciones de accesibilidad, en función del medio usado (p. ej. accesibilidad web, si el canal es la página web). A título de ejemplo, para realizar la reserva de una actividad, se pondrá a disposición la información en la correspondiente página web, mediante un servicio telefónico, un servicio de mensajería instantánea, una dirección de correo electrónico y también contemplando la atención presencial en puntos de información (oficinas de turismo, taquillas, etc.).

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS MEDIOS/CANALES DE INFORMACIÓN EN DESTINO, APARTE DE LA FACILITADA POR EL PERSONAL DE LA OFICINA

ACC02_14_01_R03

En los puntos de atención e información turística del destino (oficinas de turismo, ventanillas, taquillas de venta al público, mostradores de información, etc.) se deberán proporcionar medios informativos accesibles, alternativos al material en formato texto y a la información verbal del personal, como contenidos y otro tipo de información en braille y en lectura fácil. Asimismo, es recomendable disponer de audioguías y signoguías; el material audiovisual debería contar con subtítulos y la información textual y verbal, complementada por lengua de signos. Para reducir el ruido ambiente y permitir a todas las personas con audífono u otro tipo de prótesis auditiva recibir una información sonora más limpia y nítida, los puntos de atención e información del destino deben contar con la instalación de un bucle de inducción magnética.

MEJORA DE LA INFORMACIÓN DE SOLUCIONES ANTE DIFERENTES

NECESIDADES IMPREVISTAS DE ACCESIBILIDAD

ACC02_14_01_R04

Además de la información ofrecida por el destino sobre las condiciones de accesibilidad de su oferta, se considera de gran utilidad proporcionar otro tipo información muy valiosa para turistas y visitantes con diferentes necesidades de accesibilidad. A título de ejemplo, se recomienda ofrecer, a través de los principales canales y materiales de promoción turística (página web, folletos, etc.), información sobre soluciones de accesibilidad, en algún caso necesarias ante incidentes u otras necesidades imprevistas: farmacias y farmacias de guardia, ópticas, centros auditivos y tiendas de audífonos, tiendas de ortopedia o de alquiler y reparación de productos de apoyo, posibilidades de contratación de un asistente personal o de un intérprete de LSE.

CONSIDERACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LAS INFRAESTRUCTURAS

PRINCIPALES DE TRANSPORTE DE LLEGADA/REGRESO

ACC02_15_01_R01

Se debe atender a las necesidades de accesibilidad en las infraestructuras de transporte interurbano (ej. estación de autobuses) para posibilitar la llegada y regreso de los turistas. Para ello, con carácter general para todas las infraestructuras y, en particular, para las principales o de mayor uso, se debe considerar:

- La accesibilidad en los accesos: identificación de entrada accesible, alternativa accesible si hay desniveles, etc.
- La accesibilidad en la venta de billetes: altura de mostrador, bucles de inducción magnética, información e iluminación claras, terminales interactivas accesibles, etc.
- La accesibilidad en las zonas de espera: asientos adecuados, espacio para personas usuarias de sillas de ruedas, información sobre salidas, etc.
- La accesibilidad en los aseos de uso público: localización y señalización, entrada y maniobra, utilización de elementos, etc.

- La accesibilidad en la zona de embarque: señalización de dársenas/andenes, elementos de apoyo para el embarque/desembarque, etc.
-

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LA CONEXIÓN ENTRE LAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE DE LLEGADA/REGRESO Y LOS PRINCIPALES SERVICIOS/RECURSOS TURÍSTICOS MEDIANTE TRANSPORTE PÚBLICO

ACC02_15_02_R01

La conexión entre las infraestructuras de transporte de llegada/regreso y las principales zonas del destino tiene que garantizar unas condiciones de accesibilidad adecuadas, a través de:

- Paradas de servicio de transporte público colectivo (autobús, metro, tranvía, etc.): dotación, proximidad, señalización.
 - Paradas de servicio de taxi: dotación, proximidad, señalización.
-

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LA CONEXIÓN ENTRE LAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE DE LLEGADA/REGRESO Y LOS PRINCIPALES SERVICIOS/RECURSOS TURÍSTICOS MEDIANTE ITINERARIOS PEATONALES

ACC02_15_02_R02

La conexión entre las infraestructuras de transporte de llegada/regreso y las principales zonas del destino tiene que garantizar unas condiciones de accesibilidad adecuadas mediante un itinerario peatonal accesible, cuando la longitud del recorrido permita prescindir del transporte. Los criterios de accesibilidad de los itinerarios y los elementos que los componen tienen que cumplir las exigencias establecidas por la normativa estatal y autonómica en materia de accesibilidad de los espacios públicos urbanizados.

Aun siendo la titularidad de las actuaciones ajena a las competencias del ente gestor del destino, la mejora de la accesibilidad de los itinerarios peatonales por parte de los municipios que lo componen será fundamental para que el conjunto de la experiencia turística en el destino sea accesible.

COBERTURA TURÍSTICA MEDIANTE TRANSPORTE PÚBLICO

ACC02_16_03_R01

Se considera necesario que los recorridos realizados por el servicio de transporte público colectivo cubran al menos aquellas zonas consideradas de mayor interés o concurrencia por parte de visitantes y residentes. Este aspecto es de mayor relevancia en destinos de ámbito supramunicipal en los que la distancia entre recursos no permite prescindir del transporte, que se convierte en un elemento indispensable.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL SERVICIO DE TAXI EN CUANTO A DOTACIÓN DE VEHÍCULOS ACCESIBLES

ACC02_16_04_R02

El servicio de taxi es una de las alternativas básicas de transporte local para los colectivos más vulnerables en cuanto a la accesibilidad (gente mayor, personas con discapacidad) por lo que es preciso considerar la accesibilidad de este servicio en lo referente a la dotación de vehículos adaptados (euro taxis) detallada en el anexo VII del Real Decreto 1544/2007 y que fija en un 5% del total de la flota el número mínimo de vehículos accesibles a considerar.

Es importante la buena gestión en la prestación del servicio para que se posibilite el servicio en la totalidad del horario (incluido horario nocturno) así como en temporadas de libranza, baja o vacación de algunos de los conductores de taxi adaptado.

MEJORA GLOBAL DE LA ACCESIBILIDAD EN LAS PLAZAS DE

APARCAMIENTO PARA PMR

ACC02_16_05_R01

Se propone impulsar la mejora de la accesibilidad existente en lo referente a las plazas de aparcamiento reservadas para Personas con Movilidad Reducida (PMR). Aunque parcialmente algunas consideraciones estén ya cubiertas, se recomienda la revisión global y mejora en los siguientes aspectos:

- Dotación suficiente de plazas de aparcamiento PMR (al menos 1 plaza PMR por cada 40 plazas de aparcamiento) y gestión de las mismas (inventario).
- Señalización adecuada: vertical y en pavimento.
- Con espacios de transferencia y maniobra adecuados en plazas PMR en batería (según normativa).
- Con espacios de transferencia y maniobra adecuados en plazas PMR en línea (según normativa).
- Con vados de acceso a la acera (tanto en plazas en batería como en línea) o disposición junto a cruce peatonal equivalente.

