



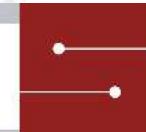
Informe Diagnóstico y Plan de Acción Destino Turístico Inteligente

Edición 2025

Yecla



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación

“Financiado por la Unión Europea – NextGenerationUE. Sin embargo, los puntos de vista y las opiniones expresadas son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Comisión Europea. Ni la Unión Europea ni la Comisión Europea pueden ser consideradas responsables de las mismas”.

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

Texto e imágenes:

SEGITTUR/Ayuntamiento de Yecla

Agosto 2025

INTRODUCCIÓN	3
Diagnóstico y caracterización	5
CARACTERIZACIÓN	6
RESULTADO TOTAL Y POR EJES	7
RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS	8
SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS	10
RESULTADOS POR REQUISITOS	11
Recomendaciones	16
EJE GOBERNANZA	17
EJE INNOVACIÓN	30
EJE TECNOLOGÍA	43
EJE SOSTENIBILIDAD	66
EJE ACCESIBILIDAD	95
Anexo 1.	117
1. Metodología de diagnóstico DTI	117
2. Recogida y fuentes de información	125
3. Cambios metodológicos y comparabilidad	125
Anexo 2.	128
Definiciones de conceptos DTI	128
Anexo 3.	134
Propuesta plantilla Plan de Acción	134
Anexo 4.	135
Agradecimientos	135

INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

**EL DIAGNÓSTICO
PERMITE
ESTABLECER EL
PUNTO DE PARTIDA
HACIA EL DTI**

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



Diagnóstico y caracterización

CARACTERIZACIÓN

Yecla (Región de Murcia)

Principales indicadores

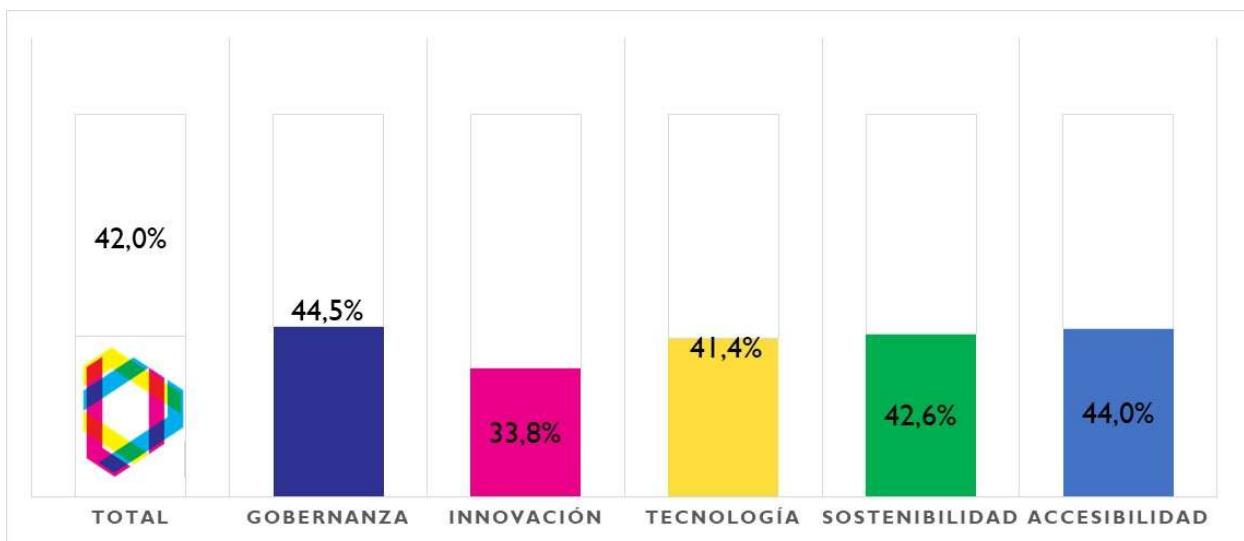
Tipología: Urbano Interior

Población:	36.453 hab	Superficie:	607 km2
Densidad:	60	Ratio turista/residente:	
N.º Turistas:		N.º Pernoctaciones:	
Estancia media:		Gasto medio diario:	
N.º Turistas nacionales:		N.º Pernoctaciones nacionales:	
Estancia media:		Gasto medio diario:	
N.º Turistas internacionales:		N.º Pernoctaciones internacionales:	
Estancia media:		Gasto medio diario:	
N.º Hoteles y hostales:	4	N.º Acampamientos:	-
Plazas hoteleras	110	Plazas en camping	-
N.º Alojamiento rural:	16	N.º Apartamentos:	20
Plazas en alojamientos rur	113	Plazas en aptos.	83
Viviendas de uso turístico (VUT) :	29		
Plazas VUT:	137		
N.º Empleos turismo:		N.º Empresas turísticas:	
% Empleo turismo/total:			
Presupuesto Turismo: 194.775,00€		Ratio Presupuesto Turismo/Total:	0,54 %
N.º Personas Turismo Ente: 2		Nº Bienes Interés Cultural:	13

*Cifra de población extraída del Padrón INE
Resto de datos, facilitados por el destino*

RESULTADO TOTAL Y POR EJES

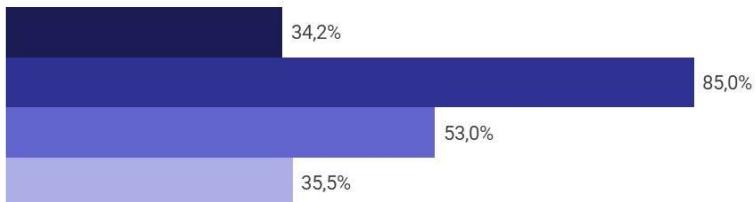
El grado de cumplimiento medio del total de requisitos viene determinado por el resultado obtenido por cada uno de los ejes de actuación. Se comprueba que el grado de cumplimiento medio del total de requisitos de la metodología DTI por parte de **Yecla** es del **42,0%**.



El eje con mayor grado de cumplimiento es **Gobernanza** con un **44,5%**, seguido de **Accesibilidad (44,0%)**, **Sostenibilidad (42,6%)** y **Tecnología (41,4%)**. El eje con mayor margen de mejora es del eje de **Innovación (33,8%)**

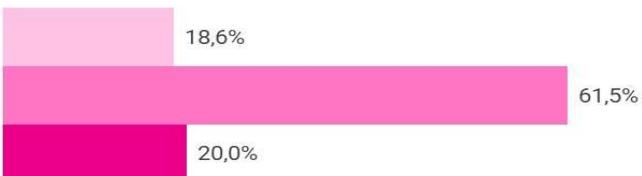
RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

EJE GOBERNANZA



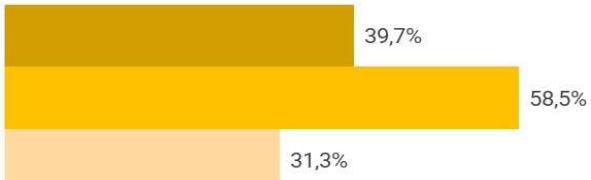
- GOB. A. Visión estratégica e implementación
- GOB. B. Eficiencia en la gestión
- GOB. C. Transparencia y participación
- GOB. D. Responsabilidad y control

EJE INNOVACIÓN



- INN. A. Gestión / Gobernanza innovadora
- INN. B. Actividades de Innovación
- INN. C. Ecosistema de Innovación

EJE TECNOLOGÍA

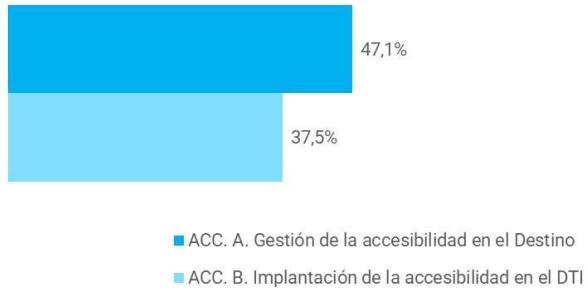


- TEC. A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza
- TEC. B. Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad
- TEC. C. Tecnologías para la gestión inteligente del turismo

EJE SOSTENIBILIDAD



EJE ACCESIBILIDAD



SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

YECLA	42,0%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR EJES	
GOB. Gobernanza	44,5%
INN. Innovación	33,8%
TEC. Tecnología	41,4%
SOS. Sostenibilidad	42,6%
ACC. Accesibilidad	44,0%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR ÁMBITOS	
GOB. A. Visión estratégica e implementación	34,2%
GOB. B. Eficiencia en la gestión	85,0%
GOB. C. Transparencia y participación	53,0%
GOB. D. Responsabilidad y control	35,5%
INN. A. Gestión / Gobernanza innovadora	18,6%
INN. B. Actividades de Innovación	61,5%
INN. C. Ecosistema de Innovación	20,0%
TEC. A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza	39,7%
TEC. B. Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad	58,5%
TEC. C. Tecnologías para la gestión inteligente del turismo	31,3%
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística	34,9%
SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural	86,3%
SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente	59,4%
SOS. D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	18,1%
ACC. A. Gestión de la accesibilidad en el Destino	47,1%
ACC. B. Implementación de la accesibilidad en el DTI	37,5%

RESULTADOS POR REQUISITOS

Las tablas siguientes por ejes recogen las puntuaciones obtenidas en cada uno de los requisitos de la metodología DTI valorándose de 0 a 100.

GOBERNANZA		Valoración Requisito
GOB01	Relevancia del turismo en la organización	40%
GOB02	Herramientas de planificación estratégica	50%
GOB03	Herramientas de planificación de la promoción y comercialización	25%
GOB04	Creación de producto turístico	0%
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	75%
GOB07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública	35%
GOB08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector	60%
GOB09	Fomento de la transparencia y la e-administración	100%
GOB10	Calidad turística	70%
GOB11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo	0%
GOB12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística	30%

INNOVACIÓN		Valoración Requisito
INN01	Estrategia y sistema de gestión de la innovación en el destino	0%
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	15%
INN05	Impulso de la innovación social	0%
INN06	Percepción de la Innovación por parte de residentes y visitantes	0%
INN07	Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores	100%
INN08	Innovación en procesos	67%
INN09	Impulso del ecosistema de innovación en el destino	20%

TECNOLOGÍA		Valoración Requisito
TEC01	Área / Unidad para la gestión TIC	100%
TEC02	Planificación estratégica y proyecto Smart	25%
TEC03	Desarrollo smart en el destino	0%
TEC04	Estrategia de ciberseguridad	0%
TEC05	Plataforma de Datos Abiertos	0%
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	100%
TEC12	Sensorización y sistemas de gestión	0%
TEC13	Sistemas de gestión de espacios turísticos	10%
TEC14	Inteligencia Turística (Sistemas, tecnología y herramientas)	30%
TEC15	Portal Web de Turismo	85%
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	50%
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	80%
SOS02	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad	80%
SOS03	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible	42%
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	15%
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	40%
SOS12	Implicación de los visitantes en lo relativo a esfuerzos en materia de sostenibilidad	0%
SOS13	Promover la interacción entre el visitante y el residente	35%
SOS14	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes	40%
SOS15	Existencia de figura de protección para el patrimonio cultural	100%
SOS16	Diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje	70%
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 de aguas)	47%
SOS22	Gestión de la calidad del aire	70%
SOS23	Valoración de mecanismos de minimización del ruido	100%
SOS24	Adaptación al cambio climático	35%
SOS25	Fomento de la eficiencia energética	25%
SOS26	Recogida selectiva y tratamiento de residuos	40%
SOS27	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local	20%
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	50%
SOS30	Impulso de programas/medidas de redistribución de beneficios y cargas producidos por el turismo	0%
SOS31	Política de diversificación y segmentación	0%
SOS32	Lucha contra la estacionalidad del empleo	0%
SOS33	Acciones formativas en materia de sostenibilidad	0%
SOS34	Oportunidades de empleo justas	25%
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	50%
SOS38	Monitorización y atención sanitaria a visitantes	75%

ACCESIBILIDAD		Valoración Requisito
ACC01	Normativa técnica de accesibilidad	70%
ACC02	Planificación en materia de accesibilidad	50%
ACC03	El EG dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad	0%
ACC04	Formación del personal en accesibilidad	70%
ACC05	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino	70%
ACC06	Mecanismos para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad	40%
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	55%
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%
ACC13	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades)	50%
ACC14	La información en destino es accesible	0%
ACC15	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino	70%
ACC16	Transporte local accesible	68%
ACC17	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas	48%

Recomendaciones

RECOMENDACIONES

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

EJE GOBERNANZA

GOBERNANZA. Ámbito A: Planificación estratégica

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

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN ANUAL DE TURISMO

GOB01_01_03_R04

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

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

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

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

REDACCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

GOB01_02_02_R06

Se recomienda la redacción de un Plan estratégico de turismo que deberá establecer misión, visión y objetivos, así como los medios y las acciones

concretas para su consecución, que se plasmarán en un plan de acción, sobre el que se hará el correspondiente seguimiento y evaluación, a través de indicadores preestablecidos. El plan debe estar basado en un análisis y diagnóstico exhaustivo del destino, que permita definir las estrategias para su consecución, haciendo referencia a las temáticas de todos los ejes DTI.

Con el objetivo de que todos los actores estén alineados y coordinados, el Plan estratégico de turismo debe estar concertado con el sector privado y la sociedad civil y tener en cuenta las premisas marcadas por otras administraciones de rango superior para buscar líneas de trabajo conjuntas que permitan un mayor impulso al turismo. Será necesario contar con la participación de las diferentes áreas de la Entidad Local que tienen incidencia en la actividad turística, directa o indirectamente y, en la medida de lo posible, también con el consenso o aceptación de la oposición política para garantizar la continuidad en el medio y largo plazo del proyecto definido.

En el plan estratégico, se debe hacer especial hincapié en el diagnóstico de la oferta, la demanda, competidores, tendencias de mercado, los actores relevantes, las infraestructuras y los productos turísticos, a la vez que tener la capacidad de adaptarse a los cambios en el desarrollo interno del destino y a los factores endógenos que puedan ir influyendo en él. Así mismo exige de una comunicación adecuada que llegue a empresarios, ciudadanos y turistas para que tengan conocimiento de los objetivos y valores del desarrollo turístico en el municipio.

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. 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.

MONITORIZACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

GOB01_03_01_R04

Se recomienda hacer una monitorización del Plan de marketing 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 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.

PLANIFICACIÓN DE ACCIONES EN MARKETING TURÍSTICO DIGITAL

GOB01_03_02_R06

Se recomienda fijar una planificación de acciones de marketing turístico digital o la redacción de un plan, basado en la estrategia turística del destino y en el plan de marketing general, que marque las líneas de desarrollo de la promoción online.

Como en el plan de marketing, éste incluirá la definición de objetivos, las estrategias y acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca, comercialización y promoción, la calendarización de éstas, así como los soportes a utilizar y el presupuesto y responsable de cada actuación.

Todo ello con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, aplicando las correcciones necesarias, así como el impacto de acciones y campañas.

