Destino Turístico Inteligente

Informe Diagnóstico y Plan de Acción Destino Turístico Inteligente

Edición 2022

PAMPLONA

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO
SEGITTUR turismo e innovación

Destino Turístico Inteligente

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

Texto e imágenes:

SEGITTUR / PAMPLONA

INTRODUCCIÓN 3

Diagnóstico y caracterización 4

CARACTERIZACIÓN 5

RESULTADO TOTAL Y POR EJES 5

RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS 6

SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS 8

RESULTADOS POR REQUISITOS 9

Recomendaciones 15

EJE GOBERNANZA 16

EJE INNOVACIÓN 31

EJE TECNOLOGÍA 45

EJE SOSTENIBILIDAD 65

EJE ACCESIBILIDAD 93

Anexo 1. 107

1. Metodología de diagnóstico DTI 108
2. Recogida y fuentes de información 116
3. Cambios metodológicos y comparabilidad 116

Anexo 2. 118

Definiciones de conceptos DTI 118

Anexo 3. 122

Propuesta plantilla Plan de Acción 122

Anexo 4. 123

Agradecimientos 123

INTRODUCCIÓN

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

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 estas se vuelcan en un plan de acción que se convertirá en la hoja de ruta del destino.

EL DIAGNÓSTICO PERMITE ESTABLECER EL PUNTO DE PARTIDA HACIA EL DTI

La metodología de gestión estratégica del destino DTI trabaja desde un enfoque transversal basado en cinco ejes: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, con el que se impulsa un trabajo coordinado dentro de la misma organización y con los agentes externos (públicos y privados) que permita una mayor eficiencia, transparencia y participación en el desarrollo de la actividad turística. La gestión turística pasa a ser un elemento cohesionador que impulsa la competitividad y la mejora de la experiencia de los visitantes junto con la calidad de vida de los residentes desde los parámetros de sostenibilidad y accesibilidad y con la tecnología y la innovación como palancas impulsoras. Con el Informe Diagnóstico y Plan de Acción se obtiene el distintivo que, o bien reconoce al destino como DTI si alcanza un resultado del 80%, o bien reconoce su compromiso con el modelo con la denominación de DTI adherido si no llega a ese porcentaje. En cualquier caso, el destino pasa al siguiente ciclo, ejecutando el plan de acción y entrando en un proceso de renovación permanente de la distinción. Cada dos años (como mínimo) se actualizará el diagnóstico con los avances en el plan de acción para proceder a la renovación del mismo.

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

Sección 1

Diagnóstico y caracterización

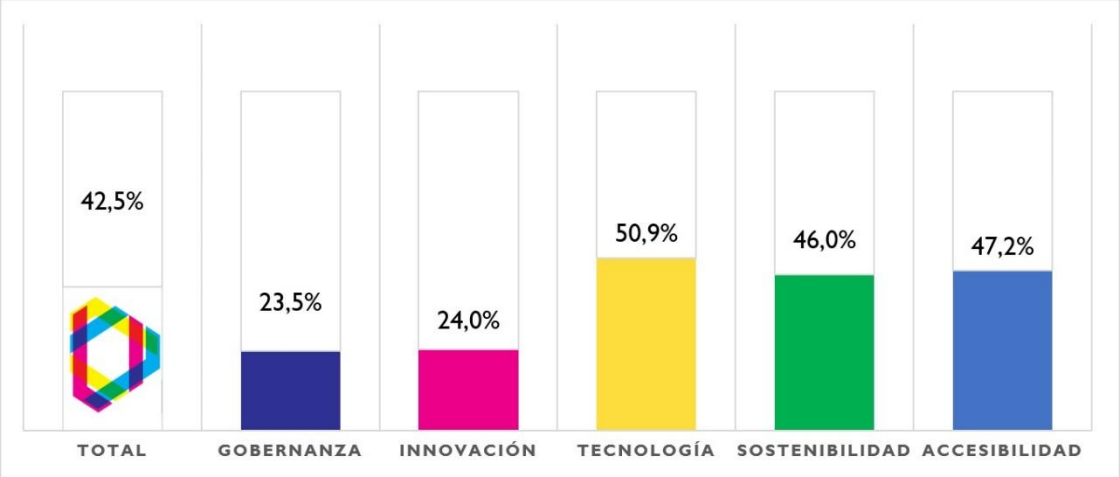
CARACTERIZACIÓN

Principales indicadores — **Tipología:** Urbano interior

Población:	**208.342**	Superficie:	**23,55 km²**
Densidad:	**8846,794 hab./km²**	Ratio turista/residente:	**1,14**
N.º Turistas:	**237.149**	N.º Pernoctaciones:	**427.700**
Estancia media:	**1,80**	Gasto medio diario:	**115,97**
N.º Turistas nacionales:	**191.646**	N.º Pernoctaciones nacionales:	**346.224**
Estancia media:	**1,81**	Gasto medio diario:	-
N.º Turistas internacionales:	**45.503**	N.º Pernoctaciones internacionales:	**81.476**
Estancia media:	**1,79**	Gasto medio diario:	-
N.º Hoteles y hostales:	**47**	N.º Acampamentos:	**-**
N.º Alojamiento rural:	**-**	N.º Apartamentos:	**139**
N.º Empleos turismo:	**443**	N.º Empresas turísticas:	-
% Empleo turismo/total:	-		
Presupuesto Turismo:	**756.807,00**	Ratio Presupuesto Turismo/Total:	**0,0037**
N.º Personas Turismo Ente :	**5**	Nº Bienes Interés Cultural:	**17**

Fuentes y año de referencia: datos de población a fecha 01/01/2022 (Padrón municipal Ayto. Pamplona), INE punto turístico EOH año 2021, EOAP - Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos año 2021. Encuesta de gasto 2021 (información actual de toda Navarra). Área de Gobierno Estratégico, Comercio y Turismo. (-) Dato no disponible

