



Destino Turístico
Inteligente

INFORME DIAGNÓSTICO Y PLAN DE ACCIÓN

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Debagoiena – Diciembre 2023

EUSKO JAURLARITZA

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA



GOBIERNO VASCO

DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

**BASQUE
TOUR**

turismoaren
euskal agentzia

agencia vasca
de turismo



© Publicado por BASQUETOURL, Turismoaren Euskal Agentzia
– Agencia Vasca de Turismo S.A con la validación de SEGITTUR, Sociedad Mercantil Estatal para
la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P

Imágenes:

SEGITTUR y página web de turismo de Debagoiena

Índice

1. Introducción	4
1.1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. Metodología DTI Secretaría de Estado de Turismo.....	6
2.1. METODOLOGÍA DTI - SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO	7
3. Diagnóstico y caracterización	8
3.1. CARACTERIZACIÓN	9
3.2. ESTRUCTURA PRODUCTIVA.....	10
3.3. SECTOR TURÍSTICO.....	11
3.4. PRINCIPALES RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	11
3.5. INDUSTRIA TURÍSTICA.....	12
3.6. RESULTADO TOTAL Y POR EJES	13
3.7. RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS	14
3.8. SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS	17
3.9. RESULTADOS POR REQUISITOS.....	18
4. Recomendaciones	23
4.1. EJE GOBERNANZA	24
4.2. EJE INNOVACIÓN.....	36
4.3. EJE TECNOLOGÍA	44
4.4. EJE SOSTENIBILIDAD.....	61
4.5. EJE ACCESIBILIDAD	78
5. Anexos	98

1. Introducción





1.1. INTRODUCCIÓN

El Informe diagnóstico y plan de acción de Debagoiena se enmarca en los trabajos derivados del Protocolo General de Actuación suscrito por SEGITTUR y BASQUETOURL en mayo de 2021, con el objetivo de colaborar en la consecución de las metas del Plan Estratégico del Turismo Vasco 2030 y de acuerdo con la “Política de Turismo Responsable de Euskadi”.

El acuerdo se desarrolla anualmente a través de un anexo en el que se establece el plan de actuación y que para 2023 daba continuidad al impulso de dos proyectos en el ámbito territorial del País Vasco: proyecto Destino Turístico Inteligente (DTI) y proyecto Sistema de Inteligencia Turística (SIT).

En ese sentido, la expansión del modelo DTI en las tres provincias vascas se lleva a cabo con la redacción del Informe Diagnóstico y Plan de Acción para varios destinos (municipios o comarcas) seleccionados por las dos administraciones y con el seguimiento y actualización para algunos de los que ya disponen de éste. Con el análisis de resultados de este informe, se fija el punto de partida de los trabajos de conversión de un destino en Destino Turístico Inteligente y, a través de las recomendaciones derivadas del mismo, se establece un plan de trabajo basado en los cinco ejes del modelo: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

En 2023 se acuerda trabajar en la expansión del modelo DTI en los destinos de Bilbao, Getxo y las comarcas de Valles Alaveses, Debagoiena y Bidasoa. Para ello, SEGITTUR y BASQUETOURL trabajan en estrecha colaboración para elaborar el Informe Diagnóstico y Plan de Acción conjuntamente. A tal efecto SEGITTUR traslada al equipo de BASQUETOURL la metodología de diagnóstico, con los 97 requisitos y 261 indicadores DTI, así como las herramientas a utilizar en las distintas fases del proceso:

- Cuestionario por cada eje con las preguntas a responder por parte de los destinos incluyendo el detalle de las evidencias documentales necesarias para valorar el cumplimiento de los requisitos DTI.
- Herramienta para la obtención del grado de cumplimiento por ejes y total del destino en relación con la metodología DTI, así como de las recomendaciones que conformarán el plan de acción resultante según los resultados del diagnóstico.
- Borrador de informe diagnóstico y plan de acción.

De esta manera, BASQUETOURL se responsabiliza de la recogida de información en los destinos y de su envío, a través de los cuestionarios por ejes, a SEGITTUR que se encarga de su validación, previa solicitud, siempre que sea necesario, de subsanaciones en la documentación recibida. Esta verificación por parte de SEGITTUR garantiza la homogeneidad del modelo DTI en todos los territorios. Tras la validación, BASQUETOURL cierra el informe diagnóstico y plan de acción, en base a las recomendaciones del modelo DTI.

Concluido todo este proceso y tras la obtención del grado de cumplimiento, SEGITTUR otorga el distintivo correspondiente a los destinos que deben renovar como mínimo cada dos años.

El presente informe recoge la caracterización, el diagnóstico y las recomendaciones de la Comarca del Debagoiena, que está compuesta por 8 localidades, totaliza 62.489 habitantes y una media de 7.811 habitantes por localidad, tal y como se indica en el capítulo 3.

2. Metodología DTI

Secretaría de Estado de Turismo



2.1. METODOLOGÍA DTI - SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

El Informe Diagnóstico y Plan de Acción son 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.



Fuente: SEGITTUR.

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 tras pasar por el diagnóstico. Ese es el punto de partida del destino sobre el que se elaborará la hoja de ruta para trabajar en línea con el modelo DTI en los años siguientes.

La metodología de gestión estratégica del destino 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 si no 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.

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.

3. Diagnóstico y caracterización





3.1. CARACTERIZACIÓN

El destino Debagoiena es una comarca.

La Mancomunidad de Debagoiena tiene una extensión de 343,4 km², se localiza al suroeste de Gipuzkoa en la cuenca alta del río Deba y comprende 8 municipios.



La población residente en sus 8 municipios totaliza casi 62.489 habitantes, siendo los principales por su tamaño poblacional Arrasate con 21.729 habitantes, Bergara con 14.804 habitantes y Oñati con 11.367 habitantes.

Cuadro 1 Localidades y habitantes de la Comarca del Debagoiena. 2.022

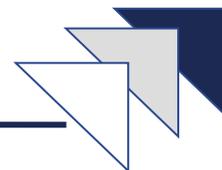
LOCALIDADES	Nº Habitantes
Arrasate	21.610
Bergara	14.727
Oñati	11.449
Aretxabaleta	7.085
Eskoriatza	4.162
Antzuola	2.135
Elgeta	1.101
Leintz-Gatzaga	220
TOTAL	62.489
MEDIA DE HABITANTES POR LOCALIDAD	7.811

Fuente: EUSTAT.

Recientemente, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha otorgado el premio *Best Tourism Village 2023* a uno de los municipios que conforman la Comarca del Debagoiena: Oñati.

Este reconocimiento, destaca a Oñati como un destino turístico rural ejemplar que preserva y promueve tanto sus recursos culturales y naturales como los valores, productos y modos de vida de la comunidad rural. Asimismo, este galardón también reconoce el firme compromiso del municipio con la innovación y la sostenibilidad en todas sus vertientes.

El municipio de Oñati ha sido elegido de entre 260 pueblos de 72 países, y su selección se ha basado en una evaluación exhaustiva de los recursos e iniciativas relacionadas con los pilares fundamentales del desarrollo sostenible: el económico, el social y el ambiental.



3.2. ESTRUCTURA PRODUCTIVA

La estructura productiva se encuentra repartida entre el sector de Servicios (48,8%) y el sector de Industria y Energía (45,9%). El detalle sectorial pone en evidencia la fuerza de las actividades definidas como Industria manufacturera (42,4%), mientras que las actividades del sector de Servicios reparte la importancia señalada del conjunto del sector.

Cuadro 2 PIB (VAB) 2.020. Por sector de actividad. Miles €.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Total	%
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	11.221 €	0,5%
INDUSTRIA Y ENERGÍA	1.012.715 €	45,9%
- Industria manufacturera	934.170 €	42,4%
CONSTRUCCIÓN	140.199 €	4,7%
SERVICIOS	1.077.003 €	48,8%
- Comercio, Hostelería y Transporte	247.852 €	11,2%
- Administración Pública, Educación, Sanidad y Servicios Sociales	330.901 €	15,0%
- Resto de servicios	498.250 €	22,6%
TOTAL	2.205.138 €	100,0%

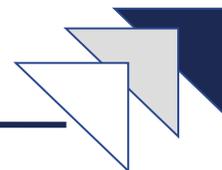
Fuente: EUSTAT.

Los datos productivos por localidades ponen de manifiesto la importancia de Arrasate y Oñati que generan el 38,6% y el 22,1% del PIB de la comarca respectivamente, frente al 2,1% y 0,1% de Elgeta y Leintz-Gatzaga.

Cuadro 3 PIB (VAB) 2.020. Por Localidades. Miles €.

LOCALIDAD	TOTAL	%
Arrasate/Mondragón	850.633 €	38,6%
Oñati	486.923 €	22,1%
Bergara	431.179 €	19,6%
Aretxabaleta	199.647 €	9,1%
Eskoriatza	120.553 €	5,5%
Antzuola	68.421 €	3,1%
Elgeta	45.701 €	2,1%
Leintz-Gatzaga	2.081 €	0,1%
TOTAL	2.205.138 €	100%

Fuente: EUSTAT.



3.3. SECTOR TURÍSTICO

OFICINAS DE TURISMO

De acuerdo a la página web de Turismo, en la actualidad Debagoiena dispone de 6 oficinas de Turismo, localizadas en Arrasate (Mancomunidad de Debagoiena), Oficina de Turismo de Oñati, Centro de información Turística e Interpretación de Debagoiena en el Santuario de Arantzazu, Oficina de Turismo de Eskoriatza-Museo Ibarraundi, Oficina de Turismo Leintz-Gatzaga y la Oficina de Turismo de Bergara.

OFERTA DE ALOJAMIENTO

De acuerdo con las informaciones disponibles desde el destino la oferta de alojamiento localizada en las ocho localidades dispone de 37 alojamientos y con diversidad de tipologías cuya localización figura a continuación:

Cuadro 4 Oferta Turística: Nº de Alojamientos por tipología Turística.

TIPO ESTABLEC.	Arrasate	Bergara	Oñati	Aretxabaleta	Eskoriatza	Antzuola	Elgeta	Leintz Gatzaga	TOTAL
Albergue			1						1
Alojam. Rural	1	2	1	1	2	1	2	2	12
Apartamentos		1	2		1				4
Autocaravanas	1	1	1		1		1		5
Casa Rural									0
Hotel*			3						3
Hotel**	2	1	2						5
Hotel***	1		2						3
Pensiones	2			1				1	4
TOTAL	7	5	12	2	4	1	3	3	37

Fuente: Turismo Debagoiena.