El destino debe analizar qué tipología de actuación es interesante para sus objetivos desde campañas de email marketing, acciones de marketing contextual que permitan personalizar la promoción, planificar la gestión de redes sociales incorporando perfiles adecuados (community manager), estrategias SEO - SEM, etc. y, en la misma línea del plan de marketing, informar de todas las actuaciones que se realicen en el marco de los ejes del DTI con influencia directa en turismo.

REDACCIÓN DE UN PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN COORDINADA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

GOB01_04_01_R04

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

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

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

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

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

GOBERNANZA. Ámbito B: Gestión eficiente

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

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_R01

Se recomienda incrementar la incorporación del destino a mesas/comités/redes con administraciones públicas de distinto nivel (provincial/autonómico/estatal/internacional) que puedan contribuir al intercambio de conocimiento, la generación de sinergias, la puesta en marcha de proyectos conjuntos, la internacionalización, el fomento de la innovación o la potenciación de la imagen de marca o los productos y servicios turísticos del municipio, entre otros.

Será necesario analizar las distintas opciones teniendo en cuenta la estrategia del destino y dedicar los recursos necesarios a potenciar la participación.

CREACIÓN DE UNA MESA/CONSEJO DE TURISMO

GOB03_07_02_R05

Para el adecuado desarrollo del municipio como destino turístico y para que su gestión turística esté basada en las premisas del Destino Turístico Inteligente (DTI) y en sus cinco ejes de actuación, resulta imprescindible la existencia de un órgano de participación que aglutine a los principales actores del sector turístico del destino, iniciativa pública e iniciativa privada, de tal forma, que estén representados todos los intereses y puntos de vista.

En ese sentido, se recomienda la creación e impulso decidido de un Consejo/Mesa de Turismo o similar, incluyendo en ella a representantes de todas las concejalías y áreas del Ayuntamiento necesarias para la gestión del destino

como DTI, dada la transversalidad que caracteriza al modelo, así como representantes del sector privado y de la ciudadanía. Un instrumento de concertación que permita articular una efectiva colaboración público-privada del municipio en materia turística, teniendo en cuenta todas las perspectivas a la hora de determinar la política en este ámbito y las actuaciones a seguir.

La Mesa de Turismo debe ser un órgano de participación con sus funciones establecidas 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.

En el marco de este órgano de participación, se propone reforzar y afianzar la corresponsabilidad del sector privado en las iniciativas públicas de desarrollo turístico, no sólo en la toma de decisiones, sino también con su participación directa 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 recomienda 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.

ENVÍO DE NEWSLETTER A LA CIUDADANÍA

GOB03_08_01_R02

Se recomienda crear las herramientas que faciliten y fomenten la comunicación entre los gestores públicos del turismo y los residentes como el envío de una newsletter periódica dirigida tanto a representantes de la ciudadanía como a aquellas personas que quieran recibirla para tener una información actualizada

de las actuaciones que se llevan a cabo en relación con el área de turismo y el proyecto DTI.

Es fundamental en un gobierno abierto en el que prime la transparencia articular instrumentos que permitan informar de forma periódica a la ciudadanía.

ENVÍO DE COMUNICACIONES PERIÓDICAS A LOS PRINCIPALES MERCADOS

GOB03_08_02_R02

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

CREACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN EN TIEMPO REAL

GOB03_08_02_R03

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

ENVÍO DE NEWSLETTER PERIÓDICA AL SECTOR PRIVADO

GOB03_08_03_R02

Se recomienda el envío periódico de una newsletter al sector privado ofreciendo de esta manera información actualizada de las actuaciones que se llevan a cabo en relación con el desarrollo turístico, cumpliendo así con las exigencias de transparencia informando de la acción de gobierno de forma permanente. La

gestión turística en los nuevos modelos de gobernanza incluye al sector privado como uno de los actores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar acciones en el ámbito turístico.

REUNIONES PERIÓDICAS CON EL SECTOR

GOB03_08_03_R03

Las exigencias de transparencia hacen necesario contar con los canales de comunicación adecuados tanto para informar de la acción de gobierno como para fomentar la participación del sector privado en las políticas públicas. La gestión turística en los nuevos modelos de gobernanza incluye al empresariado como uno de los actores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar acciones en el ámbito turístico. En ese sentido, se recomienda consensuar un calendario de reuniones periódicas para facilitar y fomentar esa comunicación bidireccional con el sector turístico.

GOBERNANZA. Ámbito D: Gestión responsable y controlada

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

FOMENTO DE OTRAS ACCIONES DE IMPULSO A LA CALIDAD TURÍSTICA

GOB04_10_01_R03

Se recomienda 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 Local 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 LA DEMANDA TURÍSTICA

GOB04_12_01_R01

Se recomienda realizar un seguimiento de los principales indicadores de demanda turística: lugar de origen, estancia media, tipo de alojamiento, medio de transporte de acceso, forma de contratación del viaje, motivo, patrones de movimiento y/o gasto, etc., a través de una encuesta periódica. De esta forma, se dispondrá de un indicador más para cuantificar la importancia y peso del turismo en el destino, una herramienta útil para llevar a cabo la política turística y la toma de decisiones.

El primer paso es definir los datos a recopilar, las fuentes y las opciones de colaboración posibles en todo este proceso, ya que será esencial la comunicación con el sector privado y con otras administraciones públicas que ya realicen estudios de la demanda en el territorio y puedan ampliarlos para tener datos más exhaustivos del destino.

Todo ello se insertará en el observatorio turístico o el proceso para medir la actividad turística con el que ya cuenta el destino y contribuirá a permitir una explotación de datos y análisis amplio desde la perspectiva tanto pública como privada, con lo que tendrá también una mayor capacidad de reacción y adaptación a nuevas situaciones.

Esta recogida de información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su compresión y uso que, junto con informes de coyuntura, deberían ser herramientas al servicio del sector.

Se recomienda estructurar la recogida de información, sistematizarla y marcar los períodos de actualización, así como de análisis y entregables.

MONITORIZACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

GOB04_12_01_R04

Se recomienda monitorizar el impacto económico del turismo en la economía del destino a través del consumo directo realizado por los visitantes. De esta forma, se dispondrá de un indicador que cuantificará la importancia del turismo en el destino, una herramienta útil para llevar a cabo la política turística y para la toma de decisiones.

Un primer paso será estimar el peso que tiene la actividad turística en el empleo del municipio, para lo cual se pueden filtrar las actividades turísticas de las fuentes estadísticas de empleo existentes a nivel nacional (EPA y registros de afiliados a la Seguridad Social).

Todo ello se insertará en el observatorio turístico o el proceso para medir la actividad turística con el que ya cuenta el destino y contribuirá a permitir una explotación de datos y análisis amplio desde la perspectiva tanto pública como privada, con lo que tendrá también una mayor capacidad de reacción y adaptación a nuevas situaciones.

Esta recogida de información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su compresión y uso que, junto con informes de coyuntura, deberían ser herramientas al servicio del sector.

Se recomienda estructurar la recogida de información, sistematizarla y marcar los períodos de actualización, así como de análisis y entregables.

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

55 y 56 Hostelería

491 Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril

493 Otro transporte terrestre de pasajeros

501 Transporte marítimo de pasajeros

503 Transporte de pasajeros por vías navegables interiores

511 Transporte aéreo de pasajeros

522 Actividades anexas al transporte

791 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos

799 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos

771 Alquiler de vehículos de motor

773 Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles

900 Actividades de creación, artísticas y espectáculos

910 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

931 Actividades deportivas

932 Actividades recreativas y de entretenimiento

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

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

GOB04_12_02_R04

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

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

GOB04_12_03_R01

Se recomienda que la recogida de datos centralizada a través de un observatorio turístico o con procesos que permitan medir la actividad turística desde diferentes perspectivas (oferta, demanda, satisfacción, impacto...) vaya acompañada de un procedimiento para comunicar periódicamente los datos y análisis vinculados tanto al sector turístico como a la ciudadanía.

El conocimiento generado será una importante herramienta para la toma de decisiones desde el sector público y el sector privado y la información a los residentes es un elemento fundamental para garantizar la transparencia y la sensibilización hacia la actividad turística.

La presentación de los datos recogidos deberá tener en cuenta el público objetivo al que va dirigida, ser clara, contextualizada y con comparativas y análisis que permitan, en la medida de lo posible, hacer un seguimiento de la evolución de las variables recogidas.

EJE INNOVACIÓN

INNOVACIÓN. Ámbito A: Gestión / Gobernanza innovadora

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

ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA/PLAN DE INNOVACIÓN

INN01_01_01_R01

Se recomienda elaborar un plan municipal 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 del Ayuntamiento 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 municipales de gestión de la innovación el turismo como sector preferente para la innovación.

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

Concretamente se recomienda:

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

FOMENTO DE LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y/O ORGANISMOS DEL DESTINO

INN01_01_02_R01

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

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

gestión, lo que supondrá implantar nuevos procesos, herramientas, flujos de información y nuevas responsabilidades. En este punto, las normas UNE:160001:2006 (gestión de la I+D+i: requisitos de un proyecto de I+D+i) y la UNE:160002:2021 (gestión de la I+D+i: requisitos del sistema de gestión de la I+D+i) aportan marcos de gestión de referencia a tener en cuenta por las organizaciones empresariales y de gestión de destino.

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

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

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

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

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

Es aconsejable también que se realicen de forma periódica evaluaciones sobre el alineamiento entre la estrategia general de la organización y el sistema de gestión implantado, prestando especial atención tanto a los indicadores clave definidos como al buen funcionamiento de las herramientas implantadas.

FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN TURISMO A TRAVÉS DE LICITACIONES

INN01_02_01_R01

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

Para ello es importante seguir las siguientes etapas:

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

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

Para ello se aconseja seguir las recomendaciones recogidas en el Decálogo de la Compra Pública Innovadora de la Unión Europea, que contiene un conjunto de buenas prácticas que pueden ayudar a establecer de forma eficaz un procedimiento de este tipo. El documento puede descargarse a través del siguiente enlace: <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/82efaf1e-dfa8-4fbb-9629-ea548412dc9f>

Es aconsejable también que los organismos encargados de la CPI aprendan a distinguir entre los distintos tipos de CPI existentes, adaptando la metodología y

la normativa que debe regir cada licitación según el nivel de madurez de la tecnología (TRL). Se recomienda fomentar el diálogo competitivo con el objetivo de dotar de mayor dinamismo a los procedimientos de CPI y dar entrada a aquellas pymes que, independientemente de su tamaño e histórico, cuentan con capacidad para realizar ofertas innovadoras.

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

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

ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO ESPECÍFICO A LA INNOVACIÓN

INN01_03_01_R01

El desarrollo de una estrategia de innovación precisa de un presupuesto 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.

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

INN01_04_01_R01

Se aconseja el diseño y puesta en marcha de programas y actuaciones para el fomento de la innovación abierta. Entre las posibles actuaciones a implementar se valorarán las siguientes:

- Procesos de identificación de retos con terceros.
- Impulso de la colaboración con el sector privado, órganos de conocimiento u otros.
- Puesta en marcha de proyectos de cooperación con el extranjero.
- Desarrollo de LivingLABS.
- Cualquier otra actuación que contribuya a impulsar la innovación a partir de la cooperación con organizaciones y actores externos al ente gestor.

Además, se aconseja diseñar programas y poner en marcha iniciativas que fomenten la innovación abierta en el ámbito específico del turismo. 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 aquéllas derivadas de la actividad turística en el territorio. Por otro lado, la labor activa en la búsqueda de nuevos productos, servicios y procesos o la mejora de los existentes. Todo ello, unido a la necesidad del ente gestor de conocer cómo se traslada esa innovación a residentes y a visitantes, y qué percepción tienen del trabajo que se realiza en esa línea

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INNOVACIÓN SOCIAL

INN02_05_01_R01

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

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

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

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

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

INN02_06_01_R01

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

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

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

1. Características sociodemográficas de los encuestados (edad, género, nivel de estudios, nivel de ingresos, categoría profesional, procedencia, etc.).
2. Ventajas relativas de la innovación (grado en el que un adoptante potencial obtendrá o se beneficiará de la adopción de una nueva innovación).
3. Compatibilidad (cómo de bien encaja la innovación en el entorno social, personal y tecnológico del adoptante).

4. Presión social (la medida en que un adoptante potencial puede sentirse obligado a adoptar una innovación debido a la presión de los compañeros o las expectativas del grupo).
5. Complejidad (grado en el que una innovación se percibe como difícil de comprender y de utilizar).
6. Riesgo percibido (mide la percepción tanto de la incertidumbre de un resultado futuro desconocido como de la pérdida potencial asociada con un producto fallido).
7. Discontinuidad (incluye la capacidad del consumidor para hacer comparaciones con productos anteriores y su determinación del esfuerzo que se necesita para adoptar la nueva innovación).

IMPULSO DE LA INNOVACIÓN EN ADMÓN. Y GESTIÓN

INN02_08_01_R04

Se aconseja impulsar la incorporación de 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.

ENCUESTA PARA MEDIR LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

INN03_09_02_R01

El ente gestor debe disponer de un conocimiento actualizado del grado de innovación de las empresas que conforman su sector turístico.

Para ello, se recomienda el diseño de una encuesta sobre innovación en las empresas turísticas que permita conocer:

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

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

EJE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA. Ámbito A: Tecnologías aplicadas a la gobernanza

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

CREACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO SMART PARA EL DESTINO QUE INCLUYA UN VERTICAL ESPECÍFICO PARA TURISMO

TEC01_02_1_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 una ciudad inteligente, y que permitan aplicar un nuevo modelo de gestión.

Además, teniendo en cuenta que un DTI debe incorporar la actividad turística en todos los documentos de planificación del territorio, el plan deberá contener los diferentes proyectos o acciones relacionados con la actividad turística de modo que se conforme una vertical específica para el ámbito del turismo, donde se incluyan proyectos de índole turística, estimación presupuestaria para las acciones que se determinen, así como una programación temporal.

COORDINACIÓN DE LOS PROYECTOS SMART EXISTENTES

TEC01_02_2_R02

Se aconseja al destino analizar de forma conjunta los proyectos Smart planificados en su territorio, en desarrollo o finalizados, para buscar sinergias, evitar duplicidades y mejorar la coordinación entre ellos.

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

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

TEC01_03_1_R01

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

Se recomienda implantar una plataforma de destino que recoja, unifique y sistematice toda la información relativa a la gestión de los servicios del 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.

CREACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (SIG)

TEC01_03_3_R01

Un 'Geographic Information System' o GIS en inglés, es un conjunto de herramientas que integra y relaciona diversos componentes (usuarios, hardware, software, procesos) que permiten la organización, almacenamiento, manipulación, análisis y modelización de grandes cantidades de datos procedentes del mundo real que están vinculados a una referencia espacial, facilitando la incorporación de aspectos sociales-culturales, económicos y ambientales que conducen a la toma de decisiones de una manera más eficaz.

En el sentido más estricto, es cualquier sistema de información capaz de integrar, almacenar, editar, analizar, compartir y mostrar la información geográficamente referenciada. En un sentido más genérico, los SIG son herramientas que permiten a los usuarios crear consultas interactivas, analizar la información espacial, editar datos, mapas y presentar los resultados de todas estas operaciones.