Al tratarse de actuaciones cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora global de la accesibilidad en las plazas de aparcamiento reservadas para personas con movilidad reducida será competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD PREVIA SOBRE LOS ENTORNOS NATURALES DE INTERÉS TURÍSTICO DEL DESTINO

ACC02_17_02_R02

Es importante que previamente a la visita el turista pueda conocer las características de accesibilidad del entorno natural para poder considerar la conveniencia o no de la visita, así como valorar el esfuerzo o dificultades de la misma. Para ello es preciso que en los diferentes canales del destino de información al turista (web, folletos, etc.) se considere:

- Información básica sobre el recorrido: distancia, topografía, tiempo estimado.
- Información sobre la dificultad específica del recorrido: pendientes, puntos de descanso, posibilidades de asistencia.
- Información sobre elementos y equipamientos existentes que mejoran la accesibilidad: señalización direccional, utilización de braille, zócalos en itinerario, balizas de encaminamiento, etc.

Cuando la competencia para la ejecución de dichas actuaciones sea ajena al ente gestor del destino, este deberá impulsar la puesta en marcha de las mismas y velar por que se lleve a cabo, bien por parte de las administraciones de los distintos municipios que componen el destino o de los organismos autonómicos competentes, en función de la titularidad correspondiente.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD DE LOS ENTORNOS NATURALES CON EQUIPAMIENTOS DE AYUDA Y MEDIOS ALTERNATIVOS

ACC02_17_02_R04

La visita al entorno natural no será completamente accesible si no se complementa con varias ayudas y medios alternativos para facilitar la visita a algunos turistas. Estos elementos pueden ser:

- Utilización de braille (de forma global y sistemática, no puntual) en los paneles informativos del recorrido.
- Elementos de apoyo: silla Joëlette, cordón guía, etc.
- Balizas de encaminamiento.

- Posibilidad de información auditiva, mediante audioguía o QR con enlace de audio.
- Explicaciones en lectura fácil de los contenidos principales de la visita.
- Posibilidad de visitas guiadas adaptadas a necesidades especiales de comprensión, movilidad, visión, audición.

Cuando la competencia para la ejecución de dichas actuaciones sea ajena al ente gestor del destino, este deberá impulsar la puesta en marcha de las mismas y velar por que se lleven a cabo, bien por parte de las administraciones de los distintos municipios que componen el destino o de los organismos autonómicos competentes, en función de la titularidad correspondiente.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS ITINERARIOS PEATONALES

ACCESIBLES DE LAS ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO

ACC02_17_03_R01

Se propone la mejora de la accesibilidad existente en los itinerarios peatonales de las zonas de interés turístico del destino. Aunque parcialmente algunas consideraciones estén ya cubiertas, se recomienda la revisión y mejora de los parámetros mínimos normativos y, en particular, de los siguientes aspectos:

- Dimensiones adecuadas: ancho y alto libres de paso, y pendientes longitudinal y transversal.
- Pavimento firme, liso, sin elementos sueltos, sin resaltes y no deslizante ni en seco ni en mojado.
- Sin obstáculos puntuales en el recorrido.
- Bien iluminado.
- Con elementos de protección en zonas de peligro (desniveles, puntos peligrosos de tráfico, etc.).
- Trazado continuo y conectado con otros itinerarios y puntos de cruce, creando una trama de itinerarios accesibles.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la accesibilidad en los itinerarios peatonales accesibles de las zonas de interés turístico será de

competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS PUNTOS DE CRUCE PEATONAL DE LOS ITINERARIOS ACCESIBLES DE LAS ZONAS TURÍSTICAS

ACC02_17_03_R02

Los puntos de cruce peatonal son zonas críticas por el peligro que supone la convivencia con los vehículos, especialmente para colectivos vulnerables que precisan que la accesibilidad de los mismos les garantice la seguridad necesaria (niños, personas mayores, personas sordas, personas con discapacidad visual, personas con movilidad reducida, entre otras). Así, aunque parcialmente algunas consideraciones ya están cubiertas, se debe completar el trabajo para que al menos los puntos de cruce peatonal de los itinerarios accesibles de las zonas turísticas del destino atiendan a los parámetros mínimos normativos y, en particular, a:

- Dimensiones adecuadas: ancho de paso, pendiente, rebaje y encuentro acera-calzada.
- Sin obstáculos que reducen la visibilidad o impiden el contacto visual suficiente entre conductor y peatón.
- Existencia de pavimento podotáctil: de encaminamiento y de advertencia, normalizado, contrastado y dispuesto según normativa.
- En caso de semáforo peatonal: visor de paso/espera visible y sin obstáculos, pulsador contrastado y a altura adecuada, tiempo de paso suficiente.
- En caso de calles anchas con mediana: dimensiones adecuadas y seguras para la espera, con señalización de pavimento podotáctil.
- Mantenimiento adecuado de todos los elementos, incluida la señalización vertical y en calzada (fuertemente contrastada).

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la accesibilidad en los puntos de cruce peatonal de los itinerarios accesibles de las zonas turísticas será de competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA SEÑALIZACIÓN PEATONAL URBANA DEL DESTINO

ACC02_17_03_R03

La señalización en la calle es fundamental para la orientación de los turistas que no conocen la ciudad: nombres de calles, localización de puntos de interés, mapas urbanos. En muchos casos es insuficiente o inexistente, aprovechando la señalización para vehículos que no está pensada ni ubicada para los peatones. Por lo tanto, se propone:

- Plan de señalización direccional de localización de los principales puntos de interés del destino.
- Dotación de puntos informativos y mapas urbanos donde sea preciso.
- Plan de revisión y actualización de placas de calle y números en portales y locales comerciales.

Toda la señalización debe utilizar una rotulación fácil de leer, en color contrastado y ubicada en lugar visible sin obstáculos.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la señalización peatonal urbana será de competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LA CONEXIÓN ENTRE RECURSOS

TURÍSTICOS ALEJADOS

ACC02_17_03_R04

Se mejorará la conexión entre recursos alejados, por encontrarse fuera del casco urbano o de la zona turística de los municipios que forman parte del destino, valorando la posibilidad de ofrecer un servicio de transporte público accesible que recorra el itinerario, si su longitud es excesiva o sus condiciones de accesibilidad carentes.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae a menudo en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, el ente

gestor deberá impulsar la puesta en marcha por parte de dichos ayuntamientos y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL MOBILIARIO URBANO

ACC02_17_04_R01

En general en el destino existe una mezcla entre elementos de mobiliario accesibles y no accesibles, si bien el primer grupo es una minoría.