3.4. PRINCIPALES RECURSOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Los recursos y productos turísticos en el destino son diversos (Patrimonio Arquitectónico, Artístico, Patrimonio Cultural, Recurso Natural, Gastronomía y Otros) y numerosos, y se distribuyen a lo largo del destino como se recoge a continuación:



Cuadro 5 Recursos y Productos Turísticos del Destino

LOCALIDAD	Patrimonio Arquitectónico (1)	Patrimonio Artístico Cultural (2)	Recurso Natural (3)	Gastronomía (4)	Otros (5)
Arrasate	*		*	*	*
Bergara	*	*		*	*
Oñati	*	*	*	*	*
Aretxabaleta	*		*	*	*
Eskoriatza		*		*	*
Antzuola	*			*	
Elgeta		*		*	
Leintz-Gatzaga	*	*		*	

Fuente: BASQUETOUR y Debagoiena Turismo

(1) Dentro de la categoría de Patrimonio Arquitectónico, se han tenido en cuenta los siguientes: Edificios o estructuras de interés, cuevas y edificios religiosos del destino.

(2) Dentro de la categoría de Patrimonio Artístico-Cultural, se han tenido en cuenta los siguientes: Museos y centros de interpretación del destino.

(3) Dentro de la categoría de Recursos Naturales, se han tenido en cuenta parques naturales y cuevas.

(4) Dentro de la categoría de Gastronomía, se han tenido en cuenta restaurantes y experiencias y jornadas gastronómicas

(5) Dentro de la categoría de Otros, se han tenido en cuenta actividades deportivas y deportes de aventura.

3.5. INDUSTRIA TURÍSTICA

Con un total de 399 establecimientos, la industria turística de la Comarca de Debagoiena se compone principalmente del sector de hostelería (294 establecimientos, 73,7% sobre el total), seguido de otras actividades turísticas (66 establecimientos, 16,5% sobre el total), servicios de alojamiento (28 establecimientos, 7,0% sobre el total) y agencia de viajes y operadores turísticos (11 establecimientos, 2,8% sobre el total).

Cuadro 6 Empresas de la Industria Turística en el Destino, 2022.

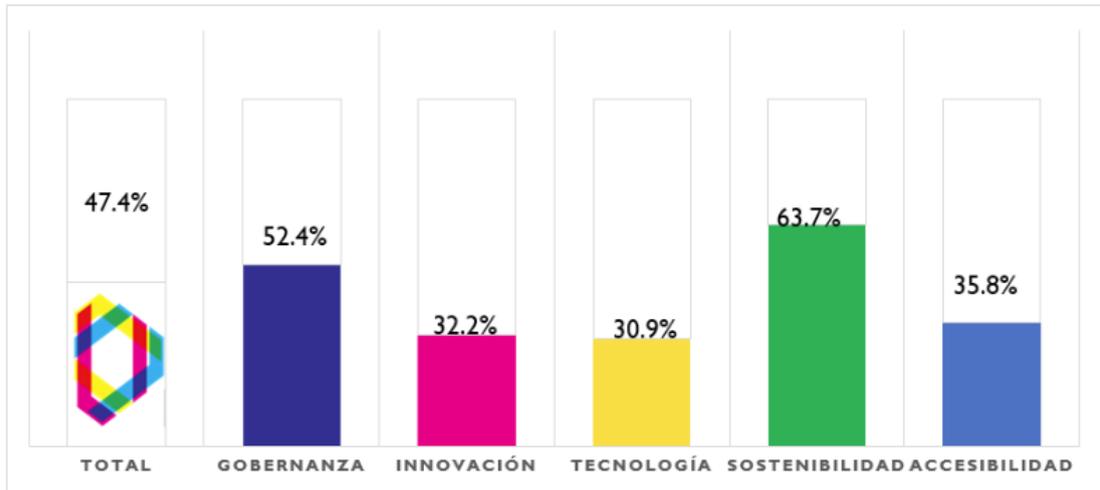
TIPOLOGÍA	Antzuola	Aretxabaleta	Elgeta	Eskoriatza	Arrasate	Oñati	Leintz-Gatzaga	Bergara	TOTAL	%
Servicios de alojamiento	0	2	3	2	4	11	2	4	28	7,0%
Hostelería	11	31	5	19	113	43	2	70	294	73,7%
Agencia de viajes y operadores turísticos	0	1	0	0	7	2	0	1	11	2,8%
Otras actividades turísticas	3	3	1	4	22	15	3	15	66	16,5%
TOTAL INDUSTRIA TURÍSTICA	14	37	9	25	146	71	7	90	399	100,0%

Fuente: EUSTAT.



3.6. RESULTADO TOTAL Y POR EJES

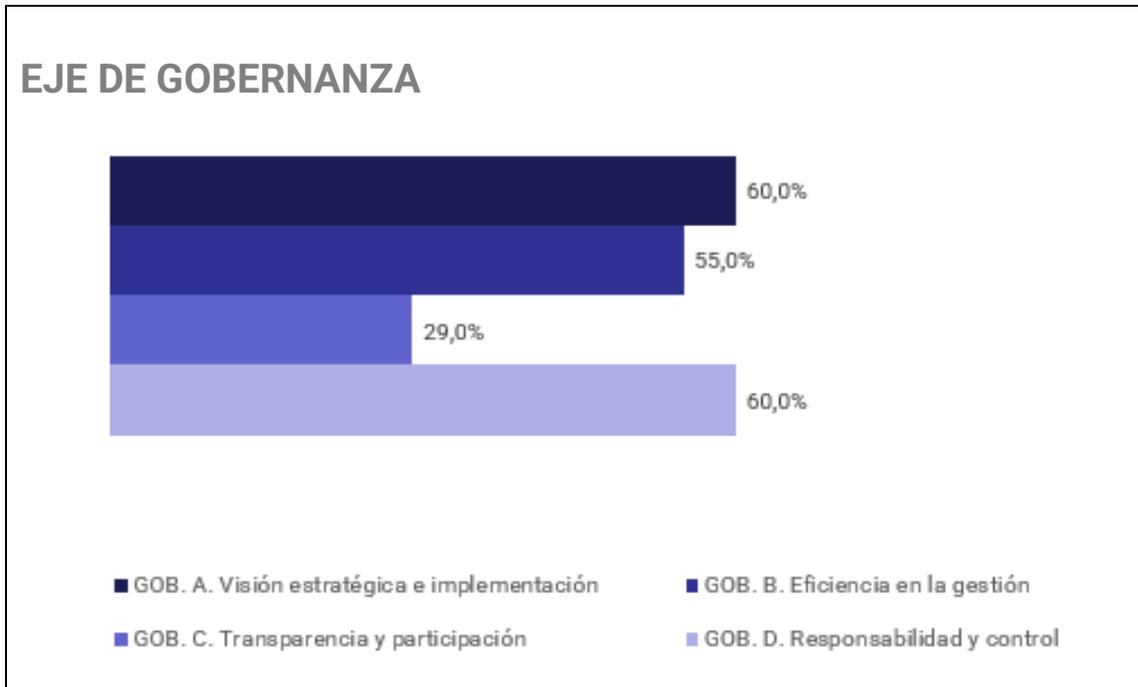
Las evidencias presentadas en los 5 ejes tienen la valoración de su alineamiento con la metodología DTI que se recoge a continuación:



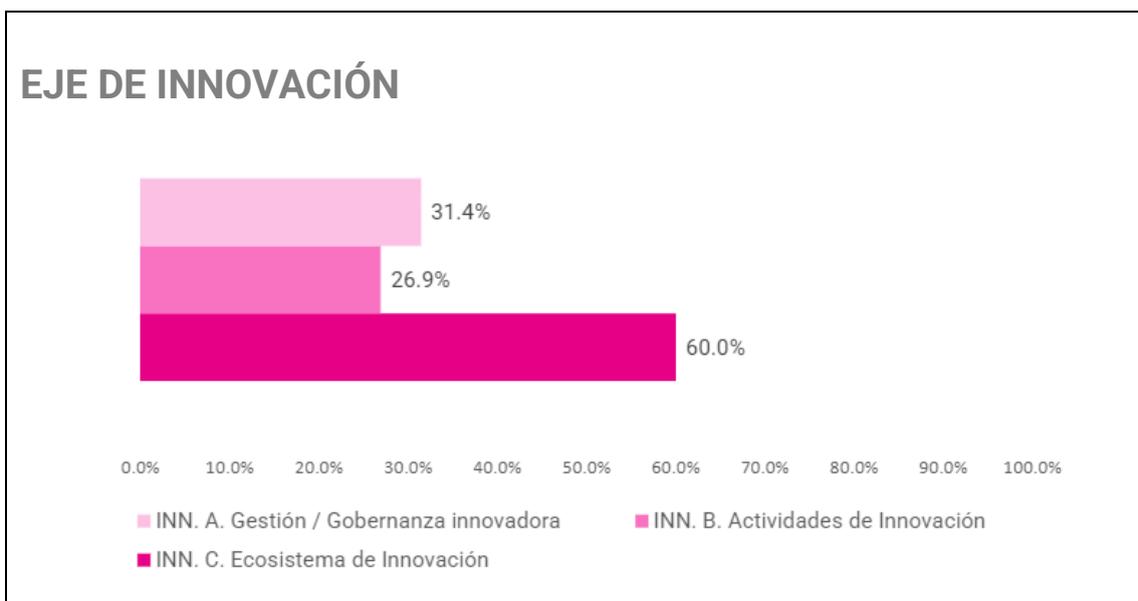


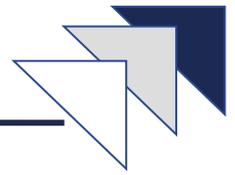
3.7. RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

En el eje de Gobernanza las evidencias presentadas se distribuyen de forma desigual según los diferentes ámbitos objeto de análisis, tal y como se recoge a continuación:

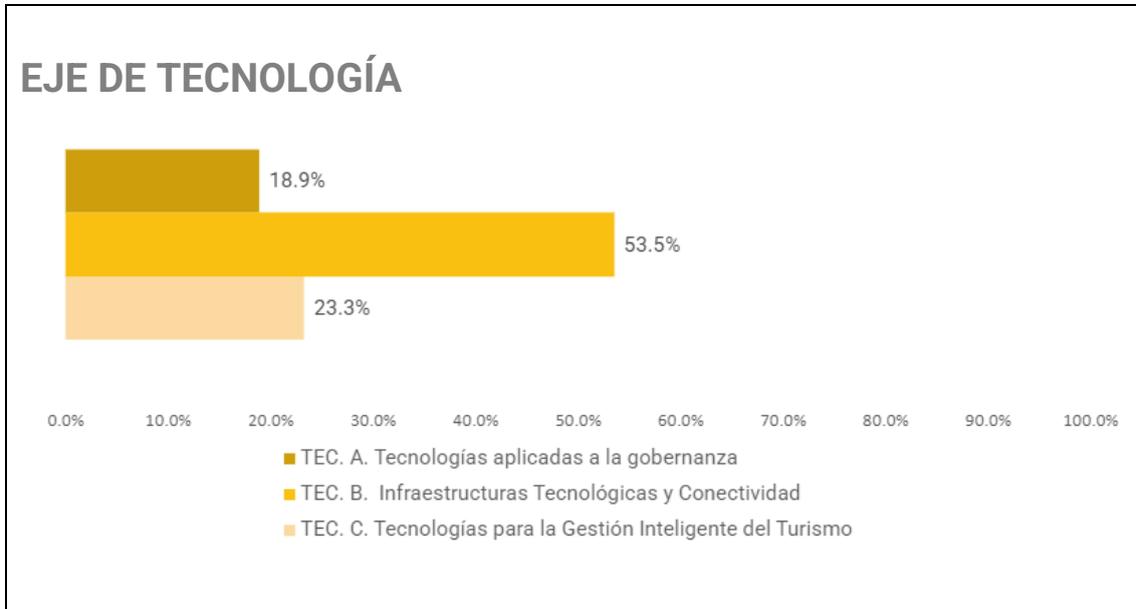


En el eje de Innovación las evidencias presentadas se distribuyen de forma desigual según los diferentes ámbitos objeto de análisis, tal y como se recoge a continuación:

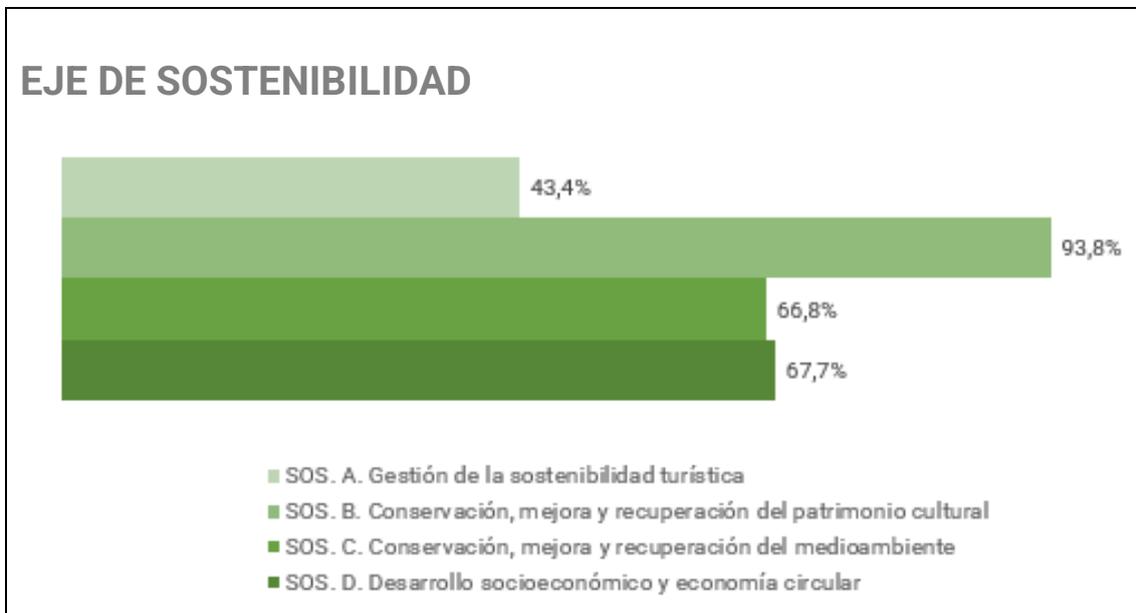




En el eje de Tecnología las evidencias presentadas se distribuyen de forma desigual según los diferentes ámbitos objeto de análisis, tal y como se recoge a continuación:



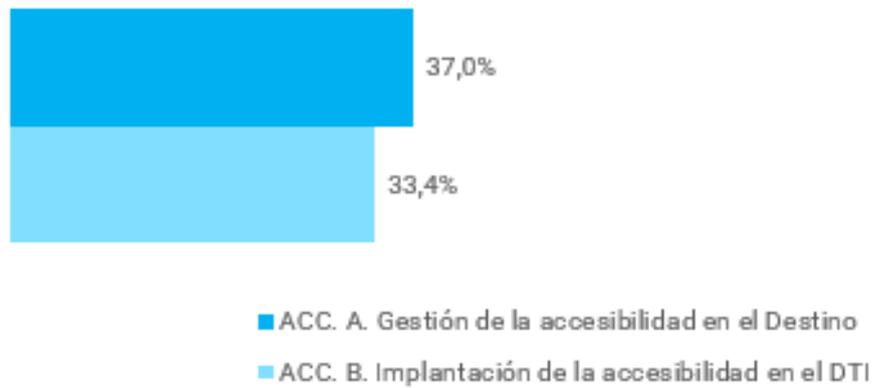
En el eje de Sostenibilidad las evidencias presentadas se distribuyen de forma desigual según los diferentes ámbitos objeto de análisis, tal y como se recoge a continuación:





En el eje de Accesibilidad las evidencias presentadas se distribuyen de forma desigual según los diferentes ámbitos objeto de análisis, tal y como se recoge a continuación:

EJE DE ACCESIBILIDAD

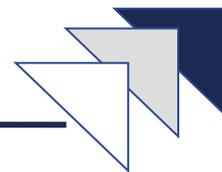




3.8. SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

En el destino la valoración total de acuerdo con las evidencias presentadas se sitúa en el 51,9% del grado de alineamiento con la metodología DTI. La distribución detallada por ejes y ámbito figura a continuación:

DESTINO	47.4%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR EJES	
GOB. Gobernanza	52.4%
INN. Innovación	32.2%
TEC. Tecnología	30.9%
SOS. Sostenibilidad	63.7%
ACC. Accesibilidad	35.8%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR ÁMBITOS	
GOB. A. Visión estratégica e implementación	60.0%
GOB. B. Eficiencia en la gestión	55.0%
GOB. C. Transparencia y participación	29.0%
GOB. D. Responsabilidad y control	60.0%
INN. A. Gestión / Gobernanza innovadora	31.4%
INN. B. Actividades de Innovación	26.9%
INN. C. Ecosistema de Innovación	60.0%
TEC. A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza	18.9%
TEC. B. Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad	53.5%
TEC. C. Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo	23.3%
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística	43.4%
SOS. B. Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural	93.8%
SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente	66.8%
SOS. D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	67.7%
ACC. A. Gestión de la accesibilidad en el Destino	37.0%
ACC. B. Implantación de la accesibilidad en el DTI	33.4%



3.9. RESULTADOS POR REQUISITOS

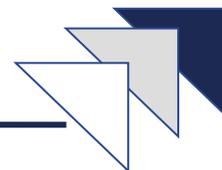
Las tablas por ejes a continuación recogen las puntuaciones obtenidas por el destino en cada uno de los requisitos de la metodología DTI valorándose de 0 a 100 el alineamiento de cada ámbito, de su eje correspondiente, con la metodología DTI.

GOBERNANZA		Valoración Requisito
GOB01	Relevancia del turismo en la organización	50%
GOB02	Herramientas de planificación estratégica	90%
GOB03	Herramientas de planificación de la promoción y comercialización	20%
GOB04	Creación de producto turístico	60%
GOB05	Programa de formación en la Entidad Local y a empresas	100%
GOB06	Estructuras de coordinación en la Entidad Local para el desarrollo de la actividad turística	25%
GOB07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública	35%
GOB08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector	40%
GOB09	Fomento de la transparencia y la e-administración	0%
GOB10	Calidad turística	70%
GOB11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo	0%
GOB12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística	75%

INNOVACIÓN		Valoración Requisito
INN01	Estrategia y sistema de gestión de la innovación en el destino	30%
INN02	Impulso a la Innovación en turismo a través de licitaciones	0%
INN03	Recursos públicos para la innovación	50%
INN04	Fomento de la innovación abierta	30%
INN05	Impulso de la innovación social	0%
INN06	Percepción de la Innovación por parte de residentes y visitantes	100%
INN07	Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores	25%
INN08	Innovación en procesos	0%
INN09	Impulso del ecosistema de innovación en el destino	60%



TECNOLOGÍA		Valoración Requisito
TEC01	Área / Unidad para la gestión TIC	0%
TEC02	Planificación estratégica y proyecto Smart	0%
TEC03	Desarrollo smart en el destino	10%
TEC04	Estrategia de ciberseguridad	60%
TEC05	Plataforma de Datos Abiertos	50%
TEC06	Sistemas de comunicación bidireccional entre la administración y residentes y no residentes	20%
TEC07	Conectividad a redes fijas en el destino (fibra, móvil, satélite,...)	100%
TEC08	Conectividad a redes Móviles en el destino	75%
TEC09	Conectividad en puntos de interés turísticos (POIs) y Oficinas de Información Turística	0%
TEC10	Soluciones de Cloud Computing y Edge Computing	100%
TEC11	Disponibilidad de Wifi Gratuita	0%
TEC12	Sensorización y sistemas de gestión	100%
TEC13	Sistemas de gestión de espacios turísticos en contexto COVID	10%
TEC14	Inteligencia Turística (Sistemas, tecnología y herramientas)	45%
TEC15	Portal Web de Turismo	56%
TEC16	Trazabilidad de las campañas de promoción	0%
TEC17	Tarjeta turística con soporte tecnológico avanzado	0%
TEC18	Aplicaciones turísticas	0%
TEC19	Señalización Inteligente	35%
TEC20	Nivel de tecnificación en Oficinas de turismo	30%
TEC21	Gestión automatizada de la relación con los visitantes	0%