Se recomienda la implantación y desarrollo de una herramienta SIG en la que se pueda geolocalizar toda la información geolocalizable del destino: recursos, servicios, elementos de interés, zonas peatonales, carriles bici, etc., así como su información complementaria, pudiendo ser visualizados y analizados desde una perspectiva espacial.

DESARROLLO DE UNA TARJETA CIUDADANA EN EL DESTINO APLICANDO NUEVAS TECNOLOGÍAS

TEC01_03_4_R01

Se recomienda la puesta en marcha de una Tarjeta Ciudadana que aglutine el acceso a los servicios prestados a la ciudadanía y la información de cada usuario, apoyándose en el empleo de las nuevas tecnologías. Las tarjetas se pueden implementar en soporte físico o digital, recogiendo acceso a transporte público, bibliotecas, carpeta ciudadana, alquiler de bicicletas, bonos turísticos y culturales, etc.

Se recomienda igualmente que la tarjeta ciudadana pueda interactuar con dispositivos y terminales de recarga utilizando diversas tecnologías, como NFC, beacons, App, etc.

ESTABLECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA DE CIBERSEGURIDAD

TEC01_04_1_R01

Dada la importancia que han adquirido las nuevas tecnologías para la gestión diaria, y para preservar la integridad de la información y su disponibilidad en todo momento, se hace necesario disponer de una estrategia en materia de ciberseguridad, que recoja las medidas a aplicar en base a los riesgos tecnológicos identificados.

Se recomienda elaborar un plan integral de ciberseguridad en el que se recojan todas las iniciativas lanzadas hasta el momento, el análisis de riesgos potenciales en el ámbito de la ciberseguridad, y las acciones que se podían poner en marcha para paliarlos.

Se debería además comunicar esta estrategia y el plan de ciberseguridad asociado a residentes y visitantes del destino para poner en valor las medidas puestas en marcha o planificadas para garantizar la seguridad informática.

IMPULSO A LA UTILIZACIÓN DEL BLOCK CHAIN PARA MEJORAR LA SEGURIDAD

TEC01_04_2_R01

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

DESARROLLO DE UN PORTAL DE DATOS ABIERTOS DEL DESTINO QUE INCLUYA INFORMACIÓN TURÍSTICA

TEC01_05_1_R01

La gestión de los datos producidos/consumidos en un destino es un proceso cada vez más crítico en un contexto de economía del dato. Para ello se recomienda la existencia de un portal para poner a disposición pública datos

para ser consultados, redistribuidos y reutilizados libremente, respetando la privacidad y seguridad de la información. También se pueden aprovechar los portales públicos que facilitan esta compartición, como por ejemplo <https://datos.gob.es/>

El objetivo último debe ser el de facilitar la publicación de datos en el lugar donde se produzcan en la actividad turística habitual, permitiendo conocer mejor al visitante y en fases sucesivas permitir el desarrollo de diferentes productos y servicios construidos sobre este modelo de datos abiertos. Se recomienda la creación de una plataforma de datos abiertos de calidad, que deberá contener datos dinámicos y estar en un proceso de mejora continua y que permita incorporar bases de datos a medida que se detecte la utilidad y disponibilidad de las mismas.

Este portal deberá incluir elementos de naturaleza turística con una puntuación mínima de 3 estrellas (5stars.info). Un ejemplo de los datos que se pueden ofrecer desde la futura plataforma son las paradas del autobús, la relación de comercios, ofertas de empleo, población, agenda cultural, distritos y secciones, edificios, solicitudes de licencias de obra, paradas de taxi, parques y jardines, cámaras de tráfico, mercados, sensores medioambientales, de ruido, etc.

Los puntos clave a la hora de implementar una plataforma de datos, más allá del desarrollo tecnológico, son:

- Mantenimiento y actualización de la plataforma.
- Integración con otras posibles plataformas de datos que se implementen en el destino.
- Disponibilidad de herramientas que permitan la publicación de datos en formato abierto.

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

TEC01_05_2_R01

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

IMPLANTACIÓN DE UNA HERRAMIENTA DE PUBLICACIÓN DE AVISOS, ALARMAS E INCIDENCIAS POR PARTE DE LOS RESIDENTES Y VISITANTES

TEC01_06_2_R01

Se recomienda desarrollar o adquirir una herramienta que permita a la ciudadanía que se encuentra en un determinado ámbito o territorio, diferenciando sea o no residente, publicar información relativa a avisos, alarmas o incidencias para que la administración u otros organismos competentes sean conscientes de la problemática surgida y puedan actuar en consecuencia.

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

TEC01_06_3_R01

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

TECNOLOGÍA. Ámbito B: Infraestructuras tecnológicas y conectividad

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

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

TEC02_08_1_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 de 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_1_R01

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

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

recurso, localización, etc.), incluya otra de carácter dinámico, como por ejemplo el número de turistas anuales o mensuales que recibe.

DOTACIÓN DE ACCESO WIFI GRATUITO EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICAS DEL DESTINO

TEC02_09_2_R01

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

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

IMPULSO A PROYECTOS DE SENSÓRICA PARA MEJORAR LA EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

TEC02_12_1_R01

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

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

-Herramientas y sistemas tecnológicos que permitan facilitar el movimiento de vehículos, como la utilización de semáforos o paneles inteligentes. Estos

funcionan con sensores que detectan los atascos y se comunican con el semáforo o panel, haciendo que cambie sus luces o avise del corte de una calle para ayudar a descongestionar el tráfico en la zona.

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

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

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

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

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

IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS DE MOVILIDAD O MEDIOAMBIENTALES

TEC02_12_2_R01

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

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

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

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

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

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

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

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

DESARROLLO DE APLICATIVOS PARA LA DE GESTIÓN DE LA MOVILIDAD O PARÁMETROS MEDIOAMBIENTALES

TEC02_12_3_R01

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

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

DESARROLLO DE UN SISTEMA DIGITAL DE RESERVAS DE RECURSOS TURÍSTICOS

TEC02_13_2_R01

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

- Concienciar a los propietarios de los recursos turísticos de la necesidad de ofrecer su producto online con reserva directa.
- Seleccionar las herramientas más usadas por el público objetivo para realizar reservas online y conocer para cada una de ellas las características, las condiciones para aparecer, las comisiones y las tipologías de acuerdos para elaborar un catálogo de sitios webs o apps en las que cada establecimiento deba aparecer.
- Designar al menos una estrategia de comercialización que ofrezca posibilidades de gestión y que debería materializarse en las siguientes acciones:
 - oUso del widget en la web de promoción, valorando la opción de instalar una API de reservas dentro de la web.
 - oAcuerdos comerciales de financiación y promoción.
 - oFormar a los establecimientos en las distintas posibilidades de venta, así como las acciones que deben realizar para cuidar cada canal.

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

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

TEC02_13_3_R01

Se recomienda implantar o utilizar soluciones tecnológicas que permitan analizar el comportamiento en el destino de los visitantes y los residentes.

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

Para una mejor interpretación, estas soluciones deben ir acompañadas de un cuadro de mando en el cual se visualicen estos datos para poder ser analizados por expertos, aportando conocimiento, lo que a la postre permitirá mejorar el destino en su conjunto. También se pueden realizar mapas de calor para analizar el movimiento de los visitantes por el destino.

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

TEC02_13_4_R01

Se aconseja instalar sistemas avanzados de control de aforos en los que se empleen tecnologías basadas en la captura de imágenes, bien a través de drones o de cámaras de video, para cuantificar el número de personas existente en un momento concreto dentro de un espacio delimitado. Con este tipo de herramienta el gestor podrá conocer el grado de saturación de dicho espacio y en consecuencia, podrá controlarlo más fácilmente y con un grado de exactitud mayor.

IMPLANTACIÓN DE MEDIDORES DE CO2 PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL AIRE EN ESPACIOS CERRADOS

TEC02_13_5_R01

El ministerio de Industria a través del Reglamento de Instalaciones Térmicas en los Edificios (RITE) de 2021, establece las exigencias de eficiencia energética y seguridad que deben cumplir las instalaciones térmicas en los edificios destinadas a atender la demanda de bienestar e higiene de las personas. En este

reglamento se indica que, en comercios, restaurantes, oficinas y todo aquel lugar de pública concurrencia, la obligatoriedad de disponer de un medidor de CO2.

En base a ello que se recomienda la instalación de dispositivos de monitorización del nivel de CO2 en espacios turísticos cerrados con el objetivo de conocer el grado de calidad del aire y si el espacio se encuentra bien ventilado o no.

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

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

DISPOSICIÓN DE SISTEMAS QUE PERMITAN OBTENER INFORMACIÓN DEL VISITANTE

TEC03_14_2_R01

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

Se recomienda la instalación de sistemas de captación automática de datos del visitante vía Wifi cautiva, Apps, web (cumpliendo normativa de protección de datos) que sean capaces de, a partir de la interacción entre los distintos puntos

de acceso a la red públicos colocados a disposición de visitantes y residentes, obtener de ellos información valiosa sobre las características del visitante que pueda mejorar la gestión que se realiza del destino en su conjunto y tomar medidas en consecuencia.

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

TEC03_14_3_R01

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

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

SEGUIMIENTO DE MARCA DEL DESTINO Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

TEC03_14_4_R01

Se recomienda desarrollar un sistema o sistemas que permita conocer qué opinan los visitantes durante y después de la visita. Estos sistemas pueden ir desde simples encuestas tradicionales realizadas bien en las propias oficinas de atención al visitante, bien a través de correo o de la propia web turística del destino, hasta soluciones más avanzadas basadas en el análisis de sentimiento, realizadas gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías, las cuales analizan el ecosistema de redes sociales disponible identificando de qué se habla en ellas en relación al destino y cómo se habla de un determinado destino, bien sea en su conjunto o de los recursos y servicios que contiene. Se recomienda por lo tanto, realizar un seguimiento de la marca de destino turístico.

DESARROLLO DE CUADROS DE MANDO E INFORMES DE SEGUIMIENTO Y MONITORIZACIÓN

TEC03_14_5_R01

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

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

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

INCORPORACIÓN DE SISTEMAS DE RECOMENDACIÓN EN EL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_1_R01

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

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

ACTUALIZACIÓN DISTRIBUIDA DE LOS CONTENIDOS DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_3_R01

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

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

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

TEC03_15_2_4_R01

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

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

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

INCORPORACIÓN DE UNA BIBLIOTECA DE CONTENIDOS MULTIMEDIA DENTRO DEL PORTAL WEB DE TURISMO

TEC03_15_2_5_R01

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

MONITORIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

TEC03_16_1_R01

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

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

IMPLANTACIÓN Y GESTIÓN DE LA TARJETA TURÍSTICA DEL DESTINO

TEC03_17_1_R01

A efectos de fomentar la relación entre el destino y el turista, se recomienda poner en marcha una tarjeta de fidelización del destino, como puede ser una tarjeta turística, que aglutine todos los recursos turísticos de la ciudad o al menos los más importantes, donde estén adheridos los principales comercios,

restaurantes de la ciudad 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 de los servicios y registrar datos de uso.

DISPOSICIÓN DE APP TURÍSTICA ACTUALIZADA SIGUIENDO CRITERIOS

"RESPONSIVE"

TEC03_18_1_R01

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

Se recomienda estudiar dentro de la unidad de gestión de la tecnología los mecanismos para impulsar la disponibilidad de una aplicación turística de destino, trabajando para que se convierta en el elemento de referencia para los visitantes. Para ello la aplicación, además de aportar información, deberá ser dinámica, 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.

MONITORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA APP TURÍSTICA

TEC03_18_3_R01

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

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

INTEGRACIÓN DE LA SEÑALÉTICA SMART CON LAS APLICACIONES

MÓVILES

TEC03_19_2_R01

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

DISPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS DE UBICACIÓN INTELIGENTE

TEC03_19_3_R01

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

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

Un ejemplo son los 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 COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA MEDIANTE PUNTOS FIJOS

DIGITALES

TEC03_20_1_R02

Una de las claves fundamentales para un nuevo modelo de oficina es el apoyo a la comercialización de experiencias y atractivos turísticos para incrementar el grado de atracción del destino. En este sentido, la oficina integrará tecnologías adecuadas para facilitar las transacciones entre una empresa y los turistas (B2C). Para ello, se aconseja adaptar los puntos de información digital del destino para que incluyan la posibilidad de adquirir en ellos determinados servicios turísticos, es decir, incluir la comercialización de productos turísticos asociados al propio destino.

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

TEC03_20_5_R01

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

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

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

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

TEC03_20_6_R01

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

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

IMPULSO A LA CREACIÓN DE CONTENIDOS TURÍSTICOS DIGITALES PERSONALIZADOS AL VISITANTE

TEC03_20_7_R01

Se recomienda que los contenidos digitales ofrecidos a través de los distintos canales (Web, App, folletos, etc.), se adapten en función del perfil del visitante que los consulta, de tal forma que si el perfil es, por ejemplo, deportista y naturaleza, se le ofrezca información de manera más particular sobre los recursos y servicios que se adaptan a esos intereses. Esto mejorará la percepción global que el visitante tiene del destino y permitirá realizar una labor de segmentación turística de los visitantes que acuden a cada canal en busca de información.

La disponibilidad de guías interactivas, planificación personalizada de rutas turísticas, distribución de información turística contextualizada o la creación de un cuaderno de viaje son posibles líneas de acción que se deberían tener en cuenta para mejorar la calidad del material promocional y favorecer la personalización de la información digital.

DISPOSICIÓN DE CHATBOT O ASISTENTE VIRTUAL EN TURISMO

TEC03_20_8_R01

Los chatbots constituyen una herramienta en el sector turístico en todos sus ámbitos, desde la reserva o la búsqueda de información hasta la atención al cliente o las opciones de actividades en los destinos.

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

DISPOSICIÓN DE UN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT O SIMILAR

TEC03_21_01_R01

Para la realización de una adecuada estrategia de segmentación en marketing y promoción turística, se considera necesario el seguimiento de los clientes y su correspondiente conocimiento. Para ello, se recomienda implantar una solución de Customer Relationship Management (CRM) o sistema equivalente, para gestionar la relación con los visitantes que permita lanzar campañas de marketing directo, realizar encuestas de satisfacción e ir enriqueciendo las bases de datos.

Existe una gran variedad de soluciones de CRM en la nube, personalizables, escalables, integrables y que ofrecen seguridad en la custodia de los datos según los requisitos del RGPD.

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

EJE SOSTENIBILIDAD

SOSTENIBILIDAD. Ámbito A: Gestión de la sostenibilidad turística

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

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 recomienda al destino 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.

CARACTERIZACIÓN TÉCNICA DE LAS INSTALACIONES Y EDIFICIOS PÚBLICOS VINCULADOS AL TURISMO

SOS01_01_04_R02

Se recomienda llevar a cabo la caracterización técnica de cada edificio incluido en el inventario de instalaciones públicas, comprobando así el porcentaje de ellos que podrían ser certificados en sostenibilidad. Para ello se considerarán aspectos como el emplazamiento sostenible, la eficiencia en consumo de agua y energía, el consumo de CO₂, la calidad del ambiente, el reciclaje de residuos, uso de combustible poco contaminantes etc. También, los edificios e instalaciones podrán ser certificados en su conjunto o en algunas de sus partes (fachadas y núcleos de comunicación, cubiertas, zonas verdes...)