Por tanto, la propuesta se concretaría en un plan de renovación progresiva del mobiliario urbano donde se implemente una proporción de elementos accesibles (ej.: bancos con respaldo y reposabrazos, papeleras de fácil detección, fuentes bebedero de fácil uso desde una silla de ruedas, etc.). Este plan deberá definir los tipos de mobiliario urbano considerados, así como las zonas, dotación (porcentaje) y temporalización (fases) de dicha renovación. Esta propuesta podría integrarse dentro de un plan de accesibilidad o considerarse como plan independiente.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la accesibilidad en el mobiliario urbano será de competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA FACILIDAD DE USO E INTERACCIÓN CON LOS ELEMENTOS URBANOS

ACC02_17_04_R02

Los elementos urbanos que precisan de una interacción con el usuario deben ser accesibles (localización, aproximación, alcance, etc.) pero, además, deben propiciar una fácil utilización a cualquier usuario. Es el caso de:

- Los parquímetros: con altura adecuada de pantalla y monedero/lector de tarjetas, con instrucciones fáciles de leer y comprender, con sistema de emisión de ticket de fácil realización, con posibilidad de alternativa de pago desde el teléfono móvil.

- Los cajeros automáticos: deberán posibilitar la aproximación y el alcance (horizontal y vertical) y no suponer un obstáculo al resto de peatones.

- Las cabinas de aseo: además de dimensiones y señalización adecuadas, deberán tener instrucciones claras, tiempo suficiente de uso y posibilidad de aviso de emergencia.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la facilidad de uso e interacción con los elementos urbanos será de competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD DE LAS ZONAS DE JUEGO INFANTIL

ACC02_17_04_R04

Las zonas de juego infantil deben resultar accesibles en su totalidad, tanto para los niños usuarios como para sus acompañantes. Para ello se debe contemplar la accesibilidad en:

- Punto de acceso: a través de recinto vallado, con indicaciones de utilización (edades de uso, aviso en caso de emergencia, etc.).

- Itinerarios entre elementos de juego: con las consideraciones de cualquier itinerario accesible teniendo en cuenta que no se debe invadir la zona de uso adyacente de los elementos de juego (ej. área de barrido de un columpio o desembarque de un tobogán).

- Elementos de juego accesibles y con espacio suficiente para la aproximación, con suelo adecuado, instrucciones sencillas (pictogramas, lectura fácil) y utilización intuitiva. Tendrán un uso inclusivo y contarán con un diseño que permita una tolerancia al error.

- Elementos de descanso para los acompañantes, preferiblemente accesibles.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la accesibilidad de las zonas de juego infantil será de competencia de dichos ayuntamientos. Por su parte, el ente gestor del destino deberá impulsar su puesta en marcha y velar por que se lleve a cabo.

MEJORAS DE ACCESIBILIDAD EN EL PUNTO DE ATENCIÓN ACCESIBLE DE LAS OFICINAS DE TURISMO

ACC02_17_05_R04

En la zona de atención de las oficinas de turismo se deberán atender las siguientes consideraciones de accesibilidad:

- Fácil identificación y localización: estará a la vista desde la entrada, disponiendo de banda de encaminamiento si la aproximación no fuera inmediata (de frente en línea recta).
- Estará bien iluminado evitando reflejos y contraluces y con espacio suficiente para la maniobra delante del mismo.
- Dispondrá de un puesto o tramo de mostrador accesible para usuarios de silla de ruedas: altura adecuada, espacio libre para la aproximación. Este espacio estará libre de objetos para facilitar la atención. Si no queda visible desde la entrada, deberá estar señalizado con el símbolo SIA para facilitar su localización.
- Dispondrá de bucle magnético de inducción para facilitar la atención a los usuarios de audífono. Existirá señalización visible de su existencia. Estará siempre conectado durante el horario de apertura.
- Se garantizará el contacto visual entre el personal de atención y el visitante para permitir la lectura labial y los gestos. Asimismo, no existirán objetos en el mostrador o puesto de atención que dificulten dicha interacción, así como el uso de la superficie de apoyo (apertura de folleto o mapa, escritura, etc.).

Cuando la competencia para la ejecución de dichas actuaciones sea ajena al ente gestor del destino, este deberá impulsar la puesta en marcha de las mismas y velar por que se lleven a cabo por parte de las administraciones de los distintos municipios que lo componen.

FACILITACIÓN DE LA VISITA A LOS PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DIFICULTADES DE MOVILIDAD

ACC02_17_07_R01

Para que también las personas con dificultades de movilidad (usuarios de silla de ruedas, muletas, bastones, personas mayores, con obesidad, etc.) puedan visitar los puntos de interés turístico del destino en igualdad de condiciones, es imprescindible tener en cuenta el cumplimiento de la normativa y de buenas prácticas en relación con diferentes aspectos y elementos. Entre ellos, se considerará para las visitas que:

- El acceso al recurso se realice sin desniveles o mediante alternativas accesibles (rampa accesible, ascensor accesible). La entrada accesible será la principal o una alternativa de la misma categoría que para el resto de personas. Los requisitos de accesibilidad a tener en cuenta en la entrada del recurso se contemplarán también respecto al tipo de puerta, el ancho libre mínimo de paso, el mecanismo de apertura, el espacio horizontal libre del barrido de las hojas, antes y después de la puerta.
 - Los recorridos no incluyan cambios de nivel y cuando estos se produzcan, existan alternativas accesibles (rampas accesibles, ascensores accesibles). Los recorridos interiores contarán con un ancho de paso mínimo suficiente para la circulación de personas usuarias de silla de ruedas y un grado de resbaladidad del suelo que permita evitar el riesgo de caída.
 - Las zonas de recepción y de espera tienen que contar con elementos de mobiliario para el descanso accesibles, mostrador de atención con altura y fondo suficientes para la aproximación frontal de usuarios de silla de ruedas.
 - Los aseos contarán con al menos una cabina adaptada para personas con movilidad reducida.
-

FACILITACIÓN DE LA VISITA A PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DIFICULTADES DE VISIÓN

ACC02_17_07_R02

Para que también las personas con dificultades de visión (personas ciegas, con baja visión, usuarios de gafas, daltonismo, ...) puedan visitar los puntos de interés turístico del destino en igualdad de condiciones, es imprescindible tener en cuenta el cumplimiento de la normativa y de buenas prácticas en relación con diferentes aspectos y elementos. Entre ellos, se considerará para las visitas que:

- En los espacios y recorridos no existan obstáculos de difícil detección, elementos salientes.
 - Puertas y mamparas de vidrio estén cuenten con franjas de color contrastado, situadas a dos alturas diferentes, que permitan su identificación.
 - Los itinerarios presenten contraste cromático entre paramentos y elementos.
 - Existan bandas señalizadoras visuales y táctiles, de color contrastado con el pavimento. De encaminamiento para señalar el itinerario accesible hasta un punto de atención accesible y de advertencia antes y después de cambios de nivel y de cualquier elemento o situación de peligro.
 - La información ofrecida cuente con alternativas táctiles (braille, altorrelieve) y en formato acústico.
 - La señalización cumpla criterios de accesibilidad en cuanto a tipo y tamaño de letra, contraste cromático, elementos táctiles.
-

FACILITACIÓN DE LA VISITA A PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DIFICULTADES DE AUDICIÓN

ACC02_17_07_R03

Para que también las personas con dificultades de audición (personas sordas, con hipoacusia, usuarios de audífono o con implante coclear, signantes o que usan la lectura labial, etc.) puedan visitar los puntos de interés turístico del destino en igualdad de condiciones, es imprescindible tener en cuenta el cumplimiento de la normativa y de buenas prácticas en relación con diferentes aspectos y elementos. Entre ellos, se considerará para las visitas que:

- Se ofrezca la información también en formatos alternativos al auditivo (visuales, textuales).
 - Se ofrezca la información en lengua de signos o mediante signogúías.
 - Dispongan de bucle de inducción magnética el mostrador de recepción, las salas con sistemas de megafonía, los sistemas de amplificación usados en las visitas guiadas.
 - Exista una señalización clara y fácilmente comprensible.
 - La información en lectura fácil puede ser de ayuda también para personas con dificultades de audición.
-

FACILITACIÓN DE LA VISITA A PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DIFICULTADES DE COMPRENSIÓN

ACC02_17_07_R04

Para que también las personas con dificultades de comprensión (personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, con problemas de salud mental, extranjeras que no hablan castellano, personas de culturas diferentes, niños de corta edad, personas mayores y con deterioro cognitivo, etc.) puedan visitar los puntos de interés turístico del destino en igualdad de condiciones, es imprescindible tener en cuenta el cumplimiento de la normativa y de buenas prácticas en relación con diferentes aspectos y elementos. Entre ellos, se considerará para las visitas que:

- Los espacios y los recorridos sean fáciles de comprender (por ejemplo, distribución sencilla).
 - La información ofrecida sea fácilmente comprensible, sin tecnicismos, mediante el uso de la lectura fácil, de pictogramas universales y otras referencias.
 - La señalización sea visible, fácil de comprender y cuente con pictogramas universales.
-

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD COMO PÚBLICO EN ACTIVIDADES Y

EVENTOS DE GRAN CONCURRENCIA

ACC02_17_08_R01

Se deberán tener en cuenta medidas de accesibilidad universal en la organización todo tipo de evento, cultural, deportivo, festivo, religioso, etc. Algunas de las medidas que se proponen son las siguientes:

- Para personas con movilidad reducida: facilitar el acceso mediante pase especial para vehículos de traslado, asegurarse de que haya plazas de aparcamiento reservadas para Personas con Movilidad Reducida (PMR) suficientes en las inmediaciones, estudiar las condiciones de acceso a las instalaciones y comunicar previamente la necesidad de presentarse con antelación si se prevé una afluencia masiva de gente. Puntos de información y taquillas accesibles y con material adaptado. Baños adaptados y suficientes. Reserva de espacios, plazas o asientos donde hay un escenario. En el caso en que se prevea una importante asistencia de gente, asegurar la accesibilidad en los principales itinerarios (entrada, aseos, plazas reservadas) para que no haya peligro de caídas. Disponer de un servicio de transporte adaptado para la conexión con el lugar donde se celebra el evento, informando previamente de su existencia, horarios, etc.
- Para personas con discapacidad visual: además de todo lo recomendado para el acceso de personas con movilidad reducida, permitir el acceso con perros guía, contemplar audiodescripción si el evento lo permite o para todo lo que se proyecte en audiovisuales, programa en braille o audio-descrito.
- Para personas con discapacidad auditiva: disponer de bucles de inducción magnética, subtítulo, intérprete de Lengua de Signos Española, subtítulos para todo lo que se proyecte en audiovisuales. Posibilidad de establecer un servicio de intérpretes de lengua de signos para las emergencias durante la celebración de la fiesta o evento.
- Para personas con discapacidad intelectual: utilizar pictogramas con criterios de accesibilidad, información del evento en lectura fácil.

Toda la comunicación relativa al evento tiene que ser accesible para todas las personas, tanto en papel como digital.

Se hace hincapié en que estas medidas se tengan en cuenta para todos los eventos que en la actualidad no cuentan con unas condiciones de accesibilidad

suficientes para que todas las personas, y también las personas con discapacidades sensoriales o cognitivas, puedan disfrutar de los espectáculos.

Cuando la competencia para la ejecución de dichas actuaciones sea ajena al ente gestor del destino, este deberá impulsar la puesta en marcha de las mismas y velar por que se lleven a cabo por parte de las administraciones de los distintos municipios que lo componen o de los respectivos organismos competentes.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LA PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ACTIVIDADES Y EVENTOS DE GRAN CONCURRENCIA: ACCESO A ESCENARIOS, CARROZAS, PÓDIUM, ESTRADOS

ACC02_17_08_R02

Además de la participación como público en eventos (culturales, deportivos, festivos, etc.) organizados o promovidos por el destino, las personas con diferentes necesidades de accesibilidad deberían poder participar de forma activa, por lo que las instalaciones, los entornos y las condiciones de accesibilidad del evento deben permitir el acceso y la realización de la actividad por parte de cualquier persona.

A título de ejemplo:

- en eventos y competiciones deportivas, además de la accesibilidad de las zonas dedicadas al público, se deberá contemplar la accesibilidad de los espacios usados por los deportistas (vestuarios, zona o itinerario de realización de la actividad deportiva, pódium u otras zonas de premiación, etc.);
- en eventos de tipo cultural, además de la accesibilidad de las zonas dedicadas al público, se deberá contemplar la accesibilidad de los espacios usados por los intérpretes/actores/ponentes (camerinos, escenario/plató, estrado, etc.).

Cuando la competencia para la ejecución de dichas actuaciones sea ajena al ente gestor del destino, este deberá impulsar la puesta en marcha de las mismas y velar por que se lleven a cabo por parte de las administraciones de los distintos municipios que lo componen o de los respectivos organismos competentes.



Anexos

Anexo 1.

1. Metodología de diagnóstico DTI

COMPOSICIÓN Y CÁLCULO

El Diagnóstico DTI se estructura (véase a la tabla a continuación) en 16 ámbitos de evaluación que se agrupan en 5 ejes: Gobernanza (4 ámbitos): Visión estratégica e implementación; Eficiencia en la gestión; Transparencia y participación; Responsabilidad y control. Tecnología (3 ámbitos): Tecnologías aplicadas a la gobernanza; Infraestructuras tecnológicas y conectividad; Tecnologías para la gestión inteligente del destino. Innovación (3 ámbitos) Gestión y gobernanza innovadora; Actividades de innovación; Ecosistema de innovación. Sostenibilidad (4 ámbitos): Gestión de la sostenibilidad turística; Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural; Conservación y mejora del medioambiente; Desarrollo socioeconómico y economía circular. Accesibilidad (2 ámbitos): Gestión de la accesibilidad en el destino; Implantación de la accesibilidad en el destino.

Estos 16 ámbitos incluyen 97 requisitos que se evalúan a través de 261 indicadores. El resultado del diagnóstico se calcula a partir de la agregación de las puntuaciones obtenidas en cada uno de los requisitos, ponderadas por el peso que tiene cada eje en el conjunto del modelo. Para obtener el resultado por requisito se agregan a su vez las puntuaciones de cada indicador y ese resultado se pondera según la relevancia otorgada al requisito.