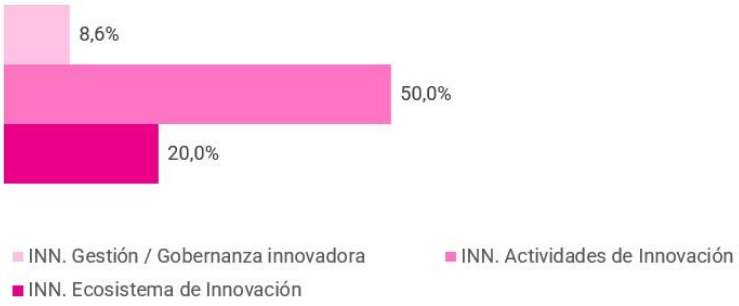
RESULTADO TOTAL Y POR EJES



RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

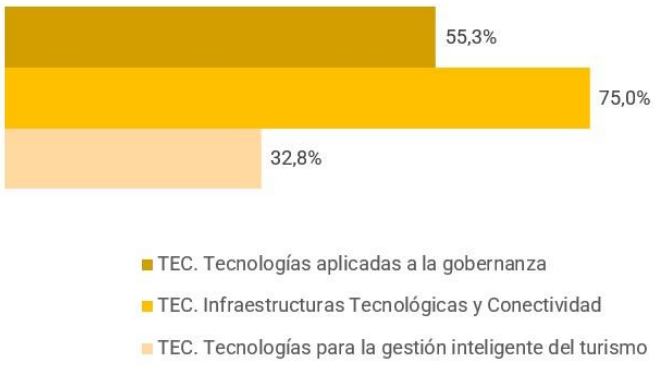
EJE GOBERNANZA

EJE INNOVACIÓN

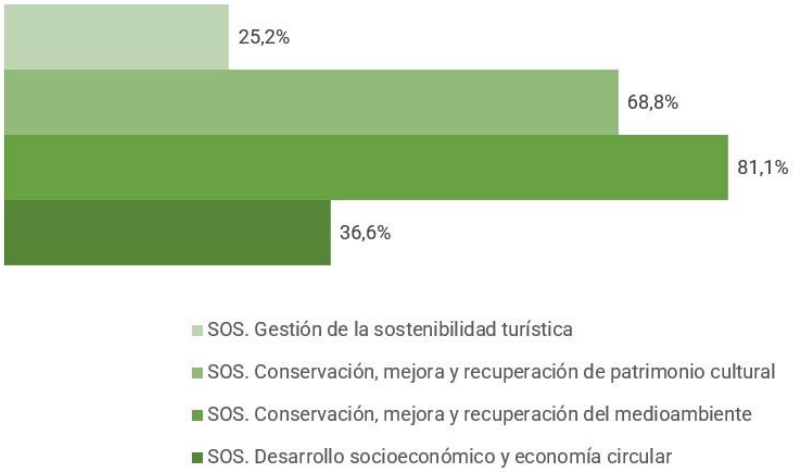


RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

EJE TECNOLOGÍA



EJE SOSTENIBILIDAD



EJE ACCESIBILIDAD

SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

Pamplona/Iruña	42,5%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR EJES	
GOB. Gobernanza	23,5%
INN. Innovación	24,0%
TEC. Tecnología	50,9%
SOS. Sostenibilidad	46,0%
ACC. Accesibilidad	47,2%
VALORACIÓN DEL DESTINO POR ÁMBITOS	
GOB. Visión estratégica e implementación	30,0%
GOB. Eficiencia en la gestión	15,0%
GOB. Transparencia y participación	18,0%
GOB. Responsabilidad y control	21,8%
INN. Gestión / Gobernanza innovadora	8,6%
INN. Actividades de Innovación	50,0%
INN. Ecosistema de Innovación	20,0%
TEC. Tecnologías aplicadas a la gobernanza	55,3%
TEC. Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad	75,0%
TEC. Tecnologías para la gestión inteligente del turismo	32,8%
SOS. Gestión de la sostenibilidad turística	25,2%
SOS. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural	68,8%
SOS. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente	81,1%
SOS. Desarrollo socioeconómico y economía circular	36,6%
ACC. Gestión de la accesibilidad en el Destino	32,0%
ACC. Implantación de la accesibilidad en el DTI	80,1%

RESULTADOS POR REQUISITOS

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

GOBERNANZA		Valoración Requisito
GOB01	Relevancia del turismo en la organización	20%
GOB02	Herramientas de planificación estratégica	50%
GOB03	Herramientas de planificación de la promoción y comercialización	0%
GOB04	Creación de producto turístico	40%
GOB05	Programa de formación en la Entidad Local y a empresas	0%
GOB06	Estructuras de coordinación en la Entidad Local para el desarrollo de la actividad turística	25%
GOB07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública	5%
GOB08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector	40%
GOB09	Fomento de la transparencia y la e-administración	35%
GOB10	Calidad turística	0%
GOB11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo	0%
GOB12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística	40%

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	0%
INN04	Fomento de la innovación abierta	30%
INN05	Impulso de la innovación social	0%
INN06	Percepción de la Innovación por parte de residentes y visitantes	0%
INN07	Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores	75%
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	10%
TEC04	Estrategia de ciberseguridad	0%
TEC05	Plataforma de Datos Abiertos	70%
TEC06	Sistemas de comunicación bidireccional entre la administración y residentes y no residentes	80%
TEC07	Conectividad a redes fijas en el destino (fibra, móvil, satélite,...)	100%
TEC08	Conectividad a redes Móviles en el destino	100%
TEC09	Conectividad en puntos de interés turísticos (POIs) y Oficinas de Información Turística	100%
TEC10	Soluciones de Cloud Computing y Edge Computing	0%
TEC11	Disponibilidad de Wifi Gratuita	100%
TEC12	Sensorización y sistemas de gestión	10%
TEC13	Sistemas de gestión de espacios turísticos en contexto COVID	40%
TEC14	Inteligencia Turística (Sistemas, tecnología y herramientas)	15%
TEC15	Portal Web de Turismo	78%
TEC16	Trazabilidad de las campañas de promoción	0%
TEC17	Tarjeta turística con soporte tecnológico avanzado	100%
TEC18	Aplicaciones turísticas	35%
TEC19	Señalización Inteligente	100%
TEC20	Nivel de tecnificación en Oficinas de turismo	0%
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	15%
SOS02	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad	100%
SOS03	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible	57%
SOS04	Gestión sostenible de recursos turísticos	10%
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	25%
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	0%
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	70%
SOS14	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes	0%
SOS15	Existencia de figura de protección para el patrimonio cultural	100%
SOS16	Diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje	100%
SOS17	Inventario y plan de actuación para la conservación del patrimonio histórico-artístico	50%
SOS18	Programas de recuperación del patrimonio cultural	0%
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)	22%
SOS22	Gestión de la calidad del aire	100%
SOS23	Valoración de mecanismos de minimización del ruido	100%
SOS24	Adaptación al cambio climático	100%
SOS25	Fomento de la eficiencia energética	65%
SOS26	Recogida selectiva y tratamiento de residuos	55%
SOS27	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local	70%
SOS28	Política de compras responsables y de apoyo a KM 0	50%
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	100%
SOS33	Acciones formativas en materia de sostenibilidad	0%
SOS34	Oportunidades de empleo justas	0%
SOS35	Colaboración del ente gestor con escuelas y centros de turismo en actividades o programas de desarrollo sostenible	0%
SOS36	Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en el destino	70%
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	15%
ACC03	El EG dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad	0%
ACC04	Formación del personal en accesibilidad	35%
ACC05	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino	40%
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	75%
ACC09	El EG incentiva la accesibilidad en el sector turístico privado	0%
ACC10	Promoción de la accesibilidad en el destino	0%
ACC11	Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras	50%
ACC12	Accesibilidad de la página web y de la app de turismo	60%
ACC13	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades)	50%
ACC14	La información en destino es accesible	70%
ACC15	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino	100%
ACC16	Transporte local accesible	91%
ACC17	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas	100%

Sección 2

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

EJE GOBERNANZA

GOBERNANZA. Ámbito: Planificación estratégica

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

REDACCIÓN DE UN DOCUMENTO DE COMPROMISO CON EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO

GOB01_01_01_R03

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

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

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

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

para garantizar la continuidad en el medio y largo plazo del documento de política turística.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN ANUAL DE TURISMO

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.

REDACCIÓN DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

GOB01_03_01_R07

Se recomienda la elaboración de un plan de marketing turístico, basado en la estrategia turística del destino, que marque las líneas de desarrollo de la comercialización y la promoción.

El plan de marketing turístico incluirá la definición de objetivos, las estrategias y acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca, comercialización y promoción, la calendarización de estas, así como los soportes a utilizar (folletos, plataformas de comercialización online, etc.) 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.

Al mismo tiempo, se deben aprovechar las sinergias que facilita a efectos de promoción la pertenencia a redes y clubes de producto.

Por otro lado, 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 debe ser 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.

Asimismo, el plan de marketing debe incluir una estrategia de marca para mejorar la definición y posicionamiento de la misma, con un Manual de identidad de marca y la guía de uso del logotipo.

Como en el resto de planes de la Entidad Local, el Plan de marketing debe estar concertado con el sector privado y la sociedad civil con el objetivo de que todos

los actores estén alineados y coordinados, además de tener en cuenta la línea de trabajo de otras administraciones de rango superior para buscar sinergias y una mayor efectividad.

Todo este trabajo en marketing y en reforzar la marca turística debe enlazarse con el plan de comunicación del destino y establecer unas líneas de comunicación comunes, con elementos gráficos coherentes y etiquetas/hashtags compartidos, no solo en turismo, sino en todas las áreas. La estrategia de branding será parte integrante de las herramientas de promoción y comunicación, de la estructuración de producto y de la segmentación. Por ello, todas las medidas de comunicación deberán tener en cuenta esta y viceversa.