La certificación puede ser LEED, BREEAM, VERDE, PASSIVHAUS u otras similares en el caso de certificar el propio edificio o instalación y SICTED, Q de calidad turística, ISO 14064 reducción de gases de efecto invernadero a nivel organización para certificar a la operatividad turística.

ELABORACIÓN DE UN ANÁLISIS CRÍTICO DE LA SITUACIÓN URBANÍSTICA

SOS01_02_06_R01

Es recomendable realizar un análisis crítico de la situación urbanística, siempre y cuando no exista una adaptación entre el planeamiento vigente y la estrategia territorial o el marco normativo autonómico, con el objetivo de que el planeamiento urbanístico tenga una revisión lo más actualizada posible.

Se aconseja informar, a través de los canales que utilice el destino para la difusión del planeamiento vigente, acerca de la normativa territorial que afecte de forma particular al destino turístico (planes especiales, territoriales, etc.), así como del grado de adaptación de la normativa autonómica.

TRANSPORTE PÚBLICO ADAPTADO A LA DEMANDA TURÍSTICA

SOS01_03_02_R01

Se aconseja la adaptación del transporte público a la demanda turística.

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

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

INCREMENTO DEL NÚMERO DE CALLES PEATONALES

SOS01_03_03_R01

Se recomienda al destino evaluar la posibilidad de ampliar el porcentaje de calles peatonales en su centro histórico o áreas comerciales. El destino podrá elaborar 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.

Al mismo tiempo, es recomendable que el destino introduzca mejoras en la accesibilidad peatonal a su centro histórico o zonas comerciales. Para ello se recomienda la elaboración de un estudio de accesibilidad a los principales

puntos de interés turístico (centro histórico, zonas comerciales y otros). El estudio de accesibilidad tendrá como objeto 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.

MEJORA CONTINUA DE LA MOVILIDAD EN BICI

SOS01_03_04_R04

Se recomienda al destino la ampliación y mejora de su red de carriles bici, en la iluminación, señalización y marcado, mantenimiento, definición de rutas, etc. Es recomendable poner en marcha una red de establecimientos que incluyan servicios especiales para ciclistas, como repuestos o herramientas. También buscar la promoción en los mercados de turismo con una etiqueta "bikefriendly", mediante las adhesiones a programas como la Red de Ciudades por la Bicicleta.

Se aconseja poner en marcha un proceso de mejora continua para el sistema de ciclovías, revisando el estado, renovando la señalización, adoptando soluciones que favorezcan esta movilidad frente a otras, potenciando la intermodalidad, etc. Creará un apartado fácilmente accesible en su web que contenga el plan de movilidad ciclista y toda la información relacionada con el uso de la bicicleta como medio de transporte. La web podrá contener también un planificador de rutas, consejos de seguridad vial, fotos y videos de usuarios para promover la participación ciudadana, etc. Podrá contener también un visor de rutas descargable y compatible con otras plataformas de visualización. Se puede elaborar un estudio sobre integración multimodal, de forma que el uso de la bicicleta se pueda combinar con otros medios de transporte, como el tren o los autobuses urbanos. Dicho análisis puede involucrar a entidades del entorno del destino, favoreciendo así la expansión de sus buenas prácticas y la mejora de la movilidad sostenible entre núcleos.

PLAN DE RENOVACIÓN DE LA FLOTA DE AUTOBUSES PÚBLICOS

SOS01_03_05_R01

Se recomienda al destino la elaboración de un plan de renovación y de nuevas adquisiciones para actualizar de manera progresiva la flota de autobuses públicos, tratando de estudiar un horizonte temporal en el la circulación de vehículos diésel sea nula. El objetivo es conseguir una flota de autobuses menos

contaminante por lo que se recomienda evitar adquirir vehículos de este tipo. En cambio, se recomienda favorecer la compra de autobuses híbridos, eléctricos o de gas natural.

PUNTOS DE RECARGA ELÉCTRICA EN ESPACIOS PRIVADOS

SOS01_03_06_R04

Se recomienda al destino incentivar la existencia de puntos de recarga en centros comerciales, hoteles y estacionamientos privados. Podrá basarse en la Instrucción (ITC) BT-52 que dicta las dotaciones mínimas de la estructura para la recarga del vehículo eléctrico en edificios o estacionamientos de nueva construcción.

FOMENTO DEL ALQUILER DE BICICLETAS

SOS01_03_07_R01

Se recomienda al destino analizar la conveniencia de poner a disposición de los turistas un servicio público de alquiler de bicicletas. 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. El servicio de bicicletas públicas 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 de la ciudad, 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 recomienda disponer de un plan de gestión de visitantes con el objetivo de evitar o minimizar el impacto negativo del turismo sobre los recursos turísticos,

y además como herramienta de distribución de los flujos turísticos en aras a distribuir los costes y beneficios del turismo en el destino. Este plan podría ser elaborado por separado o estar incluido dentro del plan estratégico de turismo del destino.

La gestión de los visitantes debe contar con las medidas necesarias para paliar los posibles impactos negativos de los mismos 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 requieren un mayor control y aplicación de medidas.

Es recomendable elaborar un estudio previo para identificar los recursos que mayor impacto ambiental sufren por causa del turismo, con el objetivo de minimizar los efectos negativos de la presión turística en cada recurso, y si fuera necesario utilizar el control de aforos.

Sería conveniente también, 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.

ESTUDIO AMBIENTAL DE LOS RECURSOS CON MÁS PRESIÓN TURÍSTICA

SOS01_04_03_R01

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

RECURSOS TURÍSTICOS CON CERTIFICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD O CALIDAD

SOS01_04_04_R02

Se recomienda al destino analizar los recursos turísticos que no cuentan con certificaciones de sostenibilidad (Rainforest Alliance Certified, Green Key, Travellife, Biosphere, ISO14000...) o de calidad (SICTED, Q de calidad, Safe Tourism Certified...), para detectar cuales son los prioritarios para obtenerlas. El objetivo es avanzar en la certificación de recursos hasta alcanzar al menos un 70% de ellos con certificaciones de sostenibilidad o calidad.

REDACCIÓN DE UN ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA SOBRE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS MÁS RELEVANTES DEL DESTINO

SOS01_05_01_R01

Se recomienda al destino realizar un estudio de la 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 día, contrastarlo con otros recursos menos visitados e identificar los flujos de visitantes para tratar de re conducirlos, 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 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 recomienda 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.

CÁLCULO DE LA PRESIÓN HUMANA MÁXIMA EN EL DESTINO

SOS01_05_02_R01

Se recomienda al destino elaborar una metodología para 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.

ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN FLOTANTE MENSUAL

SOS01_05_03_R01

Se recomienda al destino realizar un estudio de la población flotante mensual y sobre todo en determinados períodos 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.

DISEÑO DE UN SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_06_01_R01

Se recomienda al destino elaborar una propuesta de indicadores de sostenibilidad con el objetivo de contar con un sistema de indicadores de sostenibilidad actualizado, dinámico e interrelacionado que ofrezca una visión integral del destino y que evalúe periódicamente la situación para posteriormente difundir los resultados. Un buen punto de partida pueden ser los obtenidos a partir de la recomendación SOS01_03_02_R02.

ACTUALIZACIÓN PERIÓDICA DEL SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_06_02_R01

Se recomienda al destino actualizar periódicamente el sistema de indicadores de sostenibilidad a través de la participación pública, tanto de la población residente como de los visitantes, así como del sector público y privado relacionados con el turismo.

PUBLICACIÓN DE LOS INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD EN LA WEB MUNICIPAL

SOS01_06_03_R01

Se recomienda una difusión adecuada tanto del sistema de indicadores de sostenibilidad actualizados, como de los resultados obtenidos a través de la página web municipal u otros medios que se consideren adecuados.

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

SOS01_06_04_R01

Se recomienda al destino integrar el sistema de indicadores el programa europeo 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, logro de objetivos y conclusiones del grado de incorporación de los indicadores ETIS que no estén todavía integrados.

DISEÑO DE MECANISMOS PARA DESTINAR PARTE DE LOS BENEFICIOS ECONÓMICOS DEL TURISMO A LA SOSTENIBILIDAD DEL DESTINO

SOS01_07_01_R01

Se recomienda al destino elaborar, en el marco del Plan de Turismo Sostenible, un estudio de las herramientas existentes para la generación de beneficios económicos a través del turismo, y su posible implantación con el objetivo de que parte de los beneficios se destinen a cumplir los objetivos del Plan.

MEJORA DE LA APORTACIÓN DEL BENEFICIO TURÍSTICO AL DESARROLLO

SOSTENIBLE DEL DESTINO

SOS01_07_02_R01

Se recomienda al destino 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 local, determinando cuál es el marco de ingresos del destino a través del turismo. En aras de mejorar la transparencia municipal, 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.

ANÁLISIS DE LA OCUPACIÓN MENSUAL POR PLAZAS DEL DESTINO

SOS01_08_01_R01

Se recomienda al 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, con el objetivo de evaluar la actividad turística del destino. Sería aconsejable realizar informes mensuales de ocupación y difundirlos en la web municipal para que puedan ser utilizados por todos los actores del sector turístico del destino.

GESTIÓN DE LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA

SOS01_08_02_R02

Se recomienda al destino incrementar el número de actividades orientadas a la desestacionalización de los flujos turísticos, hasta alcanzar un mínimo de un 30% de actividades orientadas a dinamizar la temporada baja sobre el total de actividades existentes.

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

SOS01_09_01_R01

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

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

SOS01_09_02_R01

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

ACTIVACIÓN Y REFUERZO DEL PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO A PYMES TURÍSTICAS

SOS01_11_02_R01

Se recomienda al destino aplicar las medidas del programa de apoyo económico a empresas turísticas hasta llegar al objetivo de al menos un 2% de empresas turísticas acogidas al programa.

IMPULSO A LAS CERTIFICACIONES EN SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

SOS01_11_03_R01

Se recomienda al destino la redacción de un documento que sirva para informar a las empresas turísticas sobre las certificaciones de sostenibilidad, (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 20% de empresas que dispongan de certificado.

Se aconseja que se impulse la certificación en Sostenibilidad y Calidad Turística del sector turístico local.

Se debería incluir o 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 actual pandemia, por ello se aconseja en el seno del Consejo municipal de Turismo que se impulse la misma por parte de las empresas turísticas locales.

DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_12_01_R01

Se recomienda al destino la publicación de la información en materia de sostenibilidad en la web y redes sociales, informando de las actividades desarrolladas en aspectos ambientales, sociales y económicos, con el objetivo de implicar al visitante y que colabore activamente en la sostenibilidad local.

BONIFICACIONES PARA FAVORECER EL ACCESO DE LA POBLACIÓN

RESIDENTE A LOS RECURSOS TURÍSTICOS

SOS01_13_02_R01

Se recomienda al destino, como parte de la estrategia de fomento de la experiencia turística entre la población local, utilizar un sistema de bonificaciones para facilitar y promover el acceso a los recursos turísticos de los residentes.

Sería conveniente redactar un informe sobre la influencia de las bonificaciones en la participación de la población en los recursos turísticos que sea recogido en un Plan de participación de la población en los eventos turísticos.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL USO DE INSTALACIONES Y ESPACIOS DE VALOR TURÍSTICO POR PARTE DE LOS RESIDENTES

SOS01_13_03_R01

Se recomienda realizar campañas anuales para la promoción del uso de instalaciones y espacios turísticos por parte de los residentes en el marco de un Plan de participación de la población en los eventos turísticos.

EXISTENCIA DE INFORMACIÓN SOBRE ACTUACIONES RESPONSABLES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_14_02_R01

Se recomienda la redacción de un documento que incluya las actuaciones responsables en materia de sostenibilidad existentes en el destino, y su posterior publicación en la página web del destino, así como en otros canales de comunicación, con el objetivo de implicar tanto a los visitantes como a los residentes en su puesta en marcha.

PUBLICACIÓN DE LAS ACTUACIONES RESPONSABLES EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD

SOS01_14_03_R01

Se recomienda al destino publicar en sus canales de comunicación habituales las actuaciones realizadas en materia de gestión responsable y sostenible. Idealmente el destino puede diseñar una estrategia de comunicación que integre las acciones y campañas a realizar.

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.

LEGISLACIÓN SOBRE IMPACTO PAISAJÍSTICO DE INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURAS DEL DESTINO

SOS02_16_03_R01

Se debe regular el impacto paisajístico de las instalaciones e infraestructuras y contar con un documento que establezca la normativa específica para la

protección del patrimonio arquitectónico del destino en lo relativo a diseño, construcción e impacto paisajístico de instalaciones e infraestructuras, así como su correcta señalización, desarrollando mecanismos para la minimización de dicho impacto, a la vez que establece requisitos relacionados con la planificación, emplazamiento, diseño, construcción, materiales, renovación, demolición y evaluación de impactos.

PLAN DE ACCIÓN PARA LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO

SOS02_17_02_R01

Se recomienda redactar 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 al destino 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 fundamental 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 recomienda 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 existentes, con el objetivo de motivar y concienciar en el ahorro de agua a toda la población y en especial al sector turístico.

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 redactar un diagnóstico de las pérdidas de la red de agua que podrá formar parte de un posterior Plan de Eficiencia Hidráulica. Se recomienda la implantación de tecnologías para la gestión inteligente de la red, mejorando así la Eficiencia Hidráulica del sistema. 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 un plan de acción que contenga medidas concretas a implantar. Se realizará un seguimiento anual del cumplimiento de los objetivos del Plan.

PROGRAMA PARA LA UTILIZACIÓN DE LAS AGUAS RESIDUALES YA DEPURADAS EN EL RIEGO DE PARQUES Y JARDINES Y LIMPIEZA VIARIA:

OBJETIVO REUTILIZAR ENTRE EL 65% Y EL 75%

SOS03_21_09_R02

Se aconseja la puesta en marcha de un programa para facilitar el uso de aguas depuradas, teniendo en cuenta que se deberá analizar la red y llevar a cabo un programa de control analítico que garantice la calidad del agua desde el punto de vista sanitario y medioambiental. El objetivo podría ser reutilizar al menos entre el 65% y 75% de las aguas residuales para el riego y limpieza viaria e ir aumentando en un 10% cada año.

MEJORA DEL SISTEMA DE RIEGO Y CANALIZACIÓN

SOS03_21_10_R01

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

datos de la estación meteorológica del destino y calcule cuándo y cuánto regar y detecte posibles pérdidas en la red.

ACCIONES PARA IMPULSAR EL RIEGO CON AGUA DEPURADA

SOS03_21_11_R01

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

ACCIONES DE MINIMIZACIÓN DE EMISIÓN DE GASES DE EFECTO

INVERNADERO (GEI)

SOS03_22_01_R01

Se recomienda ejecutar acciones para minimizar la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) y de esta forma colaborar ante el cambio climático. En este sentido, se aconseja realizar de forma previa el cálculo de la huella de carbono de su localidad, 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 y de eficiencia energética, para posteriormente poner en marcha las verificaciones de producto: Emisiones CO2 calculado, reducido o compensado. Podría diseñarse una Estrategia ante el cambio Climático del territorio del destino donde se integren estas acciones, que podrían ser a nivel público y también privado, y de esta forma colaborar ante el cambio climático. En el marco de la Estrategia de adaptación al cambio Climático se aconseja disponer de un programa para estimular a las empresas y operadores turísticos a medir y reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y fomentar al sector turístico a participar en iniciativas de 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.