SOSTENIBILIDAD		Valoración Requisito
SOS01	Planificación y gestión de las sostenibilidad turística del destino acorde a los ODS	30%
SOS02	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad	90%
SOS03	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible	65%
SOS04	Gestión sostenible de recursos turísticos	35%
SOS05	Medición de la capacidad de carga del turismo	0%
SOS06	Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	0%
SOS07	Contribución del gasto turístico a la sostenibilidad	0%
SOS08	Gestión de la estacionalidad del destino	50%
SOS09	Marketing para un turismo sostenible	0%
SOS10	Legislación específica para el patrimonio natural y cultural	100%
SOS11	Apoyo económico a la sostenibilidad en el sector privado	50%
SOS12	Implicación de los visitantes en lo relativo a esfuerzos en materia de sostenibilidad	100%
SOS13	Promover la interacción entre el visitante y el residente	65%
SOS14	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes	100%
SOS15	Existencia de figura de protección para el patrimonio cultural	100%
SOS16	Diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje	100%
SOS17	Inventario y plan de actuación para la conservación del patrimonio histórico-artístico	50%
SOS18	Programas de recuperación del patrimonio cultural	100%
SOS19	Fomento y protección de los recursos culturales locales	100%
SOS20	Protección del entorno natural local y de su biodiversidad	100%



SOSTENIBILIDAD		Valoración Requisito
SOS21	Gestión del Ciclo del Agua (Gestión, abastecimiento, depuración y reutilización)	27%
SOS22	Gestión de la calidad del aire	65%
SOS23	Valoración de mecanismos de minimización del ruido	100%
SOS24	Adaptación al cambio climático	35%
SOS25	Fomento de la eficiencia energética	55%
SOS26	Recogida selectiva y tratamiento de residuos	95%
SOS27	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local	80%
SOS28	Política de compras responsables y de apoyo a KM 0	0%
SOS29	Fomento de los proveedores de productos, servicios y experiencias turísticas locales de kilómetro 0	100%
SOS30	Impulso de programas/medidas de redistribución de beneficios y cargas producidos por el turismo	100%
SOS31	Política de diversificación y segmentación	100%
SOS32	Lucha contra la estacionalidad del empleo	100%
SOS33	Acciones formativas en materia de sostenibilidad	0%
SOS34	Oportunidades de empleo justas	0%
SOS35	Colaboración del ente gestor con escuelas y centros de turismo en actividades o programas de desarrollo sostenible	0%
SOS36	Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en el destino	60%
SOS37	Garantizar la salubridad del destino y el cumplimiento de protocolos de actuación específicos, y la normativa en materia de salud, higiene y seguridad alimentaria	100%
SOS38	Monitorización y atención sanitaria a visitantes	75%



ACCESIBILIDAD		Valoración Requisito
ACC01	Normativa técnica de accesibilidad	70%
ACC02	Planificación en materia de accesibilidad	65%
ACC03	El EG dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad	35%
ACC04	Formación del personal en accesibilidad	35%
ACC05	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino	0%
ACC06	Mecanismos para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad	0%
ACC07	Accesibilidad en Seguridad y Emergencias	25%
ACC08	Fomento de la participación de los usuarios en la mejora de la Accesibilidad	50%
ACC09	El EG incentiva la accesibilidad en el sector turístico privado	30%
ACC10	Promoción de la accesibilidad en el destino	0%
ACC11	Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras	50%
ACC12	Accesibilidad de la página web y de la app de turismo	0,0%
ACC13	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades)	0,0%
ACC14	La información en destino es accesible	30,0%
ACC15	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino	50,0%
ACC16	Transporte local accesible	48,0%
ACC17	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas	58,2%

4. 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. Estas constituirán el Plan de Acción, para el que se entregará una propuesta de plantilla que se explica en el Anexo 3 de este informe.

4.1. 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 los 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 los 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.



PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO

GOB01_01_03_R02

Se recomienda que la elaboración del Plan de Acción anual en turismo se haga consultando al sector turístico privado y la ciudadanía con el objetivo de que todos los actores se impliquen en su desarrollo y estén alineados con el trabajo que se haga desde la Entidad comarcal, sumando así eficiencia y transparencia al proceso.

La actividad turística es transversal y con una fuerte incidencia en el territorio por lo que garantizar que el sector y los residentes conocen y comparten las líneas de actuación que se van a poner en marcha en el destino para el desarrollo turístico, las impulsará en mayor medida y contribuirá a garantizar los objetivos perseguidos.

Por otro lado, integrar en la planificación a empresas y residentes supone una fórmula eficaz de sensibilización y de comunicación de los beneficios del turismo.

INTEGRACIÓN DE ACCIONES CON REPERCUSIÓN EN TURISMO DE TODAS LAS ÁREAS DE LA ENTIDAD COMARCAL EN EL PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO

GOB01_01_03_R03

La transversalidad de la actividad turística y sus efectos en la gestión de la misma, tienen como consecuencia la necesidad de coordinación entre el Área de Turismo y el resto de Áreas de la Entidad comarcal. En ese sentido, el Plan de Acción anual en turismo debe recoger todas aquellas acciones, correspondan al área que correspondan, que tengan incidencia en esa gestión y desarrollo de la actividad turística. De esta manera, se obtendrá una visión amplia y coordinada de los trabajos con repercusión en turismo. Es decir, el Plan de acción anual tiene gastos e inversiones directamente ligados tanto dependientes del Área de turismo como de otras Áreas.

SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

GOB01_02_02_R03

La rendición de cuentas y la transparencia deben ser las premisas en la puesta en marcha de las políticas públicas. En ese sentido, el Plan estratégico de turismo debe contemplar las herramientas para garantizarlas. Por ello, se recomienda la monitorización de las medidas que se proponen en el Plan Estratégico de Turismo, así como el cumplimiento de los objetivos, previendo una rendición de cuentas pública y periódica con indicadores preestablecidos. Un seguimiento que concluya en una memoria final que dé paso a un nuevo proceso de planificación.



PARTICIPACIÓN DE CIUDADANÍA Y SECTOR PRIVADO EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

GOB01_02_02_R04

El trabajo conjunto con el sector turístico privado y la ciudadanía en la elaboración del Plan estratégico de turismo dará un impulso a las acciones que se deriven de él gracias al conocimiento que tendrán de éste y a la implicación generada en el proceso de redacción.

Por ello, la participación la sociedad civil en la definición de la estrategia turística se hace necesaria en el marco de un DTI tanto en términos de transparencia, como de eficacia en su desarrollo. A través de talleres, sesiones de trabajo y los métodos de participación que se decidan, se propone compartir la propuesta de plan estratégico y recoger el feedback que permita mejorar el documento y alcanzar el mayor grado de concertación con el sector empresarial y la población. La acción pública de la actividad turística, al ser turismo una industria transversal con implicaciones directas sobre el territorio necesita de un acuerdo social que le permita avanzar con la calidad y sostenibilidad que garanticen un desarrollo económico y social futuros.

PROMOCIÓN DE ACCIONES RELACIONADAS CON TODOS LOS EJES DTI

GOB01_03_01_R02

Se recomienda 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 como uno de los objetivos del Plan de marketing turístico. 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.

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

GOB01_03_01_R03

Se aconseja elaborar una estrategia de comercialización del destino, tanto en relación con productos y servicios turísticos de carácter público, como con el apoyo a la comercialización de productos y servicios turísticos privados. Es esencial la consulta y concertación con el sector turístico para definir la estrategia.

Los cambios en los canales de comercialización turística han sido radicales y están en constante revisión, derivados de los avances tecnológicos, por lo que el destino no puede quedar ajeno a todo ello y debe ser capaz de planificar las fórmulas que le permitan estar en una permanente actualización.

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.

PARTICIPACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN EL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

GOB01_03_01_R05

Se recomienda la colaboración con el sector privado en la elaboración del Plan de marketing turístico a través de reuniones consultivas en las que se trasladen las acciones que se prevén para la promoción, comunicación y comercialización del destino. El sector turístico privado es un elemento esencial en la imagen del destino, por lo que compartir con él la estrategia de marketing contribuirá al impulso de las acciones planificadas.

PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA EN EL PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

GOB01_03_01_R06

Se recomienda la colaboración con la ciudadanía en la elaboración del Plan de marketing turístico a través de reuniones consultivas en las que se trasladen las acciones que se prevén para la promoción, comunicación y comercialización del destino. La ciudadanía es un elemento esencial en la imagen del destino, por lo que compartir con ella la estrategia de marketing contribuirá al impulso de las acciones planificadas.

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA/S DE MARKETING TURÍSTICO DIGITAL

GOB01_03_02_R01

Tal y como se realiza para el plan de marketing turístico general, se recomienda la definición clara de las estrategias de marketing turístico y comercialización digital que se materializarán en las distintas acciones para alcanzar los objetivos marcados en la estrategia turística del destino.

En este caso, también se debe partir de un análisis y diagnóstico de situación previa para saber cuál es el punto de partida y los recursos y capacidades con los que cuenta el destino. De igual manera de la estrategia general se derivarán las correspondientes a producto, mercados, segmentos, posicionamiento o marca siempre con el foco en el marketing digital.

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.

DESARROLLO DE UN PLAN DE SOCIAL MEDIA GOB01_03_02_R04

Para hacer un uso efectivo de las Redes Sociales, se recomienda la elaboración de una planificación en la que se establezcan las estrategias a seguir para contribuir a alcanzar los objetivos del plan de marketing turístico, así como los recursos disponibles para la gestión de las mismas.

Como cualquier herramienta de comunicación y promoción los mensajes y campañas deben estar en línea y coordinados con lo que marque el plan de marketing turístico.

Una mejor gestión de las RRSS pasa por incorporar la figura de un community manager, así como establecer cuáles son las más adecuadas para los segmentos a los que queremos llegar y analizar la posibilidad de realizar acciones que supongan una inversión en publicidad.