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, este incluirá la definición de objetivos, las estrategias y acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca, comercialización y promoción, la calendarización de estas, 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 DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

GOB01_04_01_R01

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.

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

GOB01_04_01_R02

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

GOBERNANZA. Ámbito: Gestión eficiente

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

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE FORMACIÓN EN TURISMO

GOB02_05_01_R03

El nuevo modelo de gestión turística propuesto para la Entidad Local desde la perspectiva DTI exige una política de formación que responda a las necesidades requeridas para emprender el proceso de transformación.

Por ello, se hace imprescindible un análisis de perfiles y de nuevos requisitos y la elaboración de un Plan de formación anual o bienal consensuado con los trabajadores y el sector que actualice los conocimientos del personal y responda a la nueva realidad.

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

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

CREACIÓN DE UN COMITÉ/COMISIÓN DE INTERCONCEJALÍAS

GOB02_06_01_R02

El desarrollo turístico de un territorio requiere de actuaciones transversales, por lo que, la coordinación entre las diferentes áreas de la Entidad Local es fundamental. En ese sentido, se hace necesaria la creación de un Comité/Comisión Interconcejalías o, dado el carácter transversal del concepto Destino Turístico Inteligente, un comité DTI al máximo nivel dentro de la Entidad Local que incluya representantes de todos los departamentos.

El objetivo es doble, por una parte, poner en común los proyectos/acciones que se activen en la entidad, independientemente de qué área los impulse, analizando y coordinando su interacción con el resto de departamentos teniendo en cuenta la estrategia de conversión en DTI que ha iniciado el municipio, es decir, haciendo

converger esos proyectos y acciones con los ejes de gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

Por otra parte, debe ser un espacio para detectar necesidades, problemáticas o nuevos servicios a los que se dé respuesta de una forma común y consensuada.

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

DESARROLLO DE UNA SMART OFFICE

GOB02_06_02_R01

El avance en el proceso de conversión DTI conllevará una evolución que incrementará las funciones y tareas de la persona o equipo gestor del proyecto y, ante la necesidad de nuevos servicios y competencias, se recomienda que vaya convirtiéndose progresivamente en una Smart Office.

Una Smart office que debe responder y dar apoyo tanto material como de conocimiento a todas las acciones derivadas del desarrollo del DTI, así como ejercer de nodo de coordinación. En ese sentido, debe dar cabida a los medios de recogida de datos y ser el órgano de referencia que aglutine y transmita todo el trabajo a otras unidades de gestión implicadas.

La evolución hacia la Smart Office implicará la puesta en marcha de una plataforma tecnológica de gestión del DTI que integre todos los datos relevantes para la gestión del destino y datos de inteligencia turística, nutriéndose de diversas fuentes, lo que va relacionado con recomendaciones en otros ejes.

La Smart office puede tener entre sus funciones: coordinación, ejecución y seguimiento del Proyecto DTI; integración de datos, análisis y publicación de informes basados en inteligencia turística; integración de datos relevantes del territorio, adicionales a los turísticos; gestión de la participación en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes; coordinación de las acciones desarrolladas por las diferentes áreas; desarrollo de funciones de vigilancia tecnológica y gestión de la innovación sistemática; búsqueda de fuentes de financiación e impulso de la participación en proyectos nacionales y europeos o servicio de apoyo al empresariado turístico.

GOBERNANZA. Ámbito: 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_R03

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 solo 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.

SERVICIOS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA CON ORIENTACIÓN AL RESIDENTE

GOB03_08_01_R03

Se recomienda que las oficinas y puntos de información turística comuniquen y oferten servicios turísticos de los que la población residente puede disfrutar tales como visitas guiadas, eventos, etc. Acciones y servicios de los que la ciudadanía no tiene porque verse excluida, sino integrada y disfrutar de los beneficios de formar parte de un destino turístico.

REFUERZO DE LA COMUNICACIÓN CON EL SECTOR PRIVADO

GOB03_08_03_R04

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 sector privado como uno de los actores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar acciones en el ámbito turístico.

En ese sentido, se recomienda, en primer lugar, identificar las principales asociaciones representativas del empresariado para, en un segundo paso, crear las herramientas que faciliten y fomenten esa comunicación bidireccional como: un foro online con las principales asociaciones, que también puede estar abierto a empresarios individuales, el envío de una newsletter periódica que informe de las acciones relacionadas con el turismo y consensuar un calendario de reuniones periódicas para tratar los temas turísticos o aquellos derivados de la actividad turística en el territorio.

PUBLICACIÓN DE LAS ACCIONES EN TURISMO

GOB03_09_01_R03

La comunicación permanente de las actividades del Área de Turismo, más allá de las relacionadas con la promoción, debe ser una de las prioridades para trasladar a la sociedad los beneficios del turismo en el territorio. Esto, unido a la activación de canales de participación de la ciudadanía y el empresariado, contribuirá a sensibilizar sobre la importancia de la actividad turística cumpliendo a la vez con las obligaciones de transparencia.

En ese sentido, se recomienda publicar de forma periódica las actuaciones que ha llevado a cabo el Área de Turismo en el destino, el grado de cumplimiento de objetivos y resultados, estableciendo indicadores de medición para ello. Se trata de una rendición de cuentas, que contribuirá a trasladar los valores y la política turística a residentes y visitantes, que debe coordinarse con la estrategia de comunicación llevada a cabo desde la Entidad Local.

El trabajo en la línea del proyecto DTI como proceso de mejora continua, orientado a una nueva gobernanza, a fomentar la innovación y potenciar la sostenibilidad y la calidad turística de los servicios es un valor a trasladar a la ciudadanía.

AMPLIACIÓN DEL CATÁLOGO DE TRÁMITES DISPONIBLES EN SEDE ELECTRÓNICA

GOB03_09_02_R01

La Sede Electrónica es un importante canal de comunicación con ciudadanía y empresas a través del que se hace pública información de la Entidad Local y se ejecutan trámites y servicios vía telemática.

Se recomienda potenciar su funcionamiento, incluyendo el máximo número de trámites disponibles para mejorar con el cumplimiento de las obligaciones en transparencia, reforzar los principios de eficacia y eficiencia de la administración pública, así como ahorrar costes a ciudadanía y empresas y reforzar sus garantías (Ley 39/2015).

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

GOB03_09_03_R04

Se recomienda potenciar el uso de la Sede Electrónica por parte de las empresas que conforman el sector turístico, lo que contribuiría al ahorro de costes, así como a mayores garantías para estas. Para ello, se propone la elaboración de manuales de uso y la convocatoria de talleres o webinars en los que se expliquen los trámites a realizar y los pasos y herramientas necesarias para hacer un uso eficiente de la oficina virtual de la Entidad Local.

La administración pública contribuye así a facilitar los trámites y acceso a la información de las empresas turísticas, primando la transparencia y la eficacia.

ESTRATEGIAS, PLANES O PROTOCOLOS PARA ACTUALIZACIÓN DEL PORTAL DE TRANSPARENCIA

GOB03_09_05_R01

Se recomienda la elaboración de una estrategia, plan o protocolo para garantizar la actualización permanente del Portal de Transparencia, así como revisar el alcance de las informaciones que se ofrecen. Esta actualización constante debe venir por parte de todas y cada una de las áreas de la Entidad Local, calendarizada y asignando responsables de la misma.

Cabe recordar que la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno obliga a las Administraciones a tener determinadas informaciones publicadas en sus webs de forma clara y entendible. La estrategia que se marque sería interesante que también incluyera la publicación de algunos de los índices de transparencia nacionales e internacionales existentes.

GOBERNANZA. Ámbito: 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.