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.

REALIZACIÓN DEL CÁLCULO DE LA HUELLA DE CARBONO EN EL DESTINO

SOS03_24_03_R01

Se aconseja, como complemento al desarrollo de una Estrategia de adaptación al cambio Climático, realizar el cálculo de la huella de carbono de su localidad, 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.

EFICIENCIA ENERGÉTICA

SOS03_25_01_R01

Se recomienda contar con un programa de eficiencia energética, de forma previa la realización de una auditoría enfocada a la mejora de la eficiencia energética, tanto de las instalaciones públicas de su competencia, como del alumbrado público, etc. Así como el impulso de programas de fomento de eficiencia energética en las empresas del sector turístico local. Se aconseja el fomento del uso de las nuevas tecnologías para la mejora de la eficiencia energética en el destino. Se aconseja el fomento de energías alternativas (plantas fotovoltaicas o de otro tipo).

ACCIONES ENCAMINADAS AL DESPLIEGUE DE UNA SMART GRID EN EL DESTINO

SOS03_25_02_R01

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

PROGRAMA DE REDUCCIÓN DE CONSUMOS DEL ALUMBRADO PÚBLICO

SOS03_25_03_R01

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

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.

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

SOS03_26_01_R01

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

CONSECUCIÓN DE UN PORCENTAJE DE RESIDUOS RECICLADOS SUPERIOR AL 45%

SOS03_26_04_R01

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.

PROGRAMAS/MEDIDAS DE CONTROL DE VERTEDEROS IRREGULARES

SOS03_26_05_R01

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

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,...

PLAN DE AYUDA A LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO

SOS04_27_02_R01

Se recomienda disponer de un Plan de ayudas para las PYMEs del destino, incluidas las del sector turístico, y difundirlo mediante los canales adecuados incluida la página web municipal en la que también se aconseja contar con un buscador de ayudas. se deben contemplar ayudas a la promoción, capacitación y el apoyo a emprendedor local. El programa de apoyo esta dotado económicoamente de forma equilibrada al impacto económico del turismo en la comunidad. Un paso más sería una línea o plan de ayudas específico para el sector turístico.

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. 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 privado.

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

SOS04_28_02_R01

Se recomienda realizar iniciativas de apoyo a la producción y comercio locales, con el objetivo de impulsar las compras a proveedores locales y al Comercio Justo. Se recomienda el incremento de este tipo de compras en un 10% de forma anual. Se aconseja 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.

PROGRAMA DE APOYO A PRODUCTOS Y SERVICIOS LOCALES

SOS04_29_01_R01

Se recomienda disponer de un programa actualizado de apoyo a productos y servicios locales con el fin de reactivar el sector poniendo en valor las pequeñas tiendas y el consumo de kilómetro cero del territorio del destino. Y realizar una campaña de difusión de los productos y servicios locales con el objetivo de sensibilizar al consumidor en la compra de estos productos. Este programa de actuaciones a favor de los productos y servicios locales (ferias, mercados, congresos, ...) debe ser actualizado con horizonte máximo cada cinco años.

FOMENTO DE LA OFERTA DE TURISMO GASTRONÓMICO LOCAL

SOS04_29_03_R01

Se aconseja realizar acciones o un programa de fomento de los productos gastronómicos locales que generen empleo y beneficios sociales apoyando los productos Km 0 y la gastronomía local. Se podría diseñar un plan de fomento del turismo gastronómico, que defina estrategias y fórmulas de gestión para impulsar el producto local.

GESTIÓN DE LA REDISTRIBUCIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL DESTINO

SOS04_30_01_R01

Se aconseja realizar un análisis de la distribución de los flujos turísticos que recibe el destino y estudiar la capacidad de carga de los diferentes recursos y espacios más visitados, para en base a esa información gestionar la redistribución de flujos turísticos en el territorio, esto puede recogerse en el plan estratégico de turismo del destino, en el plan de marketing sostenible o en un plan específico de gestión de los flujos turísticos/ gestión de visitantes.

DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO Y SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA EN ARAS DEL TURISMO SOSTENIBLE

SOS04_31_01_R01

Se podría desarrollar una estrategia de diversificación del producto y segmentación de la demanda en función de los segmentos viajeros según su origen, perfil sociodemográfico, etc., con el objetivo de lograr un turismo sostenible y diversificado, que evite la masificación y reduzca la presión turística. Y puede englobarse en el plan estratégico de turismo del destino, en el plan de marketing sostenible o en un plan específico o Estrategia Sostenible de diversificación del producto y segmentación de la demanda.

GESTIÓN DE LA ESTACIONALIDAD EN EL EMPLEO TURÍSTICO

SOS04_32_01_R01

Se aconseja ejecutar acciones o un programa para reducir la estacionalidad del turismo, que contendrá un estudio previo de la situación actual de la estacionalidad en el destino, necesario para el diseño de estrategias y la propuesta de acciones coordinadas con el sector privado, y tendrá carácter periódico. Podría incluirse en el plan estratégico de turismo y el plan de marketing turístico sostenible. Esta acción está muy relacionada con la SOS01_08_02_R01 del ámbito A.

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 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 la redacción 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

SOS04_34_02_R01

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

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 mantener 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.

DOTACIÓN DE REFUERZOS EN PERIODOS DE MAYOR INTENSIDAD TURÍSTICA

SOS04_36_01_R01

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

DISPOSICIÓN DE 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 un 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

PROTOCOLO DE ACTUACIÓN Y COORDINACIÓN CON AUTORIDADES SANITARIAS ANTE PANDEMIAS

SOS04_37_01_R01

Se recomienda disponer de un protocolo de actuación y coordinación con autoridades sanitarias ante posibles pandemias, que contendrá actuaciones de prevención y protección de la salud, tanto de los profesionales como de los usuarios de diferentes empresas turísticas. Todo ello en el marco de un programa para garantizar la salubridad del turista mediante protocolos de actuación específicos. Además, el destino debe garantizar los requisitos de higiene y seguridad alimentaria necesarios, en función de las disposiciones legales.

RECOGIDA Y MONITORIZACIÓN DEL NÚMERO DE VISITANTES ANUAL QUE RECIBEN ATENCIÓN SANITARIA EN EL DESTINO

SOS04_38_02_R01

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

EJE ACCESIBILIDAD

ACCESIBILIDAD. Ámbito A: Gestión de la accesibilidad

En este ámbito se analiza la legislación relacionada con accesibilidad y turismo que afecta al territorio 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 debe complementar la normativa de obligado cumplimiento en los ámbitos de obras promovidas por el Ente Gestor, licencias de obras (sector privado) y licencias de apertura de establecimientos con otros documentos técnicos, como estándares, guías o manuales técnicos. Esta consideración permitirá al destino no limitarse a los mínimos legales sino poder proponer acciones de mayor accesibilidad y por tanto de mayor utilidad y calidad.

CREACIÓN DE UN PLAN DE ACCESIBILIDAD DEL DESTINO

ACC01_02_01_R02

Es indispensable elaborar un Plan Integral de Accesibilidad Universal, un documento que permita planificar las actuaciones necesarias de cara a la mejora de la accesibilidad del destino, de forma integral y transversal. Su alcance en edificación incluirá los principales puntos de interés turístico y, en el espacio urbano, los principales recorridos peatonales de conexión entre dichos puntos de interés. El plan de accesibilidad se configura como una herramienta de gestión y planeamiento municipal en el entorno, dirigido a la creación de espacios inclusivos que tengan en cuenta las necesidades de todas las personas.

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

ACC01_03_01_R01

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

Todo ello se puede concretar en una Oficina de Accesibilidad que, con medios humanos, técnicos y económicos pueda coordinar de forma transversal la gestión de la accesibilidad en el destino. Entre otras funciones puede realizar o coordinar: seguimiento de actuaciones, servicio de asesoramiento, gestión de incidencias, promoción de acciones de información y promoción.

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 ayuntamiento, 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).

ELABORACIÓN DE 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, ...).
- Accesibilidad en espacios urbanos de interés turístico (casco histórico, parques, playas, ...).
- Accesibilidad en recursos de alojamiento (hoteles, casas rurales, ...).
- Accesibilidad en recursos de hostelería y comercio (bares, restaurantes, tiendas, ...).
- 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.

CREACIÓN DE LA COMISIÓN MUNICIPAL DE ACCESIBILIDAD

ACC01_06_01_R01

La creación de una Comisión (Consejo/Mesa...) Municipal de Accesibilidad es una herramienta clave en la conformación de la ciudad como destino turístico accesible y, por tanto, inteligente. Debe tener participación política, técnica y ciudadana. Entre las acciones a desarrollar por dicha Comisión 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 de distintas concejalías del ayuntamiento.

IDENTIFICACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DE EMERGENCIAS ACCESIBLES

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, ...) 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 y el punto de atención al público adaptados.

INCLUSIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS PROTOCOLOS DE ACCESIBILIDAD EN LA EVACUACIÓN

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, ...) 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.

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.

ELABORACIÓN DE PROTOCOLOS DE ACCESIBILIDAD ANTE 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, ...) para no residentes. Las líneas de trabajo serán:

- 1- Disposición de un protocolo de seguridad con opciones de información accesibles a los turistas sobre asistencia, facilidades para el traslado a centro hospitalario, regreso a domicilio, repatriación, ...
- 2- Disposición de un sistema que permita vigilar la seguridad sanitaria de los visitantes (situaciones de riesgo) y facilitar su atención. Este será accesible.
- 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, con objeto de mejorar su eficacia, así como poder implementarse con gestiones similares realizadas en otros municipios. Esta coordinación se podría realizar bien a través del personal técnico de accesibilidad o de la comisión de accesibilidad u otra persona/entidad que se estime oportuno.

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.

ELABORACIÓN DEL PLAN DE PROMOCIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LA OFERTA TURÍSTICA

ACC01_10_02_R01

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

- Propuesta de asignación de presupuesto para el impulso 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, ...

PUESTA EN MARCHA DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS PARA FACILITAR LA ACCESIBILIDAD EN LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LOS TURISTAS

ACC01_11_01_R01

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

- Aplicaciones móviles de información sobre la accesibilidad del entorno.
- Interfaces personalizados en webs.
- Quioscos digitales.
- Sistemas de transmisión de información (audio y/o texto) a los dispositivos móviles de los usuarios.
- Material audiovisual. Tanto de promoción turística como aquellos con contenido explicativo: deberán ir acompañados de subtítulos, interpretación signada en Lengua de Signos Española y audio descripciones.

- Uso de formatos alternativos en la señalética, como paneles informativos en braille, mapas táctiles e interfaces en puntos clave y códigos QR que enlacen con portales donde pueda escucharse la información de interés. En cuanto a la unificación de la señalética, puede tomarse como referencia la Norma UNE 170002:2022 Requisitos de accesibilidad para los elementos de señalización en la edificación.
- Portales web. Asegurando la accesibilidad de las webs como soporte y del contenido transmitido. Entre otras, puede tomarse como referencia la Norma UNE 139803:2012 sobre las características de los contenidos de los sitios web. Si el personal de las oficinas de información turística no está formado para comunicarse en Lengua de Signos Española, se recomienda el uso de sistemas de vídeo de traducción simultánea.

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.

MEJORAS EN LA ACCESIBILIDAD WEB

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).

CONSIDERACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LA INFORMACIÓN DEL DESTINO

ACC02_14_01_R01

Se debe considerar la accesibilidad en la información del destino que se ofrece al turista. Esto se debe atender en tres cuestiones clave:

- Facilidad de comprensión y lectura de la información.
- Medios y canales de información accesibles.
- Información de soluciones ante necesidades imprevistas de accesibilidad.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE INTERURBANO EN LA VENTA DE BILLETES

ACC02_15_01_R03

Se debe mejorar la accesibilidad de las infraestructuras de transporte interurbano, al menos la principal gestionada por el destino, en lo referente a la venta de billetes:

- Dimensiones de mostrador de atención adecuadas: altura, ancho libre adecuado, espacio libre inferior para posibilitar aproximación, ...
- Bucle de inducción: dotación, señalización, formación al personal sobre su uso, ...
- Información adecuada (posición, tamaño, contraste) e iluminación correcta (intensidad, no brillos ni reflejos...).
- Terminales interactivas para emisión de billetes accesibles: aproximación, alcance (altura), localización de elementos (altorrelieve, braille, contraste, ...), facilidad de uso, información acústica alternativa.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE INTERURBANO EN LOS ASEOS DE USO PÚBLICO

ACC02_15_01_R05

Se debe mejorar la accesibilidad de las infraestructuras de transporte interurbano, al menos la principal gestionada por el destino, en lo referente a los aseos de uso público:

- Dotación y localización adecuadas: de fácil localización y acceso (señalización...).
- Espacio de acceso y maniobra interior adecuada: de entrada, maniobra, aproximación, transferencia, ...
- Fácil utilización de elementos: altura (inodoro, lavabo, ...) , mecanismos (grifería, ...), elementos de apoyo (barras, ...).

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LAS INFRAESTRUCTURAS DE TRANSPORTE INTERURBANO EN LA ZONA DE EMBARQUE

ACC02_15_01_R06

Se debe mejorar la accesibilidad de las infraestructuras de transporte interurbano, al menos la principal gestionada por el destino, en lo referente a la zona de embarque:

- Señalización adecuada de dársenas/andenes: fácil identificación (tamaño, color, posición, ...).
- Señalización en pavimento de bordes de anden y zonas de espera.
- Adecuación de altura de infraestructura con material móvil (reducción de diferencia de cota vehículo-andén).

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL INTERIOR DE LOS VEHÍCULOS DE TRANSPORTE URBANO COLECTIVO CON INFORMACIÓN ACÚSTICA

ACC02_16_02_R04

Es preciso mejorar la accesibilidad en el interior de los vehículos de transporte urbano colectivo en lo referente a la información acústica que no solo posibilita la autonomía a viajeros con discapacidad visual, sino que facilita el viaje a todos los viajeros en particular. En particular se propone:

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

La normativa de obligado cumplimiento 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 COBERTURA TURÍSTICA EXISTENTE EN LOS RECORRIDOS DEL TRANSPORTE PÚBLICO LOCAL

ACC02_16_03_R02

Es recomendable que los recorridos realizados por el servicio de transporte público colectivo local mejoren la cobertura aquellas zonas consideradas de interés turístico o concurrencia por parte de turistas (más de la mitad del total de recursos turísticos). Es importante además reseñar que los turistas no solo demandan llegar a los puntos de interés turístico, sino también a las zonas de alojamiento y restauración, ocio y compras, etc.. Este aspecto cubre mayor relevancia en destinos cuya extensión no permite prescindir del transporte, que

se convierte en un elemento indispensable para las personas con dificultades en la movilidad.