PARTICIPACIÓN DE CIUDADANÍA Y SECTOR TURÍSTICO PRIVADO EN LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS GOB01_04_01_R02

Se aconseja la participación y búsqueda de consenso con el sector turístico privado y la ciudadanía en el proceso de elaboración de productos turísticos. El objetivo es tener el máximo apoyo y que lo sientan como suyo en su configuración y puesta en marcha, un trabajo a tratar en el marco de las herramientas de participación existentes.

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.

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 los 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.

DESARROLLO DE UNA SMART OFFICE

GOB02_06_02_R01

El avance en el proceso de conversión DTI conllevará una evolución que incrementará las funciones y tareas de la persona o equipo gestor del proyecto y, ante la necesidad de nuevos servicios y competencias, se recomienda que vaya 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, así como ejercer de nodo de coordinación. 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 implicará 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 de 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_R02

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.

ELABORACIÓN DE UN CALENDARIO DE REUNIONES PERIÓDICAS PARA LA MESA/CONSEJO DE TURISMO

GOB03_07_02_R03

Se recomienda dar un impulso decidido al Consejo/Mesa de Turismo o similar, detallando sus funciones en un reglamento, con un calendario de reuniones periódicas (al menos dos al año), que además tenga tareas de asesoramiento y canalización de la información bidireccionalmente, entre sector público, privado y sociedad civil. El Consejo/Mesa debe ser un verdadero y activo instrumento para la concertación y para fomento de la corresponsabilidad en el desarrollo y la gestión turística.



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.

CREACIÓN DE UN FORO ONLINE CON LA CIUDADANÍA

GOB03_08_01_R01

Se aconseja crear un foro online con las principales asociaciones ciudadanas, que también puede estar abierto a la población en general a través del que se comparta información y se reciba feedback directo y en tiempo real. 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. Se puede también impulsar y canalizar a través de las Áreas de Participación Ciudadana de los municipios integrantes de la comarca.

SERVICIOS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA CON ORIENTACIÓN AL RESIDENTE

GOB03_08_01_R03

Se aconseja que las oficinas y puntos de información turística comuniquen y oferten servicios turísticos de los que la población residente pueda disfrutar tales como visitas guiadas, eventos, etc. Acciones y servicios de los que la ciudadanía no tiene por qué verse excluida, sino integrada y disfrutar de los beneficios de formar parte de un destino turístico, es además una forma de implicar al residente en la actividad turística incluso hacerles prescriptores del destino.

REUNIONES PERIÓDICAS CON REPRESENTANTES DE LA CIUDADANÍA

GOB03_08_01_R04

Se recomienda consensuar un calendario de reuniones periódicas con la ciudadanía para tratar sobre el desarrollo del turismo y aquellos efectos derivados de la actividad turística en el territorio. La comunicación con los residentes es un elemento fundamental en términos de sostenibilidad social y una oportunidad para detectar necesidades y problemáticas que contribuyan a la mejora de productos, servicios e infraestructuras. Se les podría integrar incluso en mesas de trabajo o en el Consejo Comarcal de Turismo.



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.

COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES EN TURISMO

GOB03_09_01_R03

La comunicación permanente de las actividades del Ente Gestor Turístico, más allá de las relacionadas con la promoción, debe ser una de las prioridades para trasladar a la sociedad los beneficios del turismo en el territorio. Esto, unido a la activación de canales de participación de la ciudadanía y el empresariado, contribuirá a sensibilizar sobre la importancia de la actividad turística cumpliendo a la vez con las obligaciones de transparencia. En ese sentido, se recomienda publicar de forma periódica las actuaciones que ha llevado a cabo el Ente Gestor Turístico en el destino, el grado de cumplimiento de objetivos y resultados, estableciendo indicadores de medición para ello. Se trata de una rendición de cuentas, que contribuirá a trasladar los valores y la política turística a residentes y visitantes, que debe coordinarse con la estrategia de comunicación llevada a cabo desde la Entidad comarcal. El trabajo en la línea del proyecto DTI como proceso de mejora continua, orientado a una nueva gobernanza, a fomentar la innovación y potenciar la sostenibilidad y la calidad turística de los servicios es un valor a trasladar a la ciudadanía.

ACTIVACIÓN PLENA DE LA SEDE ELECTRÓNICA

GOB03_09_02_R04

La Sede Electrónica es un importante canal de comunicación con ciudadanía y empresas a través del que se hace pública información de la Entidad comarcal y se ejecutan trámites y servicios vía telemática. Se aconseja activar como prioridad este servicio y potenciar su uso, incluyendo el máximo número de trámites disponibles para mejorar con el cumplimiento de las obligaciones en transparencia, reforzar los principios de eficacia y eficiencia de la administración pública, así como ahorrar costes a ciudadanía y empresas y reforzar sus garantías (Ley 39/2015).



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 webminars 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.

ACTIVACIÓN DEL SERVICIO DE CARPETA CIUDADANA

GOB03_09_04_R01

La carpeta ciudadana permite a la ciudadanía conocer todos los expedientes abiertos en diferentes organismos públicos en un solo clic. Está siempre actualizada, ya que se nutre de consultas en tiempo real y no necesita de un registro previo. Es una herramienta de la Administración General del Estado a disposición de todas las administraciones, que se recomienda activar con el objetivo de facilitar a la ciudadanía el acceso a su información y la presentación de solicitudes o ejecución de trámites. Este instrumento redunda en un mejor servicio y comunicación con los residentes y empresariado turístico.

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 naciones 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.

REFUERZO AL IMPULSO EN CALIDAD TURÍSTICA

GOB04_10_01_R03

Se aconseja poner en marcha un Plan/programa de acciones de impulso a la calidad turística consensuado con el sector a través del que, además de promover las certificaciones o programas como el SICTED, se prevean otras acciones como capacitación, talleres o líneas de financiación. En definitiva, la Entidad comarcal debe liderar el camino hacia la calidad, potenciándola en los recursos y servicios propios, e integrando a todos los actores que participan en la cadena de valor turística. Asimismo, el Plan debe incluir acciones de comunicación de los objetivos conseguidos en materia de calidad para dar visibilidad a los esfuerzos de sector público y privado y que residentes y visitantes conozcan el trabajo realizado en este ámbito y los beneficios que ello reporta.

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 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.

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.



4.2. 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 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.

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 EVENTOS PARA FOMENTAR LA INNOVACIÓN EN TURISMO

INN01_04_03_R03

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 aquellas 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, empresas municipales, 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.

MEJORA EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES **INN02_07_01_R02**

Se aconseja al ente gestor seguir apostando por el desarrollo de servicios y productos que se apoyen en la innovación como palanca para la creación de valor. Para ello, se aconseja diseñar una estrategia cuyo objetivo sea aumentar el número de productos y servicios turísticos nuevos o significativamente mejorados introducidos anualmente. 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 nuevo 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/optimizar 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:
- c) 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.
- d) Realizar acciones promocionales dirigidas a los distintos perfiles, como el envío de newsletter o notificaciones de marketing segmentado.
- e) 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 EN TURISMO

INN03_09_01_R02

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

- Programa de apoyo al emprendimiento específicamente innovador en turismo, orientado a la mejora de la competitividad y la diferenciación del sector.
- Ayudas e incentivos con la finalidad de atraer y retener talento y emprendedores, para el desarrollo de nuevos modelos de negocio en turismo.
- Promover una aceleradora o incubadora especializada en turismo, o gestionar acuerdos con las regionales.
- Convocar concursos y/o premios para emprendedores, iniciativas, ideas, propuestas y proyectos de emprendimiento en turismo.
- Ayudas a proyectos de innovación en los diferentes subsectores de turismo en el destino.
- Fomento de la formación y capacitación de los distintos actores del ecosistema, mejorando el desarrollo de capacidades de innovación en turismo.



4.3. 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 las áreas con los recursos necesarios para garantizar la eficiencia y eficacia de las acciones que se pongan en marcha.

CREACIÓN DE UN UNIDAD DE GESTIÓN TECNOLÓGICA DEL DESTINO

TEC01_01_01_R01

Se recomienda la creación de un área de gestión tecnológica para conseguir una integración entre proyectos de índole tecnológica que se estén desarrollando en el destino o que se vayan a implementar en el corto y medio plazo. El objetivo es que se realice una adecuada planificación, dimensionamiento, despliegue, seguimiento y mantenimiento de las implantaciones tecnológicas que se lleven a cabo en el destino. Por otra parte, se persigue que se generen sinergias entre los proyectos con objetivos alineados. El área de gestión tecnológica deberá aglutinar las siguientes competencias:

- Presencia en el Comité DTI para determinar las acciones a realizar.
- Responsabilidad sobre las implantaciones tecnológicas que se realicen en el destino. Para ello, deberá contar con personal especializado que actualice y mantenga las tecnologías desplegadas hasta el momento en el destino y las futuras.
- Establecimiento de canales de comunicación con todos los responsables operativos de las distintas áreas que puedan tener relación con tecnología.
- Favorecer la generación de sinergias entre las distintas implantaciones tecnológicas que se lleven a cabo

CREACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO SMART PARA EL DESTINO

TEC01_02_01_R01

Se recomienda implementar un Plan Estratégico Smart donde se recoja la existencia de planes estratégicos, estrategias y/o proyectos Smart en el destino. Este documento se debe plantear como una herramienta planificadora con los siguientes objetivos:

- El conocimiento de la situación actual y el diagnóstico sobre aquellos servicios municipales que tengan responsabilidades operativas en el ámbito de las ciudades inteligentes y de la innovación tecnológica.
- La definición de líneas estratégicas que sean claves para la mejora de la sostenibilidad ambiental, económica y de la calidad de vida de los ciudadanos.

La creación de una hoja de ruta con los proyectos y actuaciones que regirán la transformación hacia un destino inteligente, y que permitan aplicar un nuevo modelo de gestión.



En definitiva, el plan Estratégico Smart debe servir de guía para coordinar, integrar y alinear todas aquellas actuaciones iniciadas, en desarrollo o futuras en el ámbito de la innovación tecnológica.

IMPULSO A PROYECTOS SMART RELACIONADOS CON EL TURISMO

TEC01_02_02_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_01_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_02_R01

Se recomienda trabajar con la herramienta de gestión o plataforma Smart de destino existente 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_04_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_02_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.

PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN PORTAL DE DATOS ABIERTOS PROPIO

TEC01_05_01_R03

Se recomienda ejecutar las acciones necesarias del Portal de Datos Abiertos del destino para que cumpla con el estándar de 3 estrellas (5stars.info), o llevar a cabo la publicación de información de índole turística, bajo ese mismo estándar.

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

TEC01_05_02_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.



IMPLANTACIÓN DE UNA HERRAMIENTA DE PUBLICACIÓN DE AVISOS, ALARMAS E INCIDENCIAS POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN

TEC01_06_01_R01

Uno de los requisitos que recogidos en el modelo DTI es que se pueda avisar, en tiempo real, a visitantes y ciudadanos ante posibles incidencias, que pueden ser desde leves (incidencias del tráfico) a emergencias (seguridad ciudadana, desastres naturales y meteorológicos). Las aplicaciones de comunicación entre las administraciones públicas y el ciudadano son sin duda una gran oportunidad para actuar rápida y eficazmente en los problemas de un destino o comunicar información por medios menos rígidos que los habituales, con rapidez, sencillez y cercanía. Se recomienda el desarrollo de una herramienta que permita a las administraciones competentes sobre un determinado ámbito publicar información relativa a avisos, alarmas o incidencias para que la ciudadanía las tenga en consideración.

MEJORA DE LA HERRAMIENTA DE PUBLICACIÓN CIUDADANA DE AVISOS, ALARMAS E INCIDENCIAS

TEC01_06_02_R02

Se aconseja que se evolucione la herramienta de alarmas e incidencias para poder diferenciar entre las enviadas por residentes y no residentes. Se recomienda su evolución funcional encaminada a diferenciar entre ambos perfiles de usuario.

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

TEC01_06_03_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 esta, 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.

MEJORA DE LA TECNOLOGÍA DE ACCESO A LA RED MÓVIL A PARTIR DE LA RED 5G NSA EXISTENTE EN EL DESTINO

TEC02_08_01_R03

El destino cuenta con conectividad móvil 5G Non Standalone (5G NSA), que se apoya en infraestructura 4G ya desplegada por los operadores.

Se recomienda que se dé el salto a la 5G Standalone (5G SA), que funciona enteramente con equipos 5G y que permite alcanzar velocidades de hasta 10 veces la del 5G NSA, que a su vez es entre 5 y 10 veces mayor que el 4G convencional.

El 5G SA es la etapa más revolucionaria al posibilitar la implementación de futuros servicios como la conducción autónoma, gracias a la combinación de tecnologías como el Mobile Edge Computing que ayudarán a tener latencias ínfimas en torno a 1 ms.

En lo que a smartphones se refiere, las mejoras más apreciables estarán relacionadas con el aumento en la velocidad de subida, mayor velocidad de descarga y la ausencia de retardos.

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

TEC02_09_01_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_02_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 adecuado y bien dimensionado. 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.

DOTACIÓN DE COBERTURA WIFI GRATUITA AL DESTINO TURÍSTICO

TEC02_11_01_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_02_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 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.

DESARROLLO DE UN SISTEMA DIGITAL DE RESERVAS DE RECURSOS TURÍSTICOS TEC02_13_02_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:
 - o Uso del widget en la web de promoción, valorando la opción de instalar una API de reservas dentro de la web.
 - o Acuerdos comerciales de financiación y promoción.
 - o Formar 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 Google maps y plataformas de viajes.

UTILIZACIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE LOS MOVIMIENTOS DE PEATONES Y CÁLCULO DE FLUJOS TURÍSTICOS TEC02_13_03_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_04_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_05_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_02_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_03_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.

DESARROLLO DE UN DE CUADRO DE MANDO TURÍSTICO

TEC03_14_05_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_01_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_02_01_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 del destino.

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

TEC03_15_02_02_R01

Es importante mantener actualizadas todas las secciones del portal web turístico según las necesidades del destino. Esta revisión 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_02_03_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.

MEJORA DE LOS CONTENIDOS DEL PORTAL WEB Y FOMENTO DE LA EXTENSIÓN DE SU USO

TEC03_15_05_R02

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 plan de marketing online.

MONITORIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

TEC03_16_01_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_01_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_02_R01

La tarjeta turística es un elemento fundamental para 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_01_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_02_R01

Se recomienda identificar posibles necesidades de información que no estén integradas en la aplicación ya existente 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_03_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_02_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_03_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 es los wearables 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_01_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 INFRAESTRUCTURAS AVANZADAS DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN DESTINO

TEC03_20_03_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.

DISPOSICIÓN DE DISPOSITIVOS IOT PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA EN OFICINAS DE TURISMO

TEC03_20_05_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.



IMPULSO A LA CREACIÓN DE CONTENIDOS TURÍSTICOS DIGITALES PERSONALIZADOS AL VISITANTE

TEC03_20_07_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_08_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 con 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_09_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 para 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.



4.4. 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 Unidas, 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 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.

IMPULSO DE LA PEATONALIZACIÓN EN CENTROS HISTÓRICOS O ÁREAS COMERCIALES O TURÍSTICAS DEL DESTINO

SOS01_03_03_R01

Se recomienda el impulso de la peatonalización en centros históricos o áreas comerciales o turísticas del destino. Aconsejable contar con un estudio de peatonalización que incluya un diagnóstico de la situación de movilidad, una propuesta de actuación, un presupuesto y un sistema de evaluación y seguimiento. Los trabajos de peatonalización podrán llevarse a cabo de manera paulatina, de manera que no suponga un esfuerzo económico importante, el objetivo es superar que el 10% de estos espacios sean peatonales. A la par se deben promover formas de transporte alternativas al vehículo privado y el mejoramiento de aparcamientos disuasorios, de forma que se compatibilicen con la estructura viaria peatonal del destino.

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.

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.

CONOCIMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS INVENTARIADOS CON ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

SOS01_04_03_R01

Se recomienda conocer el porcentaje de recursos (atractivos turísticos naturales y culturales) inventariados, que sufren impacto por la actividad turística, sobre los que se ha hecho un estudio de impacto ambiental en el destino. El objetivo es que al menos el 75% o más de estos recursos cuenten con un estudio de impacto ambiental sufrido por causa del turismo, con el objetivo de minimizar los efectos negativos de la presión turística en cada recurso.

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 ATRACTIVOS 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 calculado 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.

COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES EN EL DESTINO

SOS01_09_01_R01

Se aconseja la realización de acciones de comunicación y promoción para desarrollar y promover productos y servicios sostenibles. Se considera conveniente contar con un programa de comunicación y promoción para desarrollar y promover la oferta turística sostenible. La información ofrecida sobre la calidad ambiental y otras especificaciones de sostenibilidad de la oferta será veraz, clara y precisa, sin crear expectativas inasumibles o sin expresar de forma ambigua los distintos aspectos del compromiso y la oferta sostenible del destino.

DISPOSICIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA OFERTA TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DEL DESTINO

SOS01_09_02_R01

Se recomienda la disposición de información sobre productos y servicios sostenibles en los canales de comunicación del destino (web, redes sociales, paneles informativos). Se aconseja contar con un programa de comunicación y promoción para desarrollar y promover la oferta turística sostenible. La información ofrecida sobre la calidad ambiental y otras especificaciones de sostenibilidad de la oferta será veraz, clara y precisa, sin crear expectativas inasumibles o sin expresar de forma ambigua los distintos aspectos del compromiso y la oferta sostenible del destino.

ACTIVACIÓN Y REFUERZO DEL PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO A PYMES TURÍSTICAS

SOS01_11_02_R02

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.

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.



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.

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.

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.

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.



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.).

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.

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.

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 paso previo 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.

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.

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



CONSECUCCIÓN DE UN PORCENTAJE DE RESIDUOS RECICLADOS SUPERIOR AL 50% **SOS03_26_04_R05**

Se recomienda 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.

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,...

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.

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 redonda 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 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.



4.5. 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 en el que se ubica el 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.

COMPLEMENTACIÓN DE NORMATIVA DE ACCESIBILIDAD CON OTROS DOCUMENTOS TÉCNICOS

ACC01_01_01_R04

Se aconseja que el Ente Gestor del destino o - en su lugar - los municipios que lo componen, integren la normativa de obligado cumplimiento en los ámbitos de obras que recaen en sus competencias, licencias de obras (sector privado) y licencias de apertura de establecimientos, con otros documentos técnicos, como estándares, manuales, normas técnicas, etc. que complementen o ayuden a interpretar la normativa vigente en materia de accesibilidad. Esta consideración permitirá al destino no limitarse a los mínimos legales sino poder proponer acciones que permitan mejorar la accesibilidad y por tanto de mayor utilidad y calidad.

CONSIDERACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS DOCUMENTOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

ACC01_02_01_R03

Actualmente, la accesibilidad universal no es tenida en cuenta en la planificación del desarrollo de acciones en el área de turismo. Esta acción va encaminada, por tanto, a incluir en los planes turísticos del destino, estrategia y operatividad, acciones que permitan avanzar y mejorar en el grado de accesibilidad universal del destino.

Se recomienda la inclusión de un eje estratégico en el Plan estratégico de turismo, en el Plan de marketing turístico y, en general, en los documentos de planificación turística, eje que derivará de la estrategia conjunta que se adopte a nivel municipal. Deberá incluir acciones a lo largo de la cadena de valor turística, de manera que el avance se produzca homogéneamente.