EL DIAGNÓSTICO SE CALCULA CON LOS RESULTADOS DE 97 REQUISITOS Y SUS 261 INDICADORES

 GOBERNANZA	<ul style="list-style-type: none">» Visión estratégica e implementación» Eficiencia en la gestión» Responsabilidad y control» Transparencia y participación
 INNOVACIÓN	<ul style="list-style-type: none">» Gestión / Gobernanza innovadora» Actividades de innovación» Ecosistema de innovación
 TECNOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none">» Tecnologías aplicadas a la Gobernanza» Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad» Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo
 SOSTENIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none">» Gestión de la sostenibilidad turística» Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural» Desarrollo socioeconómico y economía circular» Conservación y mejora del medioambiente
 ACCESIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none">» Gestión de la accesibilidad en el Destino» Implantación de la accesibilidad en el DTI

LISTADO DE REQUISITOS

En los cuadros siguientes se detallan los requisitos por ejes:

GOBERNANZA	
ÁMBITO A. VISIÓN ESTRATÉGICA E IMPLEMENTACIÓN	
GOB01_01	Relevancia del turismo en la organización.
GOB01_02	Herramientas de planificación estratégica.
GOB01_03	Herramientas de planificación de la promoción y la comercialización.
GOB01_04	Creación de producto turístico.
ÁMBITO B. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN	
GOB02_05	Programa de formación en la Entidad local y a empresas.
GOB02_06	Estructuras de coordinación en la Entidad Local para el desarrollo de la actividad turística.
ÁMBITO C. TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN	
GOB03_07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública.
GOB03_08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector.
GOB03_09	Fomento de la transparencia y la e-administración.
ÁMBITO D. RESPONSABILIDAD Y CONTROL	
GOB04_10	Calidad turística.
GOB04_11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo.
GOB04_12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística.

INNOVACIÓN

ÁMBITO A. GESTIÓN/GOBERNANZA INNOVADORA

INN01_01	Estrategia y sistema de gestión de la innovación en el destino.
INN01_02	Impulso a la innovación en turismo a través de licitaciones.
INN01_03	Recursos públicos para la innovación.
INN01_04	Fomento de la innovación abierta.

ÁMBITO B. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

INN02_05	Impulso de la innovación social.
INN02_06	Percepción de la Innovación por parte de residentes y visitantes
INN02_07	Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores
INN02_08	Innovación en procesos.

ÁMBITO C. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

INN03_09	Impulso del ecosistema de innovación en el destino
----------	--

TECNOLOGÍA

ÁMBITO A. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GOBERNANZA

TEC01_01	Área/Unidad para la gestión TIC.
TEC01_02	Planificación estratégica y proyectos Smart (City/Island/Land).
TEC01_03	Desarrollo Smart en el destino.
TEC01_04	Estrategia de ciberseguridad.
TEC01_05	Plataforma de Datos Abiertos (Open Data).
TEC01_06	Sists. De comunicación bidireccional entre la Administración y los residentes y no residentes (alarmas, incidencias, denuncias y avisos).

ÁMBITO B. INFRAESTRUCTURAS TECNOLÓGICAS Y CONECTIVIDAD

TEC02_07	Conectividad a redes fijas en el destino (fibra, móvil, satélite...).
TEC02_08	Conectividad a redes móviles en el destino.
TEC02_09	Conectividad en puntos de interés turísticos y Oficinas de Información.
TEC02_10	Soluciones de Cloud Computing y Edge Computing.
TEC02_11	Disponibilidad de Wifi Gratuita.
TEC02_12	Sensorización y sistemas de gestión.
TEC02_13	Sistemas de gestión de espacios turísticos en contexto COVID.

ÁMBITO C. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN INTELIGENTE

TEC02_14	Inteligencia Turística (Sistemas, tecnología y herramientas).
TEC02_15	Portal Web de Turismo.
TEC02_16	Trazabilidad de las campañas de promoción.
TEC02_17	Tarjeta turística con soporte tecnológico avanzado.
TEC02_18	Aplicaciones turísticas.
TEC02_19	Señalización Inteligente.
TEC02_20	Nivel de tecnificación en Oficinas de turismo.
TEC02_21	Gestión automatizada de la relación con los visitantes.

SOSTENIBILIDAD

ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

SOS01_01	Planificación y gestión de la sostenibilidad turística del destino acorde a los ODS.
SOS01_02	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad.
SOS01_03	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible.
SOS01_04	Gestión sostenible de recursos turísticos.
SOS01_05	Medición de la capacidad de carga del turismo.
SOS01_06	Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino.

SOS01_07	Contribución del gasto turístico a la sostenibilidad.
SOS01_08	Gestión de la estacionalidad del destino.
SOS01_09	Marketing para un turismo sostenible.
SOS01_10	Legislación específica para el patrimonio natural y cultural.
SOS01_11	Apoyo económico a la sostenibilidad en el sector privado.
SOS01_12	Implicación de los visitantes en lo relativo a esfuerzos en materia de sostenibilidad.
SOS01_13	Promover la interacción entre el visitante y el residente.
SOS01_14	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes.

ÁMBITO B. CONSERVACIÓN, MEJORA Y RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

SOS02_15	Existencia de figura de protección para el patrimonio cultural.
SOS02_16	Diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje.
SOS02_17	Inventario y plan de actuación para la conservación del patrimonio histórico-artístico.
SOS02_18	Programas de recuperación del patrimonio cultural.
SOS02_19	Fomento y protección de los recursos culturales locales.

ÁMBITO C. CONSERVACIÓN Y MEJORA DEL MEDIOAMBIENTE

SOS03_20	Protección del entorno natural local y de su biodiversidad
SOS03_21	Gestión del Ciclo del Agua (Gestión, abastecimiento, depuración y reutilización de aguas)
SOS03_22	Gestión de la calidad del aire
SOS03_23	Valoración de mecanismos de minimización del ruido
SOS03_24	Adaptación al cambio climático
SOS03_25	Fomento de la eficiencia energética
SOS03_26	Recogida selectiva y tratamiento de residuos

ÁMBITO D. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y ECONOMÍA CIRCULAR

SOS04_27	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local.
SOS04_28	Política de compras responsables y de apoyo a KM 0.
SOS04_29	Fomento de los proveedores de productos, servicios y experiencias turísticas locales de kilómetro 0.
SOS04_30	Impulso de programas/medidas de redistribución de beneficios y cargas producidos por el turismo.
SOS04_31	Política de diversificación y segmentación.
SOS04_32	Lucha contra la estacionalidad del empleo.
SOS04_33	Acciones formativas en materia de sostenibilidad.
SOS04_34	Oportunidades de empleo justas.
SOS04_35	Colaboración del ente gestor con escuelas y centros de turismo en actividades o programas de desarrollo sostenible.
SOS04_36	Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en el destino.
SOS04_37	Garantizar la salubridad del destino y el cumplimiento de protocolos de actuación específicos y la normativa en materia de salud, higiene y seguridad alimentaria.
SOS04_38	Monitorización y atención sanitaria a visitantes.

ACCESIBILIDAD

ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

ACC01_01	Normativa técnica de accesibilidad.
ACC01_02	Planificación en materia de accesibilidad.
ACC01_03	El Ente Gestor dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad.
ACC01_04	Formación del personal en accesibilidad.
ACC01_05	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino.
ACC01_06	Mecanismos para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad.