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL SERVICIO DE TAXI DEL DESTINO CON AYUDAS PARA EL TAXI ADAPTADO

ACC02_16_04_R04

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 promoción del mismo a través de ayudas económicas. Puesto que benefician a toda la población es recomendable que los taxis adaptados no se limiten al mínimo legal, sino que en aras de la excelencia sean el mayor número posible dentro de la flota. Estas ayudas se pueden aplicar a:

- La concesión de nuevas licencias para vehículos adaptados.
- La adquisición de vehículos adaptados a licencias existentes.

MEJORA DE LA DOTACIÓN DE PLAZAS DE APARCAMIENTO PARA PMR

ACC02_16_05_R02

Ante la dificultad de algunos turistas y residentes para el desplazamiento desde el punto de aparcamiento hasta su destino (punto de interés, alojamiento, ...) es importante cuidar la dotación de plazas para personas con movilidad reducida. 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, etc.).

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 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 determina 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.

MEJORA DEL ACCESO AL ITINERARIO PEATONAL DESDE LAS PLAZAS DE APARCAMIENTO PARA PMR

ACC02_16_05_R06

Es importante que las plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida (PMR) garanticen la conexión de forma segura con un itinerario peatonal accesible, salvando la altura del bordillo sin tener que deambular por la calzada. Para ello existen dos opciones:

- Disposición de vado peatonal de pendiente adecuada y enrasado con la plaza de aparcamiento. Estos vados no precisan el ancho mínimo de un cruce peatonal, sino que necesitan únicamente garantizar el paso de una silla de ruedas (considerando la existencia de diferentes modelos). Estos vados NO deben disponer de pavimento podotáctil para no ser confundidos con un punto de cruce peatonal.
- Disposición junto a un punto de cruce peatonal (plaza adyacente al paso de cebra) pudiendo así hacer uso del vado del mismo para conectar la plaza PMR con el itinerario peatonal.

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

ACC02_17_02_R04

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

- Utilización de braille (de forma global y sistemática, no puntual) en los paneles informativos del recorrido.
- Elementos de apoyo: silla Joëlette, cordón guía, etc.
- Balizas de encaminamiento.
- Posibilidad de información auditiva, mediante audioguía o QR con enlace de audio.
- Explicaciones en lectura fácil de los contenidos principales de la visita.
- Posibilidad de visitas guiadas adaptadas a necesidades especiales de comprensión, movilidad, visión, ...

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

ACC02_17_03_R02

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

- Dimensiones adecuadas: ancho de paso, pendiente, rebaje y encuentro acera-calzada.
- Sin obstáculos que reducen la visibilidad o impiden el contacto visual suficiente entre conductor y peatón.

- Existencia de pavimento podotáctil: de encaminamiento y de advertencia, normalizado, contrastado y dispuesto según normativa.
- En caso de semáforo peatonal: visor de paso/espera visible y sin obstáculos, pulsador contrastado y a altura adecuada, tiempo de paso suficiente.
- En caso de calles anchas con mediana: dimensiones adecuadas y seguras para la espera, con señalización de pavimento podotáctil.
- Mantenimiento adecuado de todos los elementos, incluida la señalización vertical y en calzada (fuertemente contrastada).

MEJORA DE LA SEÑALIZACIÓN PEATONAL URBANA

ACC02_17_03_R03

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

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

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

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LA CONEXIÓN ENTRE RECURSOS

TURÍSTICOS ALEJADOS

ACC02_17_03_R04

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

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, ...) 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.

MEJORAS EN EL ACCESO DE LA OFICINA DE TURISMO

ACC02_17_05_R03

El acceso de la oficina de turismo deberá ser accesible para todos los usuarios, procurando que la entrada sea unitaria e inclusiva para todas las personas. Para ello se deberá considerar:

- Que la entrada esté a nivel (sin escalones ni resaltes). Si existiera desnivel, este estaría salvado por peldaños y además una alternativa accesible: rampa o ascensor.
- El ancho y altura de la entrada permitirán el acceso a diferentes usuarios: con perro guía, silla de ruedas, etc., con espacio de parada y maniobra a ambos lados del umbral.
- El sistema de apertura será preferiblemente automático. En su defecto, será de fácil apertura o en todo caso con puertas abiertas permanentemente. En el caso de paramentos acristalados estarán adecuadamente señalizados, diferenciando los paños fijos de los de puertas de entrada/salida.

- En el caso de entrada accesible alternativa (diferente de la principal) esta se señalizará direccionalmente desde la entrada principal (localización) y, además, sobre la entrada accesible (identificación).

MEJORAS DE ACCESIBILIDAD EN EL PUNTO DE ATENCIÓN ACCESIBLE DE LA OFICINA DE TURISMO

ACC02_17_05_R04

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

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

MEJORAS DE ACCESIBILIDAD EN LA ZONA DE ESPERA DE LA OFICINA DE TURISMO

ACC02_17_05_R05

En la oficina de turismo, se deben considerar consideraciones de accesibilidad en:

- Espacio interior de circulación: posibilitando el paso y maniobra de los diferentes usuarios, incluidos aquellos que precisan más espacio (ej. usuarios de silla de ruedas). Este espacio estará bien iluminado y libre de obstáculos y elementos volados.
- Los asientos de espera: con el mayor porcentaje posible de elementos accesibles, asientos con respaldo, reposabrazos, altura adecuada.
- Espacio de espera para usuarios de silla de ruedas, carritos de bebé, perros de asistencia, etc. Estos espacios no estrecharán los itinerarios de paso y garantizarán una adecuada y fácil incorporación. Como complemento se pueden añadir apoyos isquiáticos para esperas cortas, cuando se considere conveniente (ej. espacios de gran afluencia).
- En espacios de gran afluencia, se recomienda la disposición de asientos de uso preferente para personas mayores, con bebé, con obesidad o cualquier otra necesidad por la que la espera pueda suponer una dificultad adicional. Se dispondrá señalización claramente visible e incluso opción de color diferenciado.

POSIBILIDAD DE VISITA EN 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 señalizar 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.

POSIBILIDAD DE VISITA EN 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.

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 deportivos, 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.).



Anexos

Anexo 1.

1. Metodología de diagnóstico DTI

COMPOSICIÓN Y CÁLCULO

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

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

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

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

LISTADO DE REQUISITOS

En los cuadros siguientes se detallan los requisitos por ejes:

GOBERNANZA

ÁMBITO A. VISIÓN ESTRATÉGICA E IMPLEMENTACIÓN

GOB01_01	Relevancia del turismo en la organización.
GOB01_02	Herramientas de planificación estratégica.
GOB01_03	Herramientas de planificación de la promoción y la comercialización.
GOB01_04	Creación de producto turístico.

ÁMBITO B. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN

GOB02_05	Programa de formación en la Entidad local y a empresas.
GOB02_06	Estructuras de coordinación en la Entidad Local para el desarrollo de la actividad turística.

ÁMBITO C. TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN

GOB03_07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública.
GOB03_08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector.
GOB03_09	Fomento de la transparencia y la e-administración.

ÁMBITO D. RESPONSABILIDAD Y CONTROL

GOB04_10	Calidad turística.
GOB04_11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo.
GOB04_12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística.

INNOVACIÓN

ÁMBITO A. GESTIÓN/GOBERNANZA INNOVADORA

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

ÁMBITO B. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

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

ÁMBITO C. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

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

TECNOLOGÍA

ÁMBITO A. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GOBERNANZA

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

ÁMBITO B. INFRAESTRUCTURAS TECNOLÓGICAS Y CONECTIVIDAD

TEC02_07	Conectividad a redes fijas en el destino (fibra, móvil, satélite...).
TEC02_08	Conectividad a redes móviles en el destino.
TEC02_09	Conectividad en puntos de interés turístico 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.

ÁMBITO C. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN INTELIGENTE

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

SOSTENIBILIDAD

ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

SOS01_01	Planificación y gestión de la sostenibilidad turística del destino acorde a los ODS.
SOS01_02	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad.
SOS01_03	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible.
SOS01_04	Gestión sostenible de recursos turísticos.
SOS01_05	Medición de la capacidad de carga del turismo.
SOS01_06	Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino.
SOS01_07	Contribución del gasto turístico a la sostenibilidad.
SOS01_08	Gestión de la estacionalidad del destino.
SOS01_09	Marketing para un turismo sostenible.
SOS01_10	Legislación específica para el patrimonio natural y cultural.
SOS01_11	Apoyo económico a la sostenibilidad en el sector privado.
SOS01_12	Implicación de los visitantes en lo relativo a esfuerzos en materia de sostenibilidad.
SOS01_13	Promover la interacción entre el visitante y el residente.
SOS01_14	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes.

ÁMBITO B. CONSERVACIÓN, MEJORA Y RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

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

ÁMBITO C. CONSERVACIÓN Y MEJORA DEL MEDIOAMBIENTE

SOS03_20	Protección del entorno natural local y de su biodiversidad
-----------------	--

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

ÁMBITO D. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y ECONOMÍA CIRCULAR

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

ACCESIBILIDAD

ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

ACC01_01	Normativa técnica de accesibilidad.
ACC01_02	Planificación en materia de accesibilidad.
ACC01_03	El Ente Gestor dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad.
ACC01_04	Formación del personal en accesibilidad.
ACC01_05	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino.
ACC01_06	Mecanismos para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad.
ACC01_07	Accesibilidad en Seguridad y Emergencias.
ACC01_08	Fomento de la participación de los usuarios en la mejora de la Accesibilidad.
ACC01_09	El Ente Gestor incentiva la accesibilidad en el sector turístico privado.
ACC01_10	Promoción de la accesibilidad en el destino.
ACC01_11	Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras.

ÁMBITO B. IMPLANTACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

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

INDICADORES QUE NO APLICAN

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

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

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

2. Recogida y fuentes de información

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

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

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

3. Cambios metodológicos y comparabilidad

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

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 tecnológicas 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 eje 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 2.

Definiciones de conceptos DTI

GOBERNANZA

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

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

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

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

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

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

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

INNOVACIÓN

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

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

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

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

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

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

TECNOLOGÍA

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

Business Analytics. Proceso de transformar datos en conocimiento para mejorar las decisiones de negocio. La gestión de datos, la visualización de datos, el modelado predictivo, la extracción de datos, la simulación de pronósticos y la optimización son algunas de las herramientas utilizadas para crear conocimiento a partir de los datos.

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

Ciberseguridad. La ciberseguridad es el conjunto de herramientas, políticas, conceptos de seguridad, salvaguardas de seguridad, directrices, métodos de gestión de riesgos, acciones, formación, prácticas idóneas, seguros y tecnologías que pueden utilizarse para proteger los activos de la organización y los usuarios en el ciberentorno. Los activos de la organización y los usuarios son los dispositivos informáticos conectados, los usuarios, los servicios/aplicaciones, los sistemas de comunicaciones, las comunicaciones 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 trasforma en conocimiento de utilidad, relevante, sistematizado y ordenado, para ponerlo al servicio del gestor del destino y todos los actores del mismo. Facilita el acceso y la difusión del conocimiento, contribuyendo a mejorar los procesos de planificación estratégica de los destinos.

SOSTENIBILIDAD

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

Objetivos de Desarrollo Sostenible. Conjunto de 17 objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible establecida por

Naciones Unidas. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en el año 2030.

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

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

Cambio Climático. Variación en el estado del sistema climático terrestre, formado por la atmósfera, la hidrosfera, la cromosfera, la litosfera y la biosfera, que perdura durante períodos 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. Contrastá con el modelo económico lineal tradicional, basado principalmente en el concepto “usar y tirar”, que requiere de grandes cantidades de materiales y energía baratos y de fácil acceso. La obsolescencia programada contra la que el Parlamento Europeo pide medidas es también parte de este modelo. Fuente: Unión Europea.

ACCESIBILIDAD

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

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

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

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

Criterios DALCO. Conjunto de requisitos relativos a las acciones de deambulación, aprehensión, localización y comunicación, que ha de satisfacerse para garantizarse la accesibilidad universal. DALCO es el acrónimo de:

Deambulación: Acción de desplazarse de un sitio a otro. Puede ser horizontal (pasillos, calles, etc.) y vertical (escaleras, rampas, ascensores...); Aprehensión: Acción de coger o asir una cosa, llevando implícito la acción de alcanzar lo que vaya a ser asido; Localización: Acción de averiguar el lugar o momento preciso en el que está algo, alguien o puede acontecer un suceso; Comunicación: Acción de intercambio de la información.

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

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

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

S.I.A. Símbolo Internacional de Accesibilidad.

Anexo 3.

Propuesta plantilla Plan de Acción

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

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

Este documento o la versión elegida por el destino se aconseja si lo desean sea completada tras la entrega de este informe con el objetivo de planificar los pasos a continuación e iniciar la ejecución del plan de acción, entrando en el ciclo 2 de la metodología.

Anexo 4.

Agradecimientos

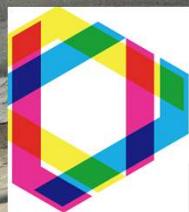
SEGITUR agradece la participación y colaboración en la recogida de información para el **Informe Diagnóstico DTI y Plan de Acción de Yecla 2025** a las siguientes personas e instituciones sin cuya implicación y dedicación no hubiera sido posible esta edición:

Ayuntamiento de Yecla:

Inmaculada Rubio Gil, ADL Turismo de Yecla

Yuma Puche, Oficina Municipal de Turismo de Yecla

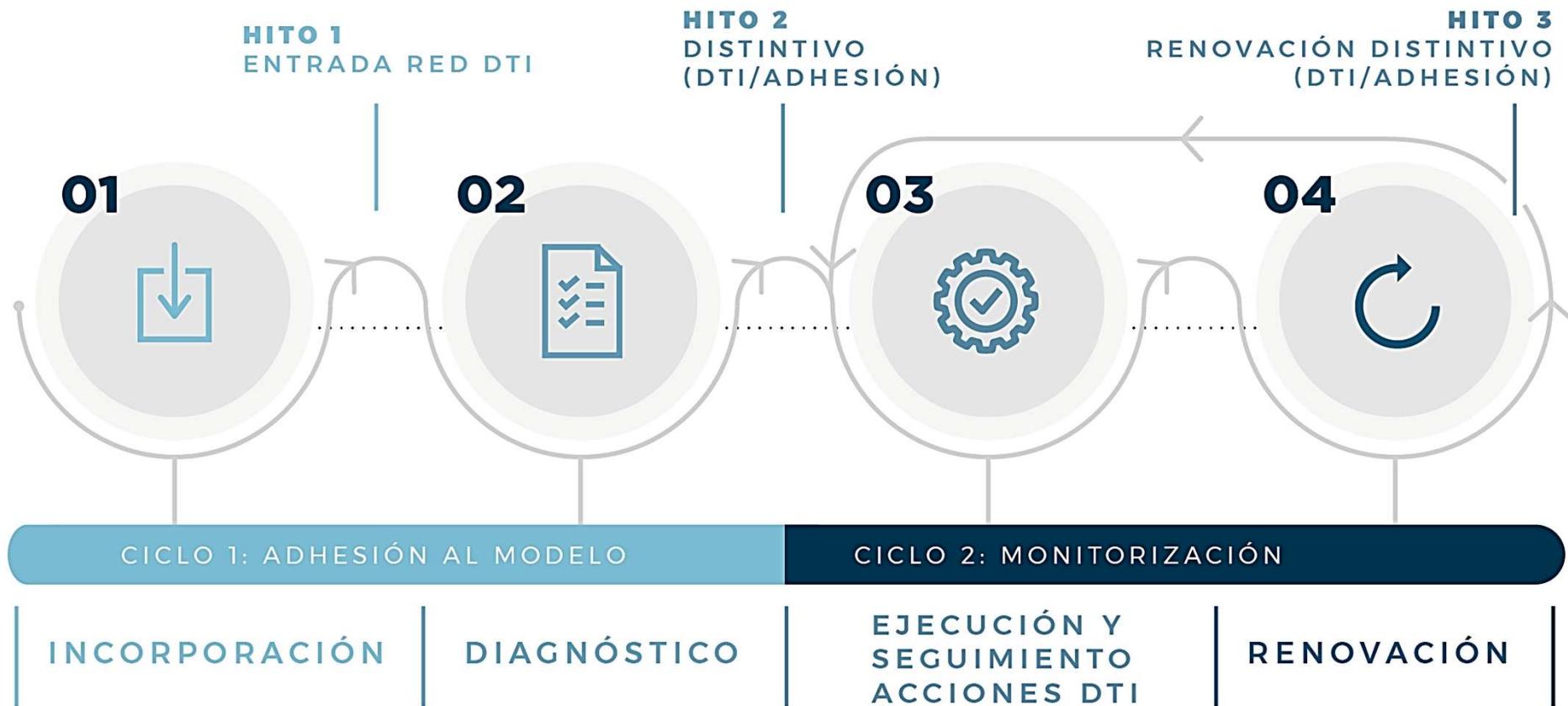
Además de a todas las áreas municipales, concejales, técnicos y personal del Ayuntamiento de Yecla