DISPOSICIÓN DE UN ÁREA/OFICINA TÉCNICA O SIMILAR ESPECÍFICA DE ACCESIBILIDAD EN EL DESTINO

ACC01_03_01_R02

La accesibilidad universal es una materia transversal a todas las áreas de gestión del destino. Se estima necesaria la creación de un órgano de gestión de la accesibilidad en el Ente Gestor, que desarrolle funciones técnicas, estratégicas de gestión y de coordinación, necesarias para el desarrollo de todas las actuaciones de ámbito y competencia pública, relacionadas con la accesibilidad. El órgano puede concretarse en un oficina técnica o similar específica de accesibilidad, que deberá contar con medios humanos, técnicos y económicos dedicados a la gestión de la accesibilidad universal del destino. La oficina técnica de accesibilidad será el instrumento principal para el desarrollo e implantación de la accesibilidad en el destino turístico. La oficina técnica de accesibilidad tendrá entre sus funciones:

- Velar por el cumplimiento de la normativa sobre accesibilidad universal.
- Realizar el seguimiento de las actuaciones contenidas en el futuro plan de accesibilidad y en todas aquellas llevadas a cabo en materia de accesibilidad.
- Asesoramiento en obras de adaptación de edificios públicos.
- Coordinación con los diferentes consejos municipales o locales del destino, los consejos de participación y comisiones de seguimiento de eliminación de barreras arquitectónicas, identificando las necesidades expresadas por los diferentes miembros.
- Servicio de asesoramiento y atención a ciudadanos en materia de accesibilidad universal, información acerca de los derechos de las personas con discapacidad, normativa en accesibilidad, recogida de denuncias y propuestas.
- Realizar un diagnóstico de la accesibilidad de recursos y productos turísticos a través de un inventario documentado que identifique las instalaciones, servicios y productos accesibles en cada recurso.
- Gestionar las incidencias que afecten a la accesibilidad.
- Organizar acciones de información y promoción de la accesibilidad, a nivel interno, dirigidas al resto de áreas del Ente Gestor y, a nivel externo, a la ciudadanía.

Se recomienda que esta oficina de accesibilidad sea independiente, con presupuesto propio y sus acciones sean transversales al resto de áreas del Ente Gestor.

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.

Sería oportuno que la creación de una oficina técnica de accesibilidad, cuando fuera de ámbito municipal, tuviera lugar a partir de la estructura de las áreas de Obras y Servicios, Urbanismo y Movilidad, incorporando las funciones, el personal técnico y una/s persona/s responsable/s, para la coordinación de las actuaciones llevadas a cabo en materia de accesibilidad de forma transversal por las diferentes áreas, implicando a todas aquellas que intervienen en la gestión del destino.



Se propone que la oficina técnica de accesibilidad, entre sus funciones, realice un seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo en materia de accesibilidad, mediante el uso de indicadores y a través de reuniones periódicas.

DOTACIÓN DE PERSONAL Y MEDIOS TÉCNICOS PARA LA GESTIÓN E IMPLANTACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

ACC01_03_02_R01

El destino no cuenta con medios humanos y técnicos suficientes para la gestión e implantación de la accesibilidad universal.

Se recomienda al Ente Gestor dotarse de un área, con personal suficiente equipado con medios adecuados y formado en accesibilidad universal, para posibilitar tanto la gestión como la implantación de la accesibilidad en el destino. En cualquier caso, es recomendable que la accesibilidad se coordine de forma centralizada y transversal.

Cuando la entidad local correspondiente al ámbito territorial del destino no cuente con competencias para la dotación de personal que, entre sus funciones, tenga encomendados trabajos relacionados con la accesibilidad, se considerará fundamental para una buena gestión de la accesibilidad en el territorio que cuenten con ello los municipios que la componen.

En el Área de Turismo también se recomienda identificar a una figura responsable y dotarse de medios y recursos para acciones de mejora y promoción de la accesibilidad en el turismo.

IMPULSO A LA FORMACIÓN CONTINUADA EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD

ACC01_04_01_R03

Se recomienda reforzar la formación con cursos planificados de manera continuada o periódica (al menos un curso cada dos años) en materia de accesibilidad, dirigidos a técnicos del Ente Gestor, personal laboral de las diferentes áreas y personal técnico de los diferentes municipios que forman parte del territorio del destino. Esto les permitirá desarrollar el conocimiento y las estrategias de control y adecuación en materia de accesibilidad, así como refrescar y reforzar conceptos y consideraciones.

IMPULSO A LA FORMACIÓN DE CALIDAD EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD

ACC01_04_01_R04

Si bien se realiza formación en materia de accesibilidad universal para el personal del Ente Gestor, se recomienda que la formación cuente con unos contenidos mínimos que garanticen dicha capacitación, acreditando un número de horas suficiente en formación (ej. mínimo 30h en dos años).



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 para 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.

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.

IMPULSO A PROGRAMAS DE AYUDA E INCENTIVOS PARA LA MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD DE ESTABLECIMIENTOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

ACC01_09_01_R01

Se recomienda impulsar la mejora de las condiciones de accesibilidad de la oferta turística de titularidad privada mediante programas de ayuda u otro tipo de incentivos, tales como:

Ej.1: Ayudas para inversión en obras que redunden en la mejora de la movilidad y accesibilidad;
Ej.2: Ayudas para la puesta en marcha de medidas de mejora de la accesibilidad a través de soluciones tecnológicas e innovadoras.

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.

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 representen 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.

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.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD WEB TURÍSTICA DEL DESTINO

ACC02_12_01_R01

Aunque algunos criterios de accesibilidad hayan sido trabajados, es necesario subsanar los errores 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.



IMPLANTACIÓN DE MEJORAS EN LA INFORMACIÓN DE LA WEB SOBRE LA ACCESIBILIDAD DEL DESTINO

ACC02_13_01_R01

Se recomienda resaltar más la información sobre la accesibilidad de la oferta turística del destino presente en la actualidad en la web de turismo, puesto que esta información pasa desapercibida.

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).

IMPLANTACIÓN DE MEJORAS EN LA INFORMACIÓN FACILITADA A TRAVÉS DE LA APLICACIÓN MÓVIL EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD

ACC02_13_01_R02

Se recomienda resaltar más la información sobre la accesibilidad de la oferta turística del destino, presente en la actualidad en la aplicación de turismo. Se recomienda que esta información esté detallada, se actualice con frecuencia e incluya los principales recursos del destino, tanto propios como de gestión privada. Se recomienda que la información sobre las condiciones de accesibilidad del destino reúna los tres criterios fundamentales:

1. Detallada: tiene suficiente detalle.
2. Actualizada: está actualizada.
3. Completa: incluye recursos propios y de gestión ajena.

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 LA LECTURA Y COMPRENSIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA

ACC02_14_01_R02

La información de carácter turístico ofrecida por el destino debe ser fácilmente comprensible, localizable y perceptible, por parte de todas las personas y teniendo en cuenta diferentes necesidades, relacionadas con las dificultades de comprensión, el escaso dominio del idioma, la edad del público, etc. Se recomienda, por tanto, usar un vocabulario sin tecnicismos, con un lenguaje sencillo y posiblemente con texto complementado por imágenes y pictogramas, con una extensión no excesiva de las frases. Asimismo, para que un mayor número de personas pueda leer sin dificultades, el tamaño de letra no debería ser inferior a los 12 pts., en todo caso adaptado a la distancia de lectura prevista por el uso de la información y la localización de su soporte. Es recomendable un marcado contraste cromático entre el texto y el fondo, evitando el uso de texto sobre imágenes.

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.

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.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LAS PARADAS DE TRANSPORTE PÚBLICO PARA DESPLAZAMIENTOS DENTRO DEL DESTINO

ACC02_16_01_R01

Aunque en algunos casos hay algunas consideraciones ya atendidas, es preciso que se mejore la actual accesibilidad en las paradas de transporte colectivo público para desplazamientos dentro del destino (autobús, metro, tranvía, etc.) en los siguientes aspectos:

- Espacios de acceso, maniobra y estancia para usuarios de silla de ruedas.
- Posición de la marquesina; de fácil acceso, pero sin obstaculizar el paso al resto de peatones que transitan por la acera.
- Información adecuada de líneas y destinos, horarios, tiempo de espera, incidencias, etc.
- Facilidad en el embarque/desembarque: fácil aproximación del vehículo, reducción de la diferencia de cota vehículo-acera, buena visibilidad ante la aproximación del vehículo.

Aun siendo la titularidad de las actuaciones ajena a las competencias del Ente Gestor del destino, la mejora de la accesibilidad en las paradas de transporte público por parte de los municipios será fundamental para que el conjunto de la experiencia turística en el destino sea accesible.

MEJORA EN LA FACILIDAD DE EMBARQUE EN LAS PARADAS DE TRANSPORTE URBANO

ACC02_16_01_R05

Es necesaria la mejora de la accesibilidad en las paradas de transporte público para desplazamientos dentro del destino en lo relativo a la facilidad de embarque y desembarque de pasajeros entre la plataforma de parada y el vehículo, evitando que los pasajeros tengan que bajar a la calzada. Para ello se deberá tener en cuenta:

- Bandas de pavimento podotáctil (de encaminamiento y advertencia) para localizar la zona de embarque de la parada.



- La altura adecuada de la acera respecto a la plataforma de los vehículos y sus mecanismos de nivelación (compatibilidad con rampas).
- La facilidad de aproximación del vehículo al borde de la plataforma, evitando las paradas con banda de aparcamiento o con espacio insuficiente para la aproximación del vehículo.

La normativa de obligado cumplimiento detalla las consideraciones técnicas mínimas a considerar en estos aspectos, que deberán implantar los distintos municipios que componen el destino, cuando estos sean los responsables de las actuaciones en materia.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL INTERIOR DE LOS VEHÍCULOS DE TRANSPORTE PÚBLICO PARA DESPLAZAMIENTOS DENTRO DEL DESTINO CON INFORMACIÓN ACÚSTICA

ACC02_16_02_R04

Se debe mejorar la accesibilidad en el interior de los vehículos de transporte público para desplazamientos dentro del destino en lo referente a la información acústica que no solo posibilita mayor autonomía a viajeros con discapacidad visual, sino que facilita el viaje a todas las personas. En particular se propone:

- Avisador acústico de parada solicitada para confirmar que el vehículo va a parar en la siguiente parada.
- Información auditiva mediante locución sobre próxima parada, con posibilidad de información adicional sobre posibilidades de correspondencia con otras líneas.

El Real Decreto 1544/2007, de 23 de noviembre, por el que se regulan las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación para el acceso y utilización de los modos de transporte para personas con discapacidad detalla las consideraciones técnicas mínimas a considerar en estos aspectos, que a su vez se pueden implantar y mejorar con otras normas y guías sobre accesibilidad.

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 DE LA ACCESIBILIDAD EN EL SERVICIO DE TAXI DEL DESTINO EN CUANTO A LA FACILIDAD DE SOLICITUD DEL SERVICIO

ACC02_16_04_R03

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 posibilidad de solicitud previa mediante diferentes canales: teléfono, app, web, etc. La respuesta o confirmación de la reserva del servicio deberá enviarse a través del mismo canal por el que se ha realizado la solicitud.