ELABORACIÓN DE UN PLAN/PROGRAMA DE ACCIONES DE IMPULSO A LA CALIDAD TURÍSTICA

GOB04_10_01_R04

La imagen turística del destino debe ir unida a la de la calidad y por ello avanzar en la implantación de certificaciones, como el programa SICTED o la Q de calidad entre otras, es un aspecto clave para un desarrollo competitivo y sostenible.

Por ello, 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, 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.

El Plan debe incluir acciones de comunicación de los objetivos conseguidos en materia de calidad para dar visibilidad a los esfuerzos de sector público y privado y que residentes y visitantes conozcan el trabajo realizado en este ámbito y los beneficios que ello reporta.

MONITORIZACIÓN DE LAS ACCIONES DE FOMENTO DEL TURISMO

GOB04_11_01_R04

Las obligaciones de transparencia y eficiencia en la gestión de las administraciones públicas llevan a la necesidad de monitorizar y garantizar que las acciones que se llevan a cabo responden a los objetivos marcados. En ese sentido, se recomienda analizar el impacto y retorno de las acciones de fomento de la actividad turística, desde la contratación de una campaña de publicidad en medios a la participación en la organización de eventos como puede ser una carrera, un concierto, etc.

Para ello previamente deben haberse marcado unos objetivos claros y unos indicadores de medición que con los resultados finales permitirán tomar decisiones a futuro sobre la idoneidad de las acciones y realizar los cambios y correcciones necesarios para optimizar al máximo la inversión y los recursos empleados.

SEGUIMIENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS MÁS VISITADOS

GOB04_12_01_R03

Se recomienda realizar un seguimiento periódico de los recursos turísticos más visitados. El objetivo es promover una mejor gestión de esos espacios, de sus accesos y de la calidad de los servicios que se ofertan, desde la perspectiva de la sostenibilidad y con el apoyo de las nuevas tecnologías.

El primer paso será definir los datos a recopilar, las fuentes y las opciones de colaboración posibles en todo este proceso. Todo ello se insertará en el observatorio turístico o el proceso para medir la actividad turística con el que ya cuenta el destino y contribuirá a permitir una explotación de datos y análisis amplio desde la perspectiva tanto pública como privada, con lo que tendrá también una mayor capacidad de reacción y adaptación a nuevas situaciones.

Esta recogida de información y análisis debe plasmarse en cuadros de mando, para facilitar su compresión y uso al servicio de sector público y privado.

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

MONITORIZACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

GOB04_12_01_R04

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

Un primer paso será estimar el peso que tiene la actividad turística en el empleo del 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.

EJE INNOVACIÓN

INNOVACIÓN. Ámbito: 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.

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.

En este sentido, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiado por los fondos europeos Next Generation UE, supone una oportunidad sin precedentes para impulsar la innovación en turismo, contando el capítulo Modernización y Competitividad del Sector Turístico con un importe de 3.400 millones de euros para el periodo 2021-2023.

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

ASIGNACIÓN DE PERSONAL ESPECÍFICO A ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

INN01_03_02_R01

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

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

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

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

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

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

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

Estas acciones de formación habrán de complementarse con el desarrollo de habilidades transversales, como el trabajo en equipo, la orientación a resultados,

la comunicación interpersonal, la iniciativa y proactividad, y aquellas otras relacionadas con la promoción de proyectos, innovación abierta, emprendimiento, técnicas de negociación, metodologías y herramientas de innovación y gestión de proyectos.

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

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

INN01_04_01_R02

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

Entre las posibles actuaciones a implementar se valorarán las siguientes:

- Procesos de identificación de retos del turismo con terceros.

- Impulso de la colaboración con el sector privado, órganos de conocimiento u otros, en el ámbito turístico.

- Puesta en marcha de proyectos de cooperación en turismo con el extranjero.

- Desarrollo de LivingLABS con enfoque turístico.

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

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS COLABORATIVOS DE INNOVACIÓN DE TEMÁTICA TURÍSTICA

INN01_04_02_R02

El ente gestor cuenta con experiencia en la participación en proyectos colaborativos provenientes de convocatorias oficiales, en cooperación con terceros.

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

ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS CON FINALIDAD INNOVADORA Y EVENTOS PARA FOMENTAR LA INNOVACIÓN EN TURISMO

INN01_04_03_R01

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

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

1. Generar más visibilidad y notoriedad de la marca o el destino, cuya imagen queda así asociada a la innovación.

2. Atraer el interés de los grupos de interés que puedan estar interesados en participar en proyectos de innovación.

3. Servir como canal de comunicación para la búsqueda de expertos o socios, así como para dar impulso al networking entre los actores más relevantes.

4. Mostrar los resultados de la innovación, presentar casos de éxito y servir de escaparate a buenas prácticas que demuestren el potencial que tiene la innovación.

5. Captar el interés y la sensibilidad de las entidades financiadoras de la innovación para que redoblen su apuesta por su desarrollo.

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

- Seminarios o webinars.

- Foros o conferencias sobre un ámbito concreto o especializado de temática innovadora, o para mostrar casos de éxito o buenas prácticas.

- Convenciones o congresos, con una duración de al menos dos días y una asistencia más concurrida, habitualmente para tratar aspectos más generales sobre la innovación y compartir experiencias mucho más en profundidad.

- Workshops o talleres para profesionales con un enfoque más informal y ameno.

- Otros formatos: ferias empresariales, desayunos de trabajo, mesas redondas, etc.

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

INNOVACIÓN. Ámbito: Actividades de innovación

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

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INNOVACIÓN SOCIAL

INN02_05_01_R01

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

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

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

1. Involucrar a los grupos de interés (stakeholders).

2. Crear alianzas. Es recomendable que la entidad promotora establezca alianzas lo más sólidas posibles con los actores relevantes sobre el terreno para alcanzar los objetivos deseados.

3. Crear espacios de colaboración con los ciudadanos. Se trata de avanzar en la creación espacios en los cuales se facilite la colaboración entre los ciudadanos y los servicios públicos (funcionarios, empresas municipales, etc.), con el fin de lograr unos servicios más abiertos, colaborativos e innovadores.

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

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

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

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

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).

MEJORA EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES

INN02_07_01_R04

Se recomienda que el ente gestor continúe apostando por el desarrollo de servicios y productos que se apoyen en la innovación como palanca para la creación de valor.

Para ello, se aconseja diseñar una estrategia cuyo objetivo sea aumentar el número de productos y servicios turísticos nuevos o significativamente mejorados introducidos anualmente.

Los principales aspectos a abordar en la estrategia serán los siguientes:

- Identificación de necesidades y nuevos nichos de mercado.

- Identificación de recursos, patrimonio y espacios infrautilizados o susceptibles de nuevo uso turístico en el destino.

- Fomento de la generación de ideas en torno a nuevos productos y servicios.

- Desarrollo de un sistema para la selección de ideas que tenga en consideración la viabilidad técnica y financiera de las innovaciones en producto.

- Asignación de una dotación presupuestaria específica dedicada al desarrollo de nuevos y mejorados productos.

- Apuesta por la innovación en la dotación de contenidos de los nuevos productos y servicios.

- Desarrollo de un procedimiento para la detección de aspectos de mejora en los productos que componen el catálogo actual.

- Dado el riesgo asociado a la innovación, resultará crucial establecer un procedimiento de testeo y seguimiento de los productos innovadores.

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

IMPULSO DE LA INNOVACIÓN EN MARKETING Y VENTAS

INN02_08_01_R02

Se recomienda extender la innovación a los procesos de comercialización y marketing del ente gestor. Algunas líneas en las que avanzar son las siguientes:

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

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

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

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

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

INNOVACIÓN. Ámbito: 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: 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

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.

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

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.

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.

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.