Yecla
Destino Inteligente

Adherido 2025-2027

Hitos en la transformación a DTI





Modelo DTI vigente

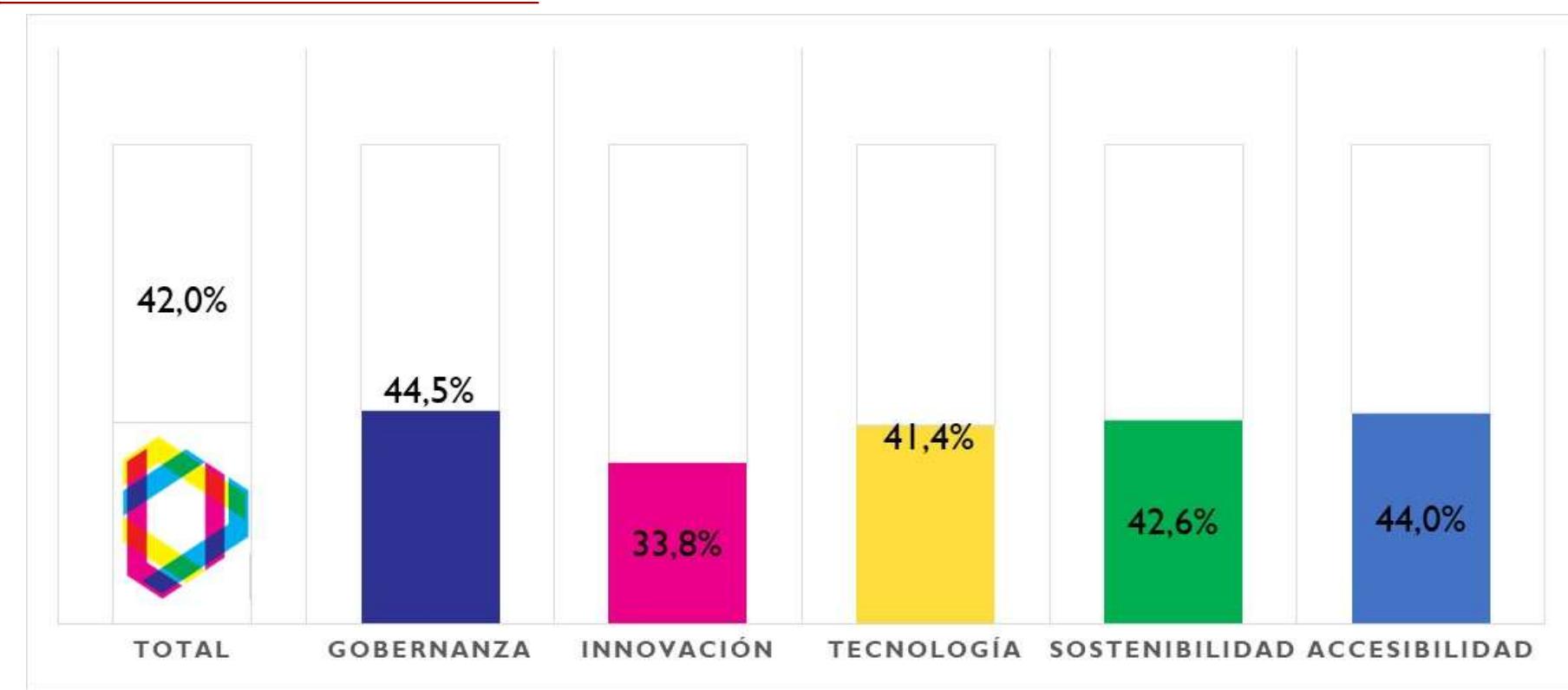
97 requisitos

261 indicadores

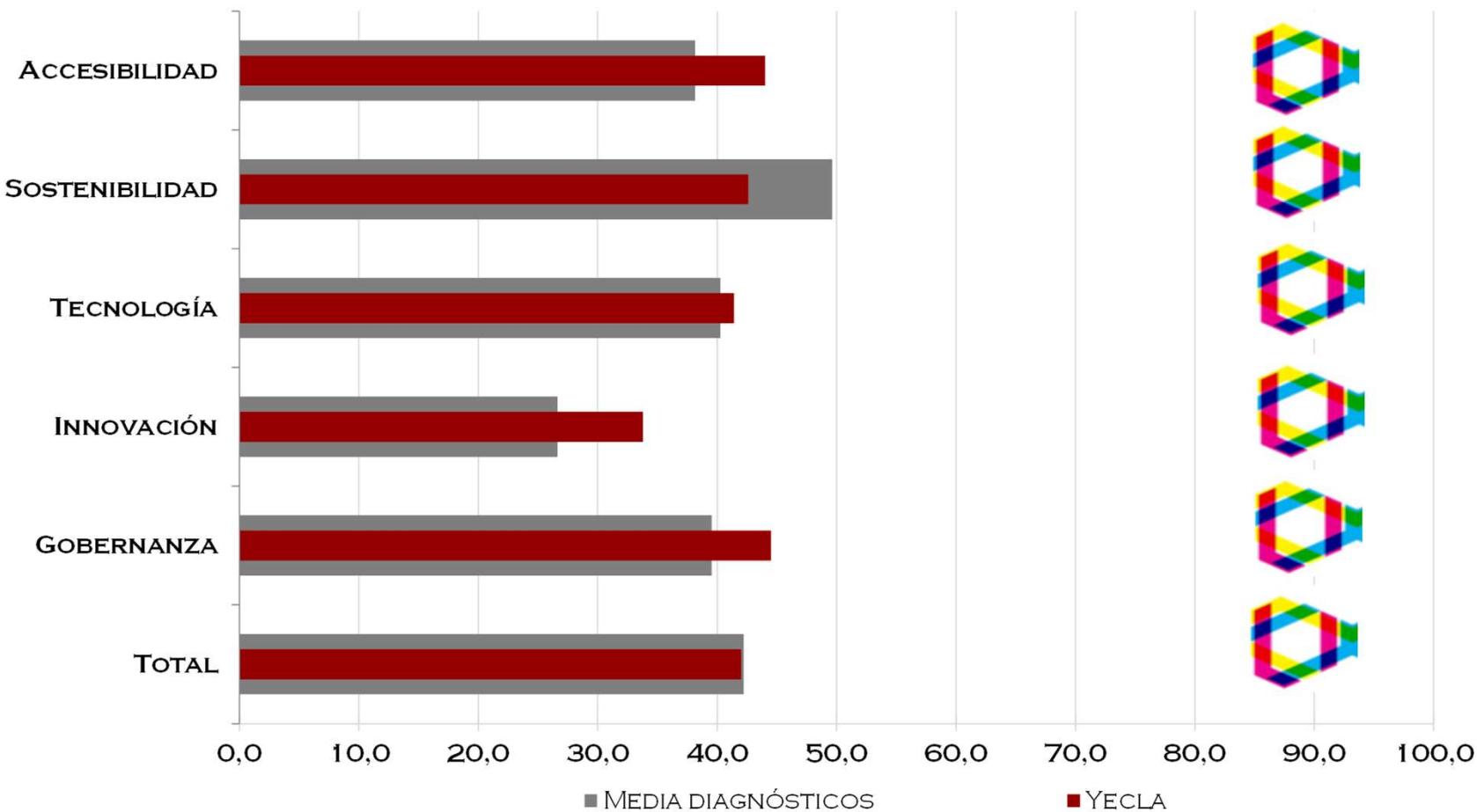


GOB	ACC	INN	SOS	TEC
12 requisitos	17 requisitos	9 requisitos	38 requisitos	21 requisitos
26 indicadores	43 indicadores	14 indicadores	116 indicadores	62 indicadores

Resultado Global Diagnóstico DTI Yecla



El eje con mayor grado de cumplimiento es **Gobernanza** con un **44,5%**, seguido de **Accesibilidad (44,0%)**, **Sostenibilidad (42,6%)** y **Tecnología (41,4%)**. El eje con mayor margen de mejora es del eje de **Innovación (33,8%)**



	Total	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad
Yecla	42,0	44,5	33,8	41,4	42,6	44,0
Media diagnósticos	42,2	39,5	26,6	40,3	49,6	38,2



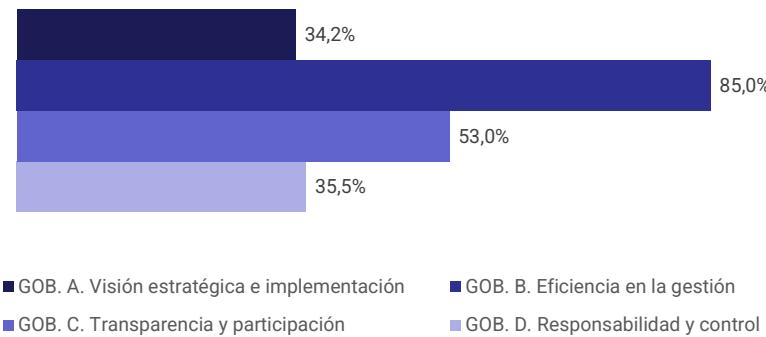
Yecla
Destino Inteligente
Adherido 2025-2027

YECLA	42,0%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR EJES	
GOB. Gobernanza	44,5%
INN. Innovación	33,8%
TEC. Tecnología	41,4%
SOS. Sostenibilidad	42,6%
ACC. Accesibilidad	44,0%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR ÁMBITOS	
GOB. A. Visión estratégica e implementación	34,2%
GOB. B. Eficiencia en la gestión	85,0%
GOB. C. Transparencia y participación	53,0%
GOB. D. Responsabilidad y control	35,5%
INN. A. Gestión / Gobernanza innovadora	18,6%
INN. B. Actividades de Innovación	61,5%
INN. C. Ecosistema de Innovación	20,0%
TEC. A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza	39,7%
TEC. B. Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad	58,5%
TEC. C. Tecnologías para la gestión inteligente del turismo	31,3%
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística	34,9%
SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural	86,3%
SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente	59,4%
SOS. D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	18,1%
ACC. A. Gestión de la accesibilidad en el Destino	47,1%
ACC. B. Implementación de la accesibilidad en el DTI	37,5%

Gobernanza

Eje de Gobernanza: cumple en 44,5%.

Se recomienda avanzar en planificación y gestión turística en consonancia al modelo DTI.



Fuente: Elaboración propia por SEGIITUR

El ámbito con mayor de cumplimiento es la **eficiencia en la gestión** con un **85%**


REQUISITOS DEL EJE

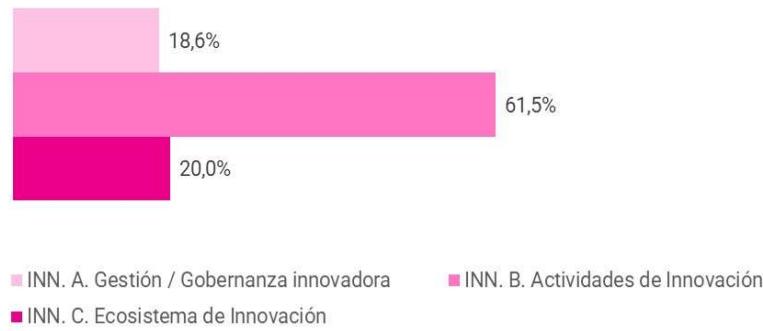
Síntesis de los requisitos del eje:

ÁMBITO A. VISIÓN ESTRÁTÉGICA E IMPLEMENTACIÓN		VALOR OBTENIDO TOTAL 34,2%
		VALOR OBTENIDO
GOB 01_01	Relevancia del turismo en la organización	40%
GOB 01_02	Herramientas de planificación estratégica	50%
GOB 01_03	Herramientas de planificación de la promoción y comercialización	25%
GOB 01_04	Creación de producto turístico	0%
ÁMBITO B. EFICIENCIA EN LA GESTIÓN		VALOR OBTENIDO TOTAL 85,0%
		VALOR OBTENIDO
GOB 02_05	Programa de Formación en la Entidad Local y a Empresas	100%
GOB 02_06	Estructuras de coordinación en la Entidad Local para el desarrollo de la actividad turística	75%
ÁMBITO C. TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN		VALOR OBTENIDO TOTAL 53,0%
		VALOR OBTENIDO
GOB 03_07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública	35%
GOB 03_08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector	60%
GOB 03_09	Fomento de la transparencia y la e-administración	100%
ÁMBITO D. RESPONSABILIDAD Y CONTROL		VALOR OBTENIDO TOTAL 35,5%
		VALOR OBTENIDO
GOB 04_10	Calidad turística	70%
GOB 04_11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo	0%
GOB 04_12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística	30%

Innovación

Eje de Innovación: cumple en un 33,8%.

Se aconseja seguir avanzando en la innovación en el destino y en el sector turístico.