ACC01_07	Accesibilidad en Seguridad y Emergencias.
ACC01_08	Fomento de la participación de los usuarios en la mejora de la accesibilidad.
ACC01_09	El EG incentiva la accesibilidad en el sector turístico privado.
ACC01_10	Promoción de la accesibilidad en el destino.
ACC01_11	Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras.

ÁMBITO B. IMPLANTACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

ACC02_12	Accesibilidad de la página web y de la app de turismo.
ACC02_13	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades.
ACC02_14	La información en destino es accesible.
ACC02_15	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino.
ACC02_16	Transporte local accesible.
ACC02_17	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas.

INDICADORES QUE NO APLICAN

El modelo de diagnóstico DTI se aplica a Entidades Locales, Ayuntamientos y Comarcas, que se configuran como destinos turísticos, con menor o mayor grado de desarrollo y con características diferenciadoras entre sí. Es una metodología de diagnóstico única concebida para encajar en todas las tipologías de destino.

A pesar de ello, sí se considera que algunos indicadores *no aplican* (n/a) para el análisis de determinados territorios. Esta consideración viene determinada por la propia configuración de los destinos, siendo elementos que no se pueden evaluar en unos, mientras en otros es incuestionable la necesidad de valoración, por ejemplo, la accesibilidad en las playas.

El hecho de tener un menor número de indicadores, no penaliza, ni favorece a los destinos en el resultado final del diagnóstico, en la medida que se respetan los pesos que cada eje tiene sobre la nota final. Para ello, el peso asociado al indicador que *no aplica* se distribuye entre el resto de indicadores de dicho ámbito. A continuación, se recoge la relación de los mismos:

Eje	Indicador	Descripción
Accesibilidad	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades	La app incluye información de accesibilidad del destino
Accesibilidad	Transporte local accesible	Accesibilidad en paradas de transporte urbano colectivo. Accesibilidad en las flotas de transporte público local. Cobertura de los recorridos del transporte público local.
Accesibilidad	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino	Accesibilidad en aseos de uso público.
Accesibilidad	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas	Accesibilidad en playas. Accesibilidad en espacios naturales. Accesibilidad en recorridos peatonales de interés turístico. Accesibilidad en puntos de información turística.
Sostenibilidad	Existencia de un número significativo de autobuses públicos de bajas emisiones y eléctricos respecto al total	Cifra total de autobuses y porcentaje de los que son de bajas emisiones

2. Recogida y fuentes de información

SEGITTUR realiza la recogida de información necesaria para la valoración de los requisitos y la elaboración del Informe Diagnóstico a través del envío de cuestionarios al destino, uno por cada eje. En estos cuestionarios, además de dar respuesta a las preguntas ligadas a los distintos requisitos e indicadores, se solicita al destino la incorporación de un documento de soporte de las mismas.

Las cuestiones planteadas afectan a distintas áreas de la organización y el sector privado, por lo que son los responsables de turismo de la Entidad Local los encargados de distribuirlas para su correcta cumplimentación. Adicionalmente, SEGITTUR acude a fuentes oficiales (internacionales, estatales o regionales) para complementar las respuestas.

Las fuentes utilizadas son públicas o privadas dependiendo de la naturaleza del dato solicitado y referidas al último año para el que haya datos completos.

3. Cambios metodológicos y comparabilidad

A lo largo del año 2020, y por primera vez desde el inicio del programa de Destinos Turísticos Inteligentes en el año 2012, SEGITTUR aborda un proceso de revisión en profundidad de la metodología de diagnóstico DTI que se había venido utilizando hasta entonces. Un intenso trabajo interno en colaboración con especialistas y expertos en los diferentes ámbitos, que concluye exitosamente en abril de 2021 a nivel municipal y en 2022 a nivel comarcal.

La revisión metodológica realizada responde a cuatro objetivos:

En primer lugar, pretende poner en valor el conocimiento y experiencia acumulada durante años de trabajo ininterrumpido en la realización de Diagnósticos y Planes de Acción DTI, y dar respuesta a una realidad cambiante, actualizando la metodología y revisando aquellos elementos de la misma que requieren de alguna modificación o actualización.

En segundo lugar, y ante la demanda creciente de destinos interesados en realizar el Diagnóstico DTI, se considera imprescindible proceder a un proceso de simplificación, claridad explicativa y mayor agilidad de los procedimientos de evaluación, pero sin renunciar con ello a su precisión o a su capacidad de diagnóstico.

En dicho proceso de simplificación, se reduce el número de ámbitos, que pasan de 20 a 16; se elimina la distinción entre Requisitos y Sub requisitos que pasan de 476 (235 Requisitos y 241 Sub requisitos) a 97 Requisitos, dentro de los

cuales se diseñan 261 Indicadores, todo ello priorizando la relevancia frente a la cantidad; y la calidad y la claridad frente a la cantidad.

En tercer lugar, se considera la necesidad de establecer una base de Requisitos e Indicadores que sean objetivamente cuantificables. Cada requisito se compone de indicadores cuantificables a través de valoraciones dicotómicas, por agregación o mediante rangos de valoración en función de diferentes horquillas de valores posibles.

En cuarto lugar, se refuerza la capacidad del modelo de evaluar en base a evidencias documentales, que los destinos entregan para cada una de las respuestas e información que aportan en los cuestionarios. Evidencias documentales de las que se proporcionan ejemplos y modelos de referencia.

En el proceso de actualización metodológica de los Diagnósticos DTI también se revisa el peso que se le asigna a cada eje, en función del número de requisitos a través de los que se evalúan y la obligatoriedad de los mismos.

En relación con aquellos aspectos más destacados de la nueva metodología desde el punto de vista de su contenido y filosofía implícita del modelo DTI, para cada uno de los ejes se pueden mencionar los siguientes:

Gobernanza: La gobernanza del destino se presenta como un elemento crítico del Modelo DTI, todos sus requisitos son de obligado cumplimiento, una gobernanza colaborativa, público-privada, que sepa aprovechar las oportunidades de la tecnología y que actúe sobre la base del conocimiento.

Innovación: Se incorpora en el modelo DTI como novedosa una visión de la innovación más próxima al último Manual de Oslo 2018 publicado por la OECD para su medición, que señala por primera vez que la innovación no es exclusivamente un proceso orientado al mercado, sino que también innovan las personas y las Administraciones Públicas, y, en general, se produce en todos los ámbitos económicos y sociales con el objetivo de hacer frente a los retos futuros.

Tecnología: La tecnología con propósito, al servicio de un fin, destacando la capacidad de “lo turístico” de relacionarse con aquellas estructuras tecnológica existentes bajo la forma de proyectos de Smart City, plataformas integrales de ciudad o plataformas de datos abiertos, en las que el turismo se articula como un vertical más. Aspectos novedosos también en relación con la incorporación de elementos de Ciberseguridad y Blockchain al servicio de la misma, los sistemas conversacionales, la aplicación de la RGPD en el tratamiento de datos personales.

Sostenibilidad: La sostenibilidad entendida desde todas sus perspectivas, incorporando como elementos destacados y, por primera vez de forma explícita

en el modelo DTI, aspectos como la lucha contra el cambio climático o la monitorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, así como el apoyo a las Pymes turísticas que se ha puesto de manifiesto como un elemento esencial consecuencia de la pandemia.