MEJORA DE LA DOTACIÓN DE PLAZAS DE APARCAMIENTO PARA PMR

ACC02_16_05_R02

Ante la dificultad que pueda surgir para el desplazamiento de personas con movilidad reducida desde el punto de aparcamiento hasta su destino (punto de interés, alojamiento, etc.) es importante cuidar la dotación de plazas reservadas para esta parte de la población. Para ello, se debe atender a:

- Cubrir al menos el mínimo legal exigido (al menos 1 plaza PMR por cada 40 plazas de aparcamiento).
- Localización adecuada en función de la demanda existente o estimada (mayor dotación en zonas de mayor concurrencia).
- Elaboración de un inventario que posibilite el conocimiento de la dotación existente, así como la ubicación de cada plaza, así como su tipología (batería, línea) y relación con puntos de interés (ej. centro de salud, oficina de turismo).

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de la dotación de 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 LOS ESPACIOS DE MANIOBRA Y TRANSFERENCIA EN PLAZAS DE APARCAMIENTO EN BATERÍA PARA PMR

ACC02_16_05_R04

Se considera necesaria la mejora de la accesibilidad de las plazas de aparcamiento en batería para Personas con Movilidad Reducida (PMR) en lo referente a los espacios de maniobra y transferencia al vehículo. Este espacio es imprescindible para posibilitar el uso de la plaza. Para ello la normativa nacional y autonómica determinan las dimensiones de dicha banda, que puede ser compartida entre dos plazas contiguas, si se señala adecuadamente.

Como mejora adicional, en algunos casos, además de la banda lateral, se dispone de una banda posterior que posibilita el embarque/desembarque cuando el pasajero accede por el portón trasero del vehículo (esta solución es recomendable para alguna de las plazas en recursos de gran afluencia donde se dispone un grupo de plazas reservadas para PMR significativo).



Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de los espacios de maniobra y transferencia 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 LOS ESPACIOS DE MANIOBRA Y TRANSFERENCIA EN PLAZAS DE APARCAMIENTO EN LÍNEA PARA PMR

ACC02_16_05_R05

Es necesaria la mejora de la accesibilidad de las plazas de aparcamiento en línea para Personas con Movilidad Reducida (PMR) en lo referente a los espacios de maniobra y transferencia al vehículo. En muchas ocasiones esta consideración se tiene en cuenta únicamente en las plazas reservadas para PMR en batería, pero no en las plazas en línea. Sin embargo, este espacio es imprescindible para posibilitar el uso de la plaza de forma segura y no maniobrar en la zona de calzada de tránsito de vehículos. Para ello, la normativa nacional y autonómica determinan las dimensiones de dicha banda.

Como mejora adicional, es recomendable la existencia de banda de aproximación tanto en la parte posterior como en la parte lateral, cubriendo así tanto la casuística de acceder por puertas laterales como por portón posterior.

Al tratarse de una actuación cuya titularidad recae en las administraciones de los distintos municipios que componen el destino, la mejora de los espacios de maniobra y transferencia 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 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 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 LOS PUNTOS DE DESCANSO EN CUANTO A LOCALIZACIÓN, DISEÑO Y MANTENIMIENTO

ACC02_17_04_R03

Los puntos de descanso deberán cumplir los requisitos que establece la normativa estatal y autonómica en materia, para los diferentes aspectos: localización, diseño, mantenimiento. En el caso de los bancos, la disposición de aquellos accesibles en las áreas peatonales (respaldo, reposabrazos, sin elementos volados) será, como mínimo, de una unidad por cada agrupación y, en todo caso, de una unidad de cada cinco bancos o fracción.

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 los puntos de descanso 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.



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 signoguías.
- 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 COMPRESIÓN

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

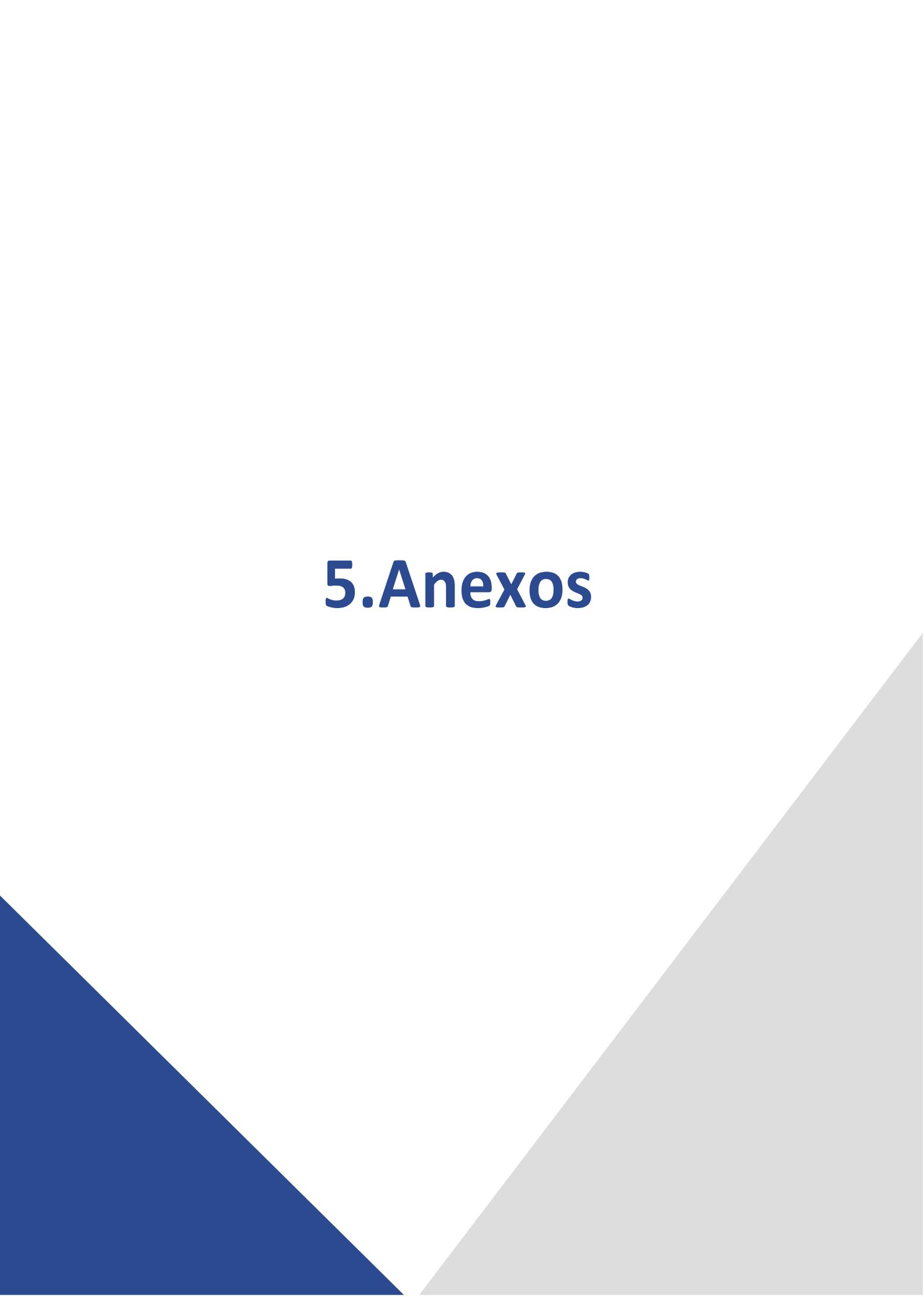
Además de la participación como público en eventos (culturales, deportivos, festivos, etc.) organizados o promovidos por el destino, las personas con diferentes necesidades de accesibilidad deberían poder participar de forma activa, por lo que las instalaciones, los entornos y las condiciones de accesibilidad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

5. Anexos





Anexo A Metodología de diagnóstico DTI

A.1 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

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



TECNOLOGÍA

ÁMBITO. 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	Sistemas de comunicación bidireccional entre la Administración y los residentes y no residentes (alarmas, incidencias, denuncias y avisos).

ÁMBITO. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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 los 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



Sostenibilidad	Porcentaje de días de la temporada que se ha tenido que cerrar una playa, lago, etc. (según destino) por detectarse niveles de contaminación superiores a los permitidos sobre el total de días de la temporada	Número de días sobre el total anual en los que se ha cerrado una zona de baño natural por contaminación de las aguas.
----------------	--	---



RECOGIDA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

BASQUETOURL 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. El Destino ha recibido un apoyo continuo de BASQUETOURL en dicha recogida.

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 distribuir las para su correcta cumplimentación. Adicionalmente, BASQUETOURL 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.



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.

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 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 elementos del destino (espacios naturales, playas, zonas de recreo, oficinas de información turística, puntos de interés turístico, eventos, etc.).



Anexo B Definiciones de conceptos DTI

B.1 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.



B.2 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.

B.3 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 multimedios, 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.

B.4 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 criosfera, 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.

B.5 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 C Propuesta plantilla Plan de Acción

Los destinos interesados pueden acceder a una propuesta de plantilla de seguimiento del Plan de Acción dividida por ejes, que se entregará en formato Excel. La plantilla incluye campos como los correspondientes a código de acción y título de la acción.

Además, la plantilla sirve para recoger otros datos como la inversión y plazos previstos o el porcentaje de ejecución de las acciones.



Anexo D Agradecimientos

BASQUETOURL agradece la participación y colaboración en la recogida de información para el Informe Diagnóstico y Plan de Acción del destino a las siguientes personas e instituciones sin cuya implicación y dedicación no hubiera sido posible esta edición:

Debagoieneko Mankomunitatea

Leire Parra e Inés Cáceres, en representación al Área de Turismo y a las demás áreas que han colaborado con ellas.

Ayuntamiento de Arrasate

Nerea Lazpiur, en representación del Área de Turismo y a las demás áreas municipales que han colaborado con ella.

Ayuntamiento de Antzuola

Jone Larrañaga, en representación al Área de Cultura y las demás áreas municipales que han colaborado con ella.

Ayuntamiento de Oñati

Ikerne Altube, en representación al Área de Turismo y las demás áreas municipales que han colaborado con ella.

Ayuntamiento de Leintz-Gatzaga

Aitor Larrañaga, en representación al Ayuntamiento de Leintz-Gatzaga y al resto del personal que han colaborado con él.