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

TEC01_06_2_R02

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

TECNOLOGÍA. Ámbito: Infraestructuras tecnológicas y conectividad

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

IMPLANTACIÓN DE SOLUCIONES DE COMPUTACIÓN EN LA NUBE Y POR NODOS

TEC02_10_1_R01

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

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

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

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

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 UN SISTEMA DIGITAL DE RESERVAS DE RECURSOS TURÍSTICOS

TEC02_13_2_R01

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

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

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

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

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

oAcuerdos comerciales de financiación y promoción.

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

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

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

TEC02_13_3_R01

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

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

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

TEC02_13_5_R01

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

TECNOLOGÍA. Ámbito: 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.

IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS Y/O TECNOLOGÍAS DE TRANSFORMACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

TEC03_14_1_R01

El turismo como rama de actividad económica desarrollada precisa sistemas de información que permitan estructurar herramientas útiles para la toma de decisiones de todos los agentes sociales, públicos y privados, implicados en la gestión del mismo.

Por ahora en el destino no se han llevado a cabo proyectos de gestión del conocimiento ni sistemas de data mining y Big data, por lo que se aconseja el uso de Tecnologías de transformación de datos y análisis de la información (Big data, Business Intelligence, Business Analytics) para mejorar la capacidad de gestión de información, su análisis y posterior toma de decisiones.

Se deberá comenzar por realizar un análisis exhaustivo de distintas fuentes de información disponibles en función de las necesidades e idiosincrasia de un territorio y las prioridades que se marquen por sus gestores. Es de vital

importancia detectar y fomentar la generación de información relevante, de forma que el destino sea capaz de constituirse como principal fuente generadora de inteligencia y conocimiento turístico a nivel local.

El siguiente paso será implantar un 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.

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 Y UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS DIGITALES PARA LA REALIZACIÓN Y GESTIÓN DE ENCUESTAS

TEC03_14_6_R01

La Marca del Destino en el entorno digital se monitoriza a través del análisis en Redes Sociales y herramientas específicas de realización de encuestas a visitantes (escucha activa) para reducir el tiempo de reacción ante opiniones negativas generales, problemas puntuales producidos en el destino, etc. Es por ello fundamental disponer de herramientas digitales para la gestión de las encuestas que se realizan normalmente en la Oficina de Turismo o en recursos turísticos. Estas herramientas supondrán un apoyo fundamental no solo en la creación y realización de las mismas, si no también en la recogida y tratamiento de datos.

Se recomienda por lo tanto dotar al destino y a todos los agentes que intervienen en el sector turístico de herramientas de gestión estadística que permitan recopilar, almacenar, centralizar y sistematizar información valiosa sobre el

perfil, intereses, etc. de los visitantes, en formatos que faciliten su análisis o sean documentos informativos.

Será imprescindible fomentar el interés en recopilar y suministrar datos estadísticos entre las empresas privadas que todavía no lo hagan y premiar estas acciones generando análisis e informes que se distribuyan al sector con los datos suministrados, de modo que sean conscientes de la importancia de recopilar información.

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.

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

TEC03_15_2_5_R01

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

REALIZACIÓN DE ACCIONES DE ANALÍTICA WEB PARA OBTENER UN AUMENTO DEL NÚMERO DE VISITANTES ÚNICOS

TEC03_15_5_R02

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

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

•Conocer la repercusión de las campañas de marketing online que se realicen, la conducta de los visitantes en el sitio web y buscar tendencias que permitan tomar mejores decisiones.

•A partir de las visitas, páginas vistas, porcentajes de rebote o tiempo en el sitio, establecer y analizar diversas métricas.

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

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

MONITORIZACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO

TEC03_16_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.

MEJORA Y ACTUALIZACIÓN CONTINUA DE LOS CONTENIDOS DE LA APLICACIÓN TURÍSTICA

TEC03_18_2_R01

Se recomienda identificar posibles necesidades de información que no estén integradas en la aplicación ya existente y definir una estrategia que reúna todas las posibilidades de información y que ponga especial atención al desarrollo de contenidos multimedia personalizados en función del perfil del visitante. Esto último requiere una importante labor de categorización de contenidos para que, posteriormente, sea más sencillo su alineamiento con los deseos y gustos de cada tipología de visitante segmentado.

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

•Peso de la app: en las apps de destino en las que puede haber mucho contenido es fácil acabar desarrollando una app muy pesada que disuada a los usuarios de su descarga, por lo que será fundamental ofrecer la posibilidad de descarga que permita disponer de cierto contenido sin necesidad de conexión. La información básica de los recursos puede estar disponible sin conexión y la complementaria, principalmente audiovisual, (audio, video, fotos de gran tamaño) puede estar disponible con conexión.

•Gestor de contenidos integrable con el CRM.

•Integración con los componentes del smartphone: osciloscopio, cámara, GPS, etc.

MONITORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA APP TURÍSTICA

TEC03_18_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.

IMPULSO A LA IMPLEMENTACIÓN DE ELEMENTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DIGITAL

TEC03_20_1_R01

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

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

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

DISPOSICIÓN DE SOFTWARE DE GESTIÓN EN LAS OFICINAS TURÍSTICAS

TEC03_20_2_R01

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

DISPOSICIÓN DE INFRAESTRUCTURAS AVANZADAS DE DIFUSIÓN TURÍSTICA EN DESTINO

TEC03_20_3_R01

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

•Creación de una base de datos propia e interoperable donde se pueda consultar y compartir actividades, eventos, noticias y datos de interés para el turista, más allá de los datos estáticos como son principales recursos, infraestructuras, etc.

•Escaparate interactivo que ofrezca información al visitante las 24 horas los 365 días al año. Otra posible opción es la instalación de un tótem exterior interactivo, que permite seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina. Los más completos, de tipo kiosco, permiten realizar el pago servicios con tarjeta de crédito.

•Videowall conformado por una pared de pantallas de televisión, que van a permitir proyectar vídeos y retrasmisiones en directo a través de streaming de eventos que estén aconteciendo en el destino.

•Zona de descargas, dotada de tecnología NFC y códigos QR para que el visitante se descargue toda aquella información que le resulte de interés para su viaje.

DESARROLLO DE UN CATÁLOGO DE EXPERIENCIAS INMERSIVAS PARA EL VISITANTES EN OFICINA DE TURISMO

TEC03_20_4_R01

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

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

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

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

TEC03_20_5_R01

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

Un ejemplo es la tecnología IBeacon que usa tecnología bluetooth y supone una herramienta de marketing de proximidad ideal para fomentar el comercio e interactuar con el visitante. Los beacons interactúan con dispositivos móviles a través de aplicaciones enviando los mensajes (ofertas, propuestas, etc.) de

interés para el visitante. En el caso de la Oficina de Información Turística, los beacons se pueden usar en el interior para generar interacción con los visitantes en función de la zona en la que estén. Este tipo de plataformas, además de incentivar el consumo, permiten recopilar datos de los usuarios que resultan muy útiles para los gestores del destino.

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

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

TEC03_20_6_R01

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

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

IMPULSO A LA CREACIÓN DE CONTENIDOS TURÍSTICOS DIGITALES PERSONALIZADOS AL VISITANTE

TEC03_20_7_R01

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

La disponibilidad de guías interactivas, planificación personalizada de rutas turísticas, distribución de información turística contextualizada o la creación de

un cuaderno de viaje son posibles líneas de acción que se deberían tener en cuenta para mejorar la calidad del material promocional y favorecer la personalización de la información digital.

DISPOSICIÓN DE CHATBOT O ASISTENTE VIRTUAL EN TURISMO

TEC03_20_8_R01

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

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

DESARROLLO DE UN LIBRO DE VISITAS O SISTEMA DE ENCUESTAS DIGITAL AL VISITANTE

TEC03_20_9_R01

Las oficinas de Información Turística son espacios son especialmente relevantes para constituir un punto de contacto físico con el visitante que debe ser aprovechado al máximo en las dos direcciones: proporcionar la información adecuada al visitante y recibir el máximo de feedback para conocer el perfil de ese visitante. Se recomienda que se fomente la interacción con el visitante dotando a las oficinas de información turística de elementos como los siguientes:

•Libros de visitas interactivos permiten al visitante grabar o compartir su experiencia de viaje tanto en redes sociales como con otros viajeros, lo que ayudará a que futuros visitantes de la oficina puedan hacerse eco de las opiniones y decidir en tiempo real cuál puede ser la ruta a seguir.