Accesibilidad: Entre los requisitos obligatorios se incluyen integrar la accesibilidad en la planificación turística, la asignación de recursos humanos y materiales específicamente dedicados a acciones en dicha materia, el desarrollo de inventarios de recursos accesibles. Se incorpora el concepto de accesibilidad vinculado a la cadena de valor turística, la realización de campañas de promoción y difusión, la adaptación de infraestructuras y vehículos de movilidad y, de manera bastante exhaustiva, la evaluación de la accesibilidad a lo largo de los diferentes recursos del destino (espacios naturales, playas, zonas de recreo, oficinas de información turística, puntos de interés turístico, eventos, etc.).

Nota:

La metodología utilizada en el presente informe es fruto de la adaptación a comarcas llevada a cabo en 2022 por SEGITTUR de la metodología para destinos municipales cerrada en abril de 2021.

Anexo 2.

Definiciones de conceptos DTI

GOBERNANZA

Plan estratégico de turismo. Documento que define la hoja de ruta de las políticas turísticas en un destino en el medio plazo desarrollado sobre un diagnóstico y un proceso de participación que integre al sector y la ciudadanía. El plan marca las acciones a desarrollar en los próximos años, basadas en las estrategias definidas, sus objetivos e indicadores de medición para el posterior análisis de resultados, así como el calendario e inversión previstos.

Plan de acción anual en turismo. Documento que agrupa las acciones que se van a realizar cada año directamente ligadas al turismo, pero también aquellas con influencia directa, aunque dependan de otras áreas, ejemplos de ello podrían ser: la necesidad de una policía turística, la ampliación de líneas de autobuses, rehabilitación de edificios, etc. El plan de acción debería prever inversión económica y calendario, así como indicadores de medición de resultados.

Carpeta ciudadana. Servicio que permite de una forma ágil y sencilla, sin necesidad de registrarse y en un solo clic, conocer los expedientes que se tienen abiertos en los distintos organismos, los asientos registrales entre administraciones o los datos en poder de la administración.

Documento de compromiso con el desarrollo turístico. Documento marco que define los objetivos del desarrollo turístico en un territorio en el largo plazo y los medios que se establecen para su consecución. Se trata de establecer la visión del territorio como destino turístico en un documento genérico que establezca la base de la política turística, proponiendo los ejes DTI como conductores de la misma: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

E-administración o administración electrónica. Incorporación de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la administración pública.

Smart Office. Oficina técnica para la coordinación y gestión del desarrollo del destino. Una Smart office debe responder y dar apoyo tanto material como de conocimiento a todas las acciones derivadas del impulso al Destino Turístico Inteligente. Una Smart office puede tener entre sus funciones: coordinación, ejecución y seguimiento del Proyecto DTI; integración de datos, análisis y publicación de informes basados en inteligencia turística; integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos; gestión de la participación en redes y mesas con otras administraciones; coordinación de las acciones desarrolladas por diferentes áreas; desarrollo de funciones de vigilancia tecnológica y gestión de la innovación sistemática; búsqueda de fuentes de

financiación e impulso de la participación en proyectos nacionales y europeos, entre otras.

INNOVACIÓN

Compra Pública Innovadora (CPI). La Compra Pública Innovadora es una actuación administrativa de fomento de la innovación orientada a potenciar el desarrollo de nuevos mercados innovadores desde el lado de la demanda, a través del instrumento de la contratación pública.

Ecosistema de innovación. Entorno que se construye en un territorio para promover la competitividad y el desarrollo económico a través de la puesta en marcha de proyectos de innovación entre empresas, organismos de conocimiento, emprendedores, inversores, Administración Pública y otros actores.

Innovación abierta. Se consideran actuaciones en innovación abierta los procesos de identificación de retos, el impulso de la colaboración con terceros (sector privado, órganos de conocimiento, otros), la disposición de proyectos de cooperación con el extranjero, el desarrollo de LivingLABS, etc.

Innovación de proceso. Proceso nuevo o mejorado para una o más funciones que difiere significativamente de los procesos anteriores de la organización y que la organización ha puesto en uso. Fuente: Manual de Oslo, 2018.

Producto innovador. Aquel bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la organización y que se ha introducido en el mercado. Fuente: Manual de Oslo, 2018.

Innovación social. Actuaciones que contribuyan al desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para satisfacer necesidades sociales y crear nuevas colaboraciones o relaciones sociales.

TECNOLOGÍA

Blockchain. Registro incorruptible de transacciones o eventos digitales que se mantiene actualizado por igual en todos sus nodos o participantes. El Blockchain permite generar relaciones de confianza entre desconocidos, descentralizando modelos de negocio y relaciones digitales. Gracias a los contratos inteligentes (Smart Contracts) permite automatizar completamente las transacciones.

Business Analytics. Proceso de transformar datos en conocimiento para mejorar las decisiones de negocio. La gestión de datos, la visualización de datos, el modelado predictivo, la extracción de datos, la simulación de pronósticos y la

optimización son algunas de las herramientas utilizadas para crear conocimiento a partir de los datos.

Business Intelligence. La inteligencia empresarial (BI) se refiere a la infraestructura técnica y de procedimiento que recopila, almacena y analiza los datos producidos por las actividades de una empresa. BI es un término amplio que abarca la minería de datos, el análisis de procesos, la evaluación comparativa del rendimiento y el análisis descriptivo. BI analiza todos los datos generados por una empresa y presenta informes fáciles de digerir, medidas de rendimiento y tendencias que informan las decisiones de gestión.

Ciberseguridad. La ciberseguridad es el conjunto de herramientas, políticas, conceptos de seguridad, salvaguardas de seguridad, directrices, métodos de gestión de riesgos, acciones, formación, prácticas idóneas, seguros y tecnologías que pueden utilizarse para proteger los activos de la organización y los usuarios en el ciberentorno. Los activos de la organización y los usuarios son los dispositivos informáticos conectados, los usuarios, los servicios/aplicaciones, los sistemas de comunicaciones, las comunicaciones multimedia, y la totalidad de la información transmitida y/o almacenada en el ciberentorno. Fuente: ITU International Telecommunication Union.

IoT. Internet of Things, IoT, por sus siglas en inglés, es un concepto que se refiere a la interconexión digital de objetos cotidianos con internet. Si los objetos de la vida cotidiana tuvieran incorporadas etiquetas de radio, podrían ser identificados y gestionados por otros equipos, de la misma manera que si lo fuesen por seres humanos. Fuente: Diccionario de conceptos y términos de la Administración Electrónica.

Open Data. Datos que cualquiera es libre de usar, reutilizar y distribuir.

Sistema de Inteligencia Turística (SIT). Plataforma tecnológica basada en el análisis exhaustivo de distintas fuentes de información, seleccionadas en función de las necesidades e idiosincrasia de un territorio y las prioridades que se marquen por sus gestores. El sistema es capaz de cargar, procesar y analizar información que transforma en conocimiento de utilidad, relevante, sistematizado y ordenado, para ponerlo al servicio del gestor del destino y todos los actores del mismo. Facilita el acceso y la difusión del conocimiento, contribuyendo a mejorar los procesos de planificación estratégica de los destinos.