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

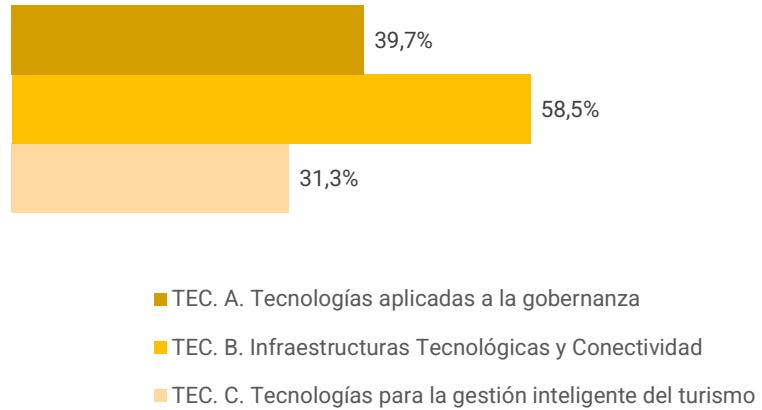
En el desglose del eje por ámbitos de evaluación, el ámbito con mayor de cumplimiento es el de **actividades de innovación (61,5%)**


REQUISITOS DEL EJE
Síntesis de los requisitos del eje:

AMBITO A. GESTIÓN /GOBERNANZA INNOVADORA		VALOR OBTENIDO TOTAL 18,6%
VALOR OBTENIDO		
INN 01_01	Idoneidad de la estrategia o plan de Innovación con alcance en turismo	0%
INN 01_02	Nivel de utilización de la compra pública innovadora	0%
INN 01_03	Idoneidad del presupuesto dedicado a innovación	50%
INN 01_04	Idoneidad de programas y actuaciones para el fomento de la innovación abierta	15%
AMBITO B. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN		VALOR OBTENIDO TOTAL 61,5%
VALOR OBTENIDO		
INN 02_05	Alcance de los planes de innovación social	0%
INN 02_06	¿Se dispone de encuestas periódicas sobre la percepción de lo innovador que es el destino, entre residentes y turistas?	0%
INN 02_07	Porcentaje de desarrollo de productos turísticos innovadores (desarrollados por el ente gestor en el último año)	100%
INN 02_08	Impulso de la innovación de procesos dentro del destino	67%
AMBITO C. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN		VALOR OBTENIDO TOTAL 20,0%
VALOR OBTENIDO		
INN 03_09	Idoneidad de programas y actuaciones para impulsar el ecosistema de innovación	20%

Tecnología

Eje de Tecnología: cumple en un 41,4%.



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR

En el **desglose** del eje por ámbitos de evaluación, destaca el cumplimiento de requisitos del ámbito de **infraestructuras tecnológicas y de conectividad**, desplegadas en el destino con un **58,5%**



REQUISITOS DEL

AMBITO A. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GOBERNANZA

 VALOR OBTENIDO TOTAL **39,7%**

VALOR OBTENIDO

TEC 01_01	Área /unidad para la gestión TIC	100%
TEC 01_02	Planificación estratégica y proyectos Smart (City/Island/Land) en el destino	25%
TEC 01_03	Desarrollo Smart en el destino	0%
TEC 01_04	Estrategia de Ciberseguridad	0%
TEC 01_05	Plataforma de Datos Abiertos (Open Data)	0%
TEC 01_06	Sistemas de comunicación bidireccional entre la Administración y los residentes y no residentes (alarmas, incidencias, denuncias y avisos)	20%

AMBITO B. INFRAESTRUCTURAS TECNOLÓGICAS Y CONECTIVIDAD

 VALOR OBTENIDO TOTAL **58,5%**

VALOR OBTENIDO

TEC 02_07	Conectividad a redes fijas en el destino (fibra, satélite,...)	100%
TEC 02_08	Conectividad a redes móviles en el destino	75%
TEC 02_09	Conectividad en puntos de interés turísticos (POIs) y Oficinas de Información Turística	0%
TEC 02_10	Existencia de soluciones de Cloud Computing y Edge Computing	100%
TEC 02_11	Disponibilidad de Wifi Gratuita	100%
TEC 02_12	Sensorización y sistemas de gestión	0%
TEC 02_13	Sistemas de gestión de espacios turísticos en contexto COVID	10%

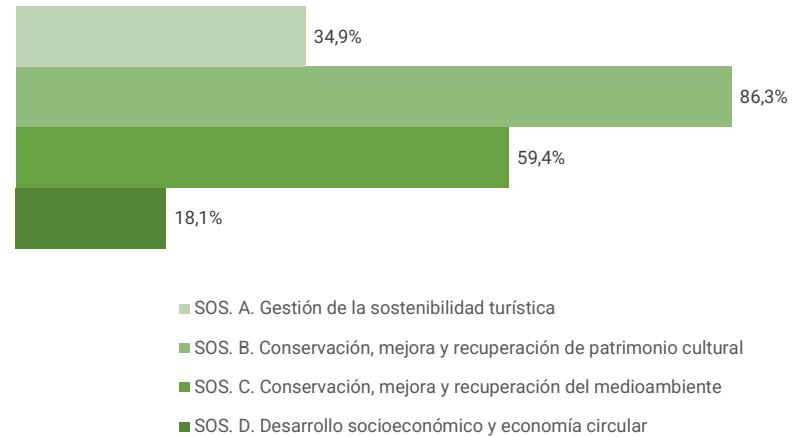
AMBITO C. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN INTELIGENTE DEL TURISMO

 VALOR OBTENIDO TOTAL **31,3%**

VALOR OBTENIDO

TEC 03_14	Inteligencia Turística (Sistemas, tecnología y herramientas)	30%
TEC 03_15	Portal Web de Turismo	85%
TEC 03_16	Trazabilidad de las campañas de promoción	0%
TEC 03_17	Tarjeta turística con soporte tecnológico avanzado	0%
TEC 03_18	Aplicaciones turísticas	0%
TEC 03_19	Señalización Inteligente	35%
TEC 03_20	Nivel de tecnificación en Oficinas de turismo	50%
TEC	Gestión automatizada de la relación con los visitantes	0%

Sostenibilidad Eje de sostenibilidad: cumple en un 42,6%.



Fuente: Elaboración propia por SEGIITUR

Por ámbitos, destaca el de **Conservación y mejora del patrimonio cultural** (86,3%)



REQUISITOS DEL EJE

AMBITO A. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

 VALOR OBTENIDO TOTAL **34,9%**

		VALOR OBTENIDO
SOS 01_01	Planificación y gestión de las sostenibilidad turística del destino acorde a los ODS	80%
SOS 01_02	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad	80%
SOS 01_03	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible	42%
SOS 01_04	Gestión sostenible de recursos turísticos	35%
SOS 01_05	Medición de la capacidad de carga del turismo	0%
SOS 01_06	Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	0%
SOS 01_07	Contribución del gasto turístico a la sostenibilidad	0%
SOS 01_08	Gestión de la estacionalidad del destino	15%
SOS 01_09	Marketing para un turismo sostenible	0%
SOS 01_10	Legislación específica para el patrimonio natural y cultural	100%
SOS 01_11	Apoyo económico a la sostenibilidad en el sector privado	40%
SOS 01_12	Implicación de los visitantes en lo relativo a esfuerzos en materia de sostenibilidad (ej: limpieza de playas/ espacios naturales, asistencia a festivales benéficos)	0%
SOS 01_13	Promover la interacción entre el visitante y el residente	35%
SOS 01_14	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes	40%

AMBITO B. CONSERVACIÓN, MEJORA Y RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

 VALOR OBTENIDO TOTAL **86,3%**

		VALOR OBTENIDO
SOS 02_15	Existencia de figura de protección para el patrimonio cultural	100%
SOS 02_16	Diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje	70%
SOS 02_17	Inventario y plan de actuación para la conservación del patrimonio histórico-artístico	50%
SOS 02_18	Programas de recuperación del patrimonio cultural	100%
SOS 02_19	Fomento y protección de los recursos culturales locales	100%



REQUISITOS DEL EJE

ÁMBITO C. CONSERVACIÓN Y MEJORA DEL MEDIOAMBIENTE

VALOR OBTENIDO TOTAL 59,4%

		VALOR OBTENIDO
SOS 03_20	Protección del entorno natural local y de su biodiversidad	100%
SOS 03_21	Gestión del Ciclo del Agua (Gestión, abastecimiento, depuración y reutilización de aguas)	47%
SOS 03_22	Gestión de la calidad del aire	70%
SOS 03_23	Valoración de mecanismos de minimización del ruido	100%
SOS 03_24	Adaptación al cambio climático	35%
SOS 03_25	Fomento de la eficiencia energética	25%
SOS 03_26	Recogida selectiva y tratamiento de residuos	40%

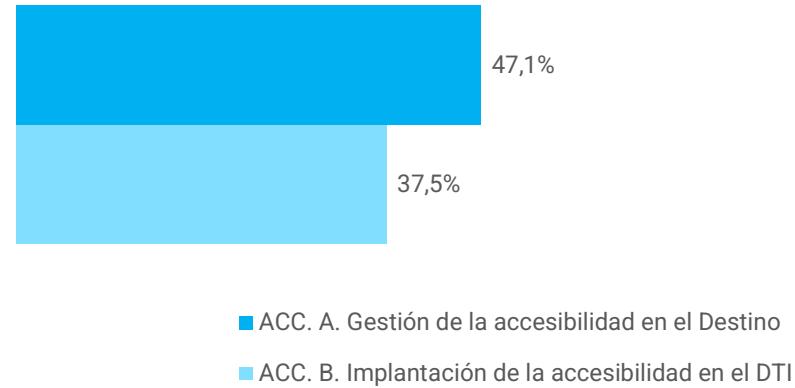
ÁMBITO D. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y ECONOMÍA CIRCULAR

VALOR OBTENIDO TOTAL 18,1%

		VALOR OBTENIDO
SOS 04_27	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local	20%
SOS 04_28	Política de compras responsables y de apoyo a KM 0	0%
SOS 04_29	Fomento de los proveedores de productos, servicios y experiencias turísticas locales de kilómetro 0	50%
SOS 04_30	Impulso de programas/medidas de redistribución de beneficios y cargas producidos por el turismo	0%
SOS 04_31	Política de diversificación y segmentación	0%
SOS 04_32	Lucha contra la estacionalidad del empleo	0%
SOS 04_33	Acciones formativas en materia de sostenibilidad	0%
SOS 04_34	Oportunidades de empleo justas	25%
SOS 04_35	Colaboración del ente gestor con escuelas y centros de turismo en actividades o programas de desarrollo sostenible	0%
SOS 04_36	Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en el destino	60%
SOS 04_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	50%
SOS 04_38	Monitorización y atención sanitaria a visitantes	75%

Accesibilidad

Eje de accesibilidad: cumple en un 44,0%.



Fuente: *Elaboración propia por SEGIITUR*

En el ámbito A. **Gestión de la Accesibilidad en el destino** el cumplimiento es del 47,1 %, y en el B. **Implantación de la Accesibilidad en el destino** es del 37,5%.



REQUISITOS DEL EJE

ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN EL DESTINO		VALOR OBTENIDO TOTAL 47,1%
		VALOR OBTENIDO
ACC 01_01	Normativa técnica de accesibilidad	70%
ACC 01_02	Planificación en materia de accesibilidad	50%
ACC 01_03	El EG dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad	0%
ACC 01_04	Formación del personal en accesibilidad	70%
ACC 01_05	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino	70%
ACC 01_06	Mecanismos para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad	40%
ACC 01_07	Accesibilidad en Seguridad y Emergencias	25%
ACC 01_08	Fomento de la participación de los usuarios en la mejora de la Accesibilidad	50%
ACC 01_09	El EG incentiva la accesibilidad en el sector turístico privado	30%
ACC 01_10	Promoción de la accesibilidad en el destino	55%
ACC 01_11	Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras	50%
ÁMBITO B. IMPLANTACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN EL DTI		VALOR OBTENIDO TOTAL 37,2%
		VALOR OBTENIDO
ACC 02_12	Accesibilidad de la página web y de la app de turismo	0%
ACC 02_13	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades)	50%
ACC 02_14	La información en destino es accesible	0%
ACC 02_15	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino	70%
ACC 02_16	Transporte local accesible	68%
ACC 02_17	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas	47%

Principales líneas estratégicas del Plan de acción

Propuesta de plan de acción

GOBERNANZA												
Cód. acción	Descripción	Responsable principal	Otros responsables	Prioridad	Inicio previsto	Fin previsto	Inversión prevista	Inversión realizada	% Ejecución económica	% Ejecución	% Ejecución s/total	
GOB01_01_01_R03	Redacción de un Documento de compromiso con el desarrollo turístico del destino									0,0%	0,0%	
GOB01_01_02_R01	Ente gestor de turismo con competencias en gestión de destino									0,0%	0,0%	
GOB01_01_03_R01	Asignación de presupuesto al Plan de Acción anual de turismo									0,0%	0,0%	
GOB01_01_03_R02	Fomento de la participación de ciudadanía y empresas en el Plan de Acción de turismo									0,0%	0,0%	
GOB01_01_03_R03	Integración de acciones de todas las Áreas de la Entidad Local en el Plan de Acción de turismo									0,0%	0,0%	
GOB01_02_01_R02	Redacción de un Plan estratégico del territorio									0,0%	0,0%	
GOB01_02_02_R05	Ampliación del Plan estratégico de turismo con acciones de todos los ejes DTI									0,0%	0,0%	
GOB01_03_01_R07	Redacción de un plan de marketing turístico									0,0%	0,0%	
GOB01_03_02_R06	Planificación de acciones en marketing turístico digital									0,0%	0,0%	
GOB01_04_01_R04	Redacción de un procedimiento para la creación coordinada de productos turísticos									0,0%	0,0%	
GOB02_05_01_R03	Elaboración de un Plan de formación en turismo									0,0%	0,0%	
GOB02_06_01_R02	Creación de un Comité/Comisión de Interconcejalías									0,0%	0,0%	
GOB02_06_02_R01	Desarrollo de una Smart Office									0,0%	0,0%	

Sistema de Gestión de Diagnósticos DTI



Nota del destino

42.0%

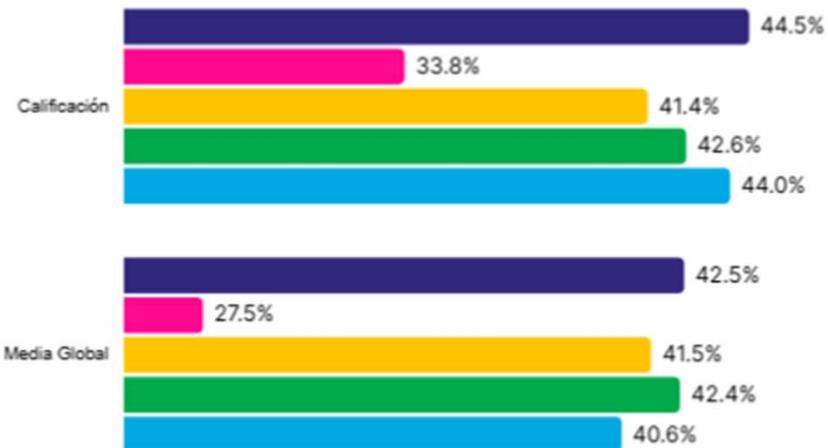
Media de los destinos

40.5%

 Destino:
Yecla

 Fecha de Actualización de Datos
01/08/25

DESTINO GENERAL


 FORMULARIOS

 PLAN DE ACCIÓN

 RECOMENDACIONES

 CARACTERIZACIÓN

 INFORME


Nota global de destino

44.5% 33.8% 41.4% 42.6% 44.0%

Media de todos los destinos

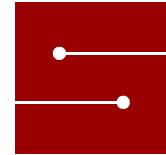
42.5% 27.5% 41.5% 42.4% 40.6%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



SEGITTUR
turismo e innovación

gracias

<https://www.destinosinteligentes.es/>

<https://www.segittur.es/>