•La implementación de un sistema de captura voluntaria de datos o la utilización y realización de encuestas digitales que facilite la obtención de la información y datos turísticos y su gestión posterior.

DISPOSICIÓN DE UN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT O SIMILAR

TEC03_21_01_R01

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

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

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

SOSTENIBILIDAD. Ámbito: Gestión de la sostenibilidad turística

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

MONITORIZACIÓN DE LOS ODS DEL DESTINO Y DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

SOSTENIBLE Y RESPONSABLE

SOS01_01_01_R01

Se recomienda que la gestión turística esté siempre basada en la Sostenibilidad, mediante la implementación de un Plan Estratégico de Turismo sostenible.

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

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

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

12 Elaboración y aplicación instrumentos para lograr un turismo sostenible.

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

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

12.Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

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

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

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

5. Promover la igualdad de género.

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

10- Reducir la desigualdad.

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

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

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

• Alto nivel. Generación de informes periódicos con los resultados de la evaluación y su puesta a disposición de la ciudadanía.

• Nivel medio. Creación de una sección específica en el portal municipal para ubicar todos los informes y noticias relacionadas con la matriz de indicadores.

• Bajo nivel. Creación de un portal web específico para sostenibilidad del destino, con un sistema de gráficos interactivos, donde los ciudadanos pueden realizar sus consultas y filtrados en los datos, extraer informes específicos, etc.

IMPULSO A UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

SOS01_01_02_R01

Una línea estratégica clave en este eje es disponer de una gestión turística basada en la Sostenibilidad y el turismo responsable, mediante la implementación en el destino de un Plan Estratégico de Turismo sostenible.

Se aconseja al destino elaborar un plan estratégico integral o un plan de acción que persiga los Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS).

En todo caso dicho plan debería contener al menos los siguientes elementos:

• Diagnóstico socioeconómico, medioambiental y turístico del territorio: Una vez recogida la información sobre el destino, se harán análisis DAFO o similar para definir cuáles son las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades del destino.

• Ejes temáticos, líneas de acción y proyectos específicos: Los planes de acción obedecerán a objetivos específicos del destino. Para definir los objetivos se contará con todos los agentes implicados en los distintos sectores turísticos.

• Calendario y plan de financiación del plan. Se dotará de calendario y de presupuesto a cada uno de los planes de acción contemplados en el plan.

• Plan de seguimiento y evaluación del plan. Se crearán indicadores específicos para cada uno de los planes de acción que permitan su evaluación periódica.

• Plan de difusión del plan. Es importante que el plan se difunda a través de los distintos canales disponibles. El plan podrá ser descargado.

El documento que contenga las estrategias consensuadas entre la Administración, los ciudadanos y los agentes locales para alcanzar el desarrollo sostenible (ODS) en el territorio a medio y largo plazo, deberá afrontar el término de sostenibilidad en su sentido más amplio, incorporando, además de las cuestiones medioambientales, las sociales.

Resaltar la conveniencia de tener en consideración la Guía para un Turismo Sostenible publicada en diciembre 2019 por Red Española para el Desarrollo Sostenible. Una herramienta que ayuda a los gestores del sector turístico a valorar el grado de cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Y también considerar el Informe sobre el impacto del turismo y su incidencia en la sostenibilidad desde el punto de vista territorial, publicado en 2019 por SEGITTUR. Y las Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030.

COMUNICACIÓN DEL PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE

SOS01_01_03_R01

Es recomendable que el Plan de Acción de Sostenibilidad Turística incluya un plan de comunicación del mismo, apoyando en los medios con los que cuente la localidad. Este plan servirá para la sensibilización, la formación, la difusión medioambiental y también en la comunicación interna, para el desarrollo de los recursos humanos. Tendría que afectar a todas las etapas del Plan de Acción:

Diagnóstico, delimitación de objetivos, diseño de líneas de acción...El primer canal para la comunicación debería ser la web del ayuntamiento y/o su canal de transparencia. En la web se informará sobre el plan, su evolución y los resultados obtenidos. La información que se publique debería ser fácilmente accesible, reutilizables, veraces y contextualizados. Lo ideal sería que estuviesen bajo licencias abiertas o en dominio público. Puede aprovecharse la existencia de la web para que la ciudadanía pueda hacer comentarios a las informaciones publicadas y subir contenido.

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.

INVENTARIO DE INSTALACIONES PÚBLICAS VINCULADAS CON EL TURISMO

SOS01_01_04_R01

Se recomienda al destino elaborar un inventario de las instalaciones públicas que se consideren destinadas u orientadas al turismo, con el objetivo de identificar posteriormente los edificios susceptibles de ser certificados en sostenibilidad o servicios certificados en calidad. Se recomienda incluir museos, centros de interpretación, oficinas de información turística, edificios patrimoniales, auditorios y teatros, etc.

IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL EN SOSTENIBILIDAD

SOS01_01_05_R04

Una vez diseñada la estrategia de desarrollo sostenible, se debe poner en marcha el plan operativo anual que debe englobar los Ejes temáticos, líneas de acción y proyectos específicos a abordar, atendiendo a los objetivos específicos del destino. Se aconseja establecer un calendario y un plan de financiación del plan.

Se recomienda que la web municipal sea una herramienta más puesta a disposición de la participación de la ciudadanía en cada una de las fases de la implementación de la Agenda Urbana o el documento estratégico similar que permita obtener el certificado de sostenibilidad:

• En la fase de diagnóstico, se divulgará la iniciativa y se creará un diálogo entre ciudadanía y administración a través de la web para recoger propuestas de actuación.

• El destino publicará el contenido de la Agenda Urbana o certificación de manera clara y accesible.

• Se publicará también el presupuesto asociado a la Agenda Urbana o certificación.

• Se publicarán los resultados del seguimiento y la evaluación de la Agenda Urbana o certificación. La web servirá también como instrumento para la retroalimentación de las actuaciones del plan por parte de la ciudadanía.

ELABORACIÓN DE UN PLAN DE MOVILIDAD URBANA SOSTENIBLE

SOS01_03_01_R01

Se recomienda al destino la elaboración de un plan de movilidad urbana sostenible que persiga los objetivos climáticos y energéticos de la Unión Europea. Este documento deberá integrarse con el resto de planificación existente. Si el destino tiene una planificación de transporte tradicional, deberá adecuarlo a los objetivos del plan de movilidad sostenible. El plan debería regular:

• Accesos y estacionamiento en los centros urbanos

• Oferta en transporte público

• Fomento de soluciones MAAS

• Ordenación y uso de la red viaria

• Fomento de medios de transporte sostenible

• Supresión de barreras arquitectónicas

• Regulación de cargas y descargas de mercancías

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

Se aconseja realizar un seguimiento continuo de la ejecución del Plan de Movilidad Urbana Sostenible, y además tener en cuenta también al Área de Turismo y al sector turístico local. Esta acción viene respaldada por la

importancia que tiene en el destino la recepción de flujos turísticos y su impacto directo en la movilidad urbana.

Siendo positivo y conveniente comprobar regularmente con las herramientas de evaluación seleccionadas para estimar cuanto se ha avanzado hacia los objetivos. Una vez analizados los resultados, se tomarán medidas con el fin de alcanzar los objetivos de una manera eficiente y dentro del presupuesto disponible. Comunicar de forma adecuada las diferentes acciones realizadas, así como los resultados de cada una de ellas. Aportar datos de movilidad antes y después de la aplicación del PMUS.

Es recomendable además 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 sobe 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.

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.