SOSTENIBILIDAD

Turismo Sostenible. El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Fuente: Organización Mundial de Turismo.

Objetivos de Desarrollo Sostenible. Conjunto de 17 objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible establecida por Naciones Unidas. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en el año 2030.

Evaluación del Impacto Ambiental del turismo. Procedimiento técnico y administrativo por el que se toman en consideración, en el proceso de elaboración de planes, programas y proyectos (en este caso del turismo), todos los aspectos relativos a la protección del medio ambiente. Este procedimiento contribuye a la participación de las administraciones afectadas y del público interesado, siendo de gran utilidad como cauce de participación pública para integrar y considerar adecuadamente sus preocupaciones ambientales. Desde el año 1986 está incorporada a la normativa española en lo que se refiere a la evaluación de impacto ambiental para proyectos y actividades específicas y, desde el año 2006, también para Planes y Programas elaborados por la Administración. Fuente: Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Capacidad de Carga. El concepto de capacidad de carga trata de establecer, en términos mensurables, el número de visitantes y el grado de desarrollo que es susceptible de alcanzarse sin que se produzcan situaciones perjudiciales para los recursos. Es la capacidad que se puede alcanzar sin daño físico para el medio natural y para el medio artificial, sin daño social / económico para la comunidad y para la cultura locales o sin perjudicar el justo equilibrio entre el desarrollo y conservación. Fuente: Organización Mundial de Turismo.

Cambio Climático. Variación en el estado del sistema climático terrestre, formado por la atmósfera, la hidrosfera, la cromosfera, la litosfera y la biosfera, que perdura durante periodos de tiempo suficientemente largos (décadas o más tiempo) hasta alcanzar un nuevo equilibrio. Puede afectar tanto a los valores medios meteorológicos como a su variabilidad y extremos. Fuente: IPCC. Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático. NNUU.

Eficiencia Energética. Cantidad de energía consumida realmente o que se estime necesaria para satisfacer las distintas necesidades asociadas a un uso estándar del edificio, que podrá incluir, entre otras cosas, la calefacción, el calentamiento del agua, la refrigeración, la ventilación y la iluminación. Dicha magnitud deberá quedar reflejada en uno o más indicadores cuantitativos calculados teniendo en cuenta el aislamiento, las características técnicas y de la instalación, el diseño y la orientación, en relación con los aspectos climáticos, la exposición solar y la influencia de construcciones próximas, la generación de energía propia y otros factores, incluidas las condiciones ambientales interiores, que influyan en la demanda de energía. Fuente: Directiva 2002/91/CE.

Desarrollo Sostenible. El desarrollo sostenible se basa en tres factores: sociedad, economía y medio ambiente. Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades. La Agenda 2030 contiene los Objetivos de Desarrollo Sostenible, una serie de metas comunes para proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas. Fuente: ONU. Informe de Brundtland.

Economía Circular. La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende. En la práctica, implica reducir los residuos al mínimo. Cuando un producto llega al final de su vida, sus materiales se mantienen dentro de la economía siempre que sea posible. Estos pueden ser productivamente utilizados una y otra vez, creando así un valor adicional. Contrasta con el modelo económico lineal tradicional, basado principalmente en el concepto “usar y tirar”, que requiere de grandes cantidades de materiales y energía baratos y de fácil acceso. La obsolescencia programada contra la que el Parlamento Europeo pide medidas es también parte de este modelo. Fuente: Unión Europea.

ACCESIBILIDAD

Accesibilidad universal. Condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. Presupone la estrategia de «diseño para todos» y se entiende sin perjuicio de los ajustes razonables que deban adoptarse.

Accesibilidad web. La accesibilidad a la web y a Internet en general (medio electrónico), se refiere al conjunto de elementos que facilitan el acceso a la información web de todas las personas en igualdad de condiciones, y ello independientemente de la tecnología que utilicen (ordenador, PDA, teléfono y otros) y de la discapacidad del usuario (física, psíquica, sensorial y otras).

Autonomía personal. Capacidad que tiene una persona para decidir sobre su existencia en todos los planos, sin la necesidad de la ayuda de terceras personas. Para ello es necesario proporcionar a estas personas unos apoyos especializados que les faciliten ese grado máximo posible de independencia para llevar a cabo las tareas cotidianas, así como para adaptarse positivamente a su propio medio. En términos generales se trata de la capacidad de tomar decisiones y participar de la sociedad sin ayuda de otro.

Cadena de accesibilidad. Conjunto de elementos que, en el proceso de interacción del usuario con el entorno, permite aproximarse, acceder, usar y salir de todo espacio o recinto con autonomía, facilidad y sin interrupciones.

Criterios DALCO. Conjunto de requisitos relativos a las acciones de deambulación, aprehensión, localización y comunicación, que ha de satisfacerse para garantizarse la accesibilidad universal. DALCO es el acrónimo de: Deambulación: Acción de desplazarse de un sitio a otro. Puede ser horizontal (pasillos, calles, etc.) y vertical (escaleras, rampas, ascensores...); Aprehensión: Acción de coger o asir una cosa, llevando implícito la acción de alcanzar lo que vaya a ser asido; Localización: Acción de averiguar el lugar o momento preciso en el que está algo, alguien o puede acontecer un suceso; Comunicación: Acción de intercambio de la información.

Diseño universal o diseño para todas las personas. La actividad por la que se conciben o proyectan desde el origen, y siempre que ello sea posible, entornos, procesos, bienes, productos, servicios, objetos, instrumentos, programas, dispositivos o herramientas, de tal forma que puedan ser utilizados por todas las personas, en la mayor extensión posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado. El «diseño universal o diseño para todas las personas» no excluirá los productos de apoyo para grupos particulares de personas con discapacidad, cuando lo necesiten.

Discapacidad. Situación que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias previsiblemente permanentes y cualquier tipo de barreras que limiten o impidan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.

Personas con discapacidad. Personas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.

S.I.A. Símbolo Internacional de Accesibilidad.

Anexo 3.

Agradecimientos

SEGITTUR agradece la participación y colaboración en la recogida de información para el presente **Informe Diagnóstico y Plan de Acción para la conversión en DTI de Las Hurdes** a las siguientes personas e instituciones sin cuya implicación y dedicación no hubiera sido posible esta edición:

Comarca de la Las Hurdes (Cáceres):

Doña Ana Manjón García, área de Turismo de la Diputación de Cáceres.

Doña Leticia Aceituno Paniagua, área de Turismo de la Diputación de Cáceres.

Don Miguel Ángel Gil González, área de Turismo de la Diputación de Cáceres.

Don Manuel Marcos, Dña. Teresa de Jesús Sánchez y Dña. Paloma González, Asociación para el Desarrollo Integral de la Comarca de las Hurdes (ADIC-HURDES).

Dña. Laura Clemente y Dña. Laura Martín. Mancomunidad de Municipios de Las Hurdes.

También al resto de áreas de Diputación Cáceres, Mancomunidad y Adic - Hurdes, como al personal de todos los ayuntamientos de la comarca que han colaborado en este diagnóstico.