RENOVACIÓN DEL 50% DE LA FLOTA DE AUTOBUSES PÚBLICOS

SOS01_03_05_R02

Con el fin de reducir la edad media de la flota de autobuses públicos, es recomendable que el destino trate de sustituir los vehículos más antiguos por modelos híbridos, eléctricos o de gas natural, según las posibilidades de recarga existentes en la localidad. También se podrá mejorar el rendimiento de los vehículos existentes con la transformación de vehículos Diésel a autobuses dual-fuel, a híbridos diésel eléctricos o con la incorporación de sistemas start-stop. Se tratará de conseguir el objetivo de al menos un 50% de la flota de autobuses renovada con modelos de bajas emisiones.

MEDICIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA DEL TURISMO

SOS01_04_01_R01

Se recomienda al destino elaborar un análisis de la presión turística ejercida sobre los principales puntos de interés turístico del destino.

El objetivo final sería la incorporación, en la planificación estratégica turística del destino, de una gestión de los visitantes que cuente con las medidas necesarias para paliar los posibles impactos negativos de los visitantes sobre los recursos turísticos. Las medidas establecidas pueden ser globales o limitadas a determinados focos turísticos que aglutinan la mayoría de las visitas y que son los que realmente requieren el control y las medidas.

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 5% de los recursos.

Sería conveniente la medición de la capacidad de carga, en los meses de temporada alta o mayor afluencia de visitantes y en los lugares con mayor concentración de personas. Esta información sería de utilidad para la supervisión del turismo responsable y para la política de redistribución de flujos

turísticos en el destino mediante acciones de marketing turístico, segmentación de demanda, etc.

Se aconseja disponer de una evaluación del impacto ambiental en términos de territorialidad de uso turístico. Se podría realizar mediante distribución de sensórica, tipo Smart City, y la explotación de los datos disponibles de consumos de energía eléctrica, agua y generación de residuos, o bien mediante el acuerdo para ello con investigadores de la Universidad.

INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES

SOS01_04_02_R01

Se recomienda al destino realizar un inventario de recursos turísticos naturales y culturales con el objetivo de potenciar el desarrollo turístico del destino, evaluando sus potencialidades, de manera que se consiga una planificación sostenible del turismo.

Al mismo tiempo, es recomendable el desarrollo de canales y herramientas para la difusión y la gestión del inventario de recursos turísticos y naturales. Por ejemplo, un visor geográfico en el que se pueda consultar el inventario, permitiendo acceder de manera interactiva a cartografía dinámica. Igualmente se recomienda promover un análisis del nivel de impacto que el turismo provoca sobre los recursos inventariados.

ESTUDIO AMBIENTAL DE LOS RECURSOS CON MÁS PRESIÓN TURÍSTICA

SOS01_04_03_R01

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

RECURSOS TURÍSTICOS CON CERTIFICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD O CALIDAD

SOS01_04_04_R02

Se recomienda 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 reconducirlos, reduciendo la presión sobre los más visitados. Establecer las medidas oportunas para generar nuevos flujos de visitantes que permitan un reparto más adecuado de la presión turística.

También es aconsejable realizar revisiones periódicas del estudio de 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 periodos de tiempo, marcados por eventos, actividades, etc. Para ello, se aconseja recabar los principales datos extraídos de los servicios de aguas, residuos y en general de los servicios municipales correspondientes y realizar un análisis de los mismos de cara a obtener un 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_R03

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

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

SOS01_09_01_R01

Se recomienda al destino la redacción de un documento con las acciones de comunicación y promoción que se deberán desarrollar para promover productos y servicios sostenibles.

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

SOS01_09_02_R01

Se recomienda al destino la publicación en los medios digitales del documento de acciones de comunicación y promoción para el impulso de productos y servicios sostenibles.

DISPOSICIÓN DE PROGRAMAS DE APOYO ECONÓMICO A LA GESTIÓN SOSTENIBLE MEDIOAMBIENTAL Y SOCIAL DE LAS PYMES TURÍSTICAS

SOS01_11_01_R01

Se aconseja al destino contar con un programa de apoyo económico a la gestión sostenible medioambiental y social de las pymes turísticas.

La actividad turística es estratégica y fundamental como motor económico nacional, regional y local, siendo una herramienta clave en la erradicación de la

pobreza y las desigualdades sociales, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para el año 2030.

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

ACTIVACIÓN Y REFUERZO DEL PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO A PYMES TURÍSTICAS

SOS01_11_02_R01

Se recomienda 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.

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.

CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD ORIENTADAS A LOS RESIDENTES

SOS01_14_01_R01

Se aconseja la realización periódica de campañas de concienciación en Sostenibilidad (ahorro energético, ahorro de agua, utilización de papeleras, cuidado de los espacios naturales y playas, tenencia responsable de mascotas, etc.) dirigidas al visitante y al residente, sobre todo en meses de temporada alta y en los lugares más visitados y espacios naturales protegidos.

Un buen ejemplo es el DTI Puerto de la Cruz, en la Isla de Tenerife, que realiza continuas campañas de respeto con el entorno y concienciación en Sostenibilidad turística.

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: Conservación, recuperación y mejora del patrimonio cultural

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

PLAN DE ACCIÓN PARA LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO

SOS02_17_02_R01

Se recomienda 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.

RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y SU USO COMO RECURSO TURÍSTICO

SOS02_18_01_R01

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

SOSTENIBILIDAD. Ámbito: 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.

PROGRAMA PARA EL TRATAMIENTO DEL TOTAL DE AGUAS RESIDUALES GENERADAS

SOS03_21_02_R01

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

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

SOS03_21_03_R01

Se aconseja mejorar la eficiencia del ciclo del agua por ello el objetivo de lograr el máximo rendimiento de la red de abastecimiento y distribución y una óptima gestión del servicio, se recomienda al destino realizar un control del volumen de agua que se pierde en la red. Para ello se debe incorporar un sistema de control de fugas a la red de distribución basado en las nuevas tecnologías/uso de

sensórica que permita una gestión inteligente de la red con el objetivo de reducir las fugas existentes en un 25%. Mejorando así la Eficiencia Hidráulica del sistema de distribución al llegar a una eficiencia hídrica del 75%. Y en años siguientes seguir minimizando las fugas y consiguiendo una mayor eficiencia hídrica.

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

SOS03_21_04_R01

Se recomienda 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.

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

SOS03_21_05_R01

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

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

SOS03_21_09_R01

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

MEJORA DEL SISTEMA DE RIEGO Y CANALIZACIÓN

SOS03_21_10_R01

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

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 parcha 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 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.

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_R04

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.

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

SOS03_26_07_R01

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

SOSTENIBILIDAD. Ámbito: Desarrollo socioeconómico y economía circular

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

IMPULSO AL PLAN DE AYUDA A LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO

SOS04_27_02_R02

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

FOMENTO DE LA ADHESIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO AL PROGRAMA DE APOYO A LAS PYMES

SOS04_27_03_R02

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.

IMPULSO A EXPERIENCIAS TURÍSTICAS PROPIAS

SOS04_29_02_R01

Se debe contar con un programa para promover la creación de experiencias turísticas propias del destino con el objetivo de dinamizar los recursos patrimoniales, las ferias, mercados, congresos, etc., y que difundirá a través de la página web turística. Es por ello importante un programa de menos de 5 años orientado a promover la creación de experiencias turísticas propias. Sirva de

ejemplo el DTI Valle del Jerte que ha implementado un piloto sobre Experiencias turísticas y Sector Primario en colaboración con SEGITTUR en 2021.

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.

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.

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

SOS04_34_03_R01

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

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

SOS04_34_04_R01

Se aconseja desarrollar un programa/acciones para impulsar la conciliación familiar de los empleados del sector turístico, que se incentiven a las empresas turísticas que dispongan de planes de conciliación para sus empleados en el

marco de la responsabilidad social corporativa, intensificando la sensibilización del empresariado y acciones de formación en las propias empresas al respecto. Tras la implantación de las acciones las empresas se podrán acreditar por su compromiso con la conciliación, como clave de la calidad en el empleo. El objetivo es que más del 80% de empresas del sector turístico cuenten con medidas orientadas a garantizar la conciliación de la vida laboral y familiar.

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

SOS04_35_01_R01

Se recomienda 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.

MINIMIZACIÓN DE LA TASA DE CRIMINALIDAD

SOS04_36_02_R02

Se aconseja realizar las acciones necesarias o disponer de un plan de seguridad ciudadana que tenga como objetivo conseguir un destino seguro, reduciendo la tasa de criminalidad por debajo de la media nacional (45,6 delitos por cada 1000 habitantes, según el Balance de Criminalidad del Ministerio del Interior). Recordar que un factor muy valorado por el turista a la hora de elegir su destino es la seguridad ciudadana. Se valora positivamente disponer de una policía turística como es el caso del DTI Salamanca, formada en idiomas y en atención a los turistas. Además se aconseja valorar la implementación de un servicio de atención policial al visitante que tendrá como objetivo atender a los turistas que sean víctimas de delitos en su propio idioma, así como facilitar asesoramiento en gestiones como la cancelación de tarjetas de crédito sustraídas o el contacto con embajadas y consulados y si fuera necesario en la presentación y tramitación de la denuncia.

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.

RECOGIDAD 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: 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.

INCLUSIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS DOCUMENTOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

ACC01_02_01_R03

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

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

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 CONTINUADA EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD

ACC01_04_01_R03

Se recomienda reforzar la formación con cursos planificados de manera continuada o periódica (al menos un curso cada dos años) en materia de

accesibilidad, dirigidos a técnicos municipales y personal laboral de las diferentes áreas. Esto les permitirá desarrollar el conocimiento y las estrategias de control y adecuación en materia de accesibilidad, así como refrescar y reforzar conceptos y consideraciones.

IMPULSO A LA FORMACIÓN DE CALIDAD EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD

ACC01_04_01_R04

Si bien se realiza formación en materia de accesibilidad universal para el personal del 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 INFORMES DE DIAGNÓSTICO DE ACCESIBILIDAD DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

ACC01_05_01_R01

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

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

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

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

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

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

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.

IMPULSO DE LA COLABORACIÓN PERIÓDICA CON ASOCIACIONES

ACC01_08_01_R03

Una de las herramientas para estar al día sobre la realidad de la accesibilidad es mantener un estrecho contacto con las entidades especialistas en el tema. Por lo tanto se recomienda el fomento y puesta en marcha de mecanismos de

participación estable con entidades especializadas en accesibilidad (con, al menos, un encuentro o reunión anual).

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 DE UN PLAN DE FORMACIÓN EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL Y TURISMO DIRIGIDO A LOS GESTORES TURÍSTICOS PRIVADOS

ACC01_09_03_R01

Se aconseja disponer de un Plan de Formación en materia de Accesibilidad Universal y Turismo dirigido a los gestores turísticos privados.

No existen acciones de formación en materia de accesibilidad al sector turístico privado, ni se aportan iniciativas municipales, lo cual se traduce en una oportunidad perdida para que el sector privado también impulse la accesibilidad del destino.

La solución se podría concretar en el diseño y desarrollo de un plan de formación en accesibilidad y turismo dirigido a profesionales del sector privado y profesionales en turismo. Se incluirán tanto consideraciones necesarias en las infraestructuras, equipos y productos de apoyo, como formación en la atención a viajeros con necesidades especiales. Se recomienda tenga un contenido teórico-práctico donde los gestores de los recursos puedan evidenciar una fácil aplicación a su negocio.

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

REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD

ACC01_10_01_R01

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

Se recomienda, por tanto, fomentar acciones de sensibilización de los técnicos del ayuntamiento, así como del sector turístico y de la población residente, dirigidas a fomentar una mayor concienciación sobre la accesibilidad universal.

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

con diferentes necesidades de accesibilidad y podría ser útil la participación del área de Servicios Sociales.

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: 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 DE ACCESIBILIDAD EN LA APP DE TURISMO

ACC02_12_01_R02

Se recomienda modificar el diseño, construcción y mantenimiento de la aplicación móvil. De forma general, deben llevarse a cabo las siguientes actuaciones correctivas:

- Describir adecuadamente las imágenes que aparecen en la aplicación. No sirve una descripción que no aporte información, como el nombre del fichero, que se utiliza la mayor parte de las veces.

- Los iconos deben contar siempre con una descripción adecuada a la acción que ejecutan.

- Determinar correctamente la utilización del idioma de forma que los elementos se lean en el idioma seleccionado en la configuración y con la entonación en ese mismo idioma.

- Identificar correctamente los títulos de cada pantalla y en el idioma correspondiente.

- Identificar correctamente los enlaces, con texto legible y de forma que se alerte de los enlaces que van a abrirse en una nueva pantalla.

- Evitar fondos de imágenes opacos que dificultan la lectura de la información textual que aparece sobre ellos.

- Se debe aumentar el tamaño del texto de la aplicación, cuando se produce un aumento de tamaño en el texto del sistema operativo.

- Revisar los formularios, para que contengan un botón de envío accesible y avisar explícitamente del resultado de las búsquedas realizadas a través de los mismos.

- Debe ser posible acceder a todos los elementos a través del lector de pantalla.

- Debe ser posible poder salir de una pantalla de la aplicación mediante algún enlace destinado a tal efecto.

- Eliminar los enlaces que llevan a pantallas sin contenido.

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

ACC02_13_01_R01

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

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

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

ACC02_13_01_R02

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

1- Detallada: tiene suficiente detalle.

2- Actualizada: está actualizada.

3- Completa: incluye recursos propios y de gestión ajena.

MEJORA DE LA INFORMACIÓN DE SOLUCIONES ANTE DIFERENTES NECESIDADES IMPREVISTAS DE ACCESIBILIDAD

ACC02_14_01_R04

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

MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN 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 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.).

Sección 3

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

LISTADO DE REQUISITOS

En los cuadros siguientes se detallan los requisitos por ejes:

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

INNOVACIÓN

ÁMBITO. GESTIÓN/GOBERNANZA INNOVADORA	
INN01_01	Estrategia y sistema de gestión de la innovación en el destino.
INN01_02	Impulso a la innovación en turismo a través de licitaciones.
INN01_03	Recursos públicos para la innovación.
INN01_04	Fomento de la innovación abierta.
ÁMBITO. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN	
INN02_05	Impulso de la innovación social.
INN02_06	Percepción de la Innovación por parte de residentes y visitantes
INN02_07	Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores
INN02_08	Innovación en procesos.
ÁMBITO. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN	
INN03_09	Impulso del ecosistema de innovación en el destino

TECNOLOGÍA

ÁMBITO. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GOBERNANZA

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

ÁMBITO. INFRAESTRUCTURAS TECNOLÓGICAS Y CONECTIVIDAD

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

ÁMBITO. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN INTELIGENTE

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

SOSTENIBILIDAD

ÁMBITO. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

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

ÁMBITO. CONSERVACIÓN, MEJORA Y RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

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

ÁMBITO. CONSERVACIÓN Y MEJORA DEL MEDIOAMBIENTE	
SOS03_20	Protección del entorno natural local y de su biodiversidad
SOS03_21	Gestión del Ciclo del Agua (Gestión, abastecimiento, depuración y reutilización de aguas)
SOS03_22	Gestión de la calidad del aire
SOS03_23	Valoración de mecanismos de minimización del ruido
SOS03_24	Adaptación al cambio climático
SOS03_25	Fomento de la eficiencia energética
SOS03_26	Recogida selectiva y tratamiento de residuos
ÁMBITO. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y ECONOMÍA CIRCULAR	
SOS04_27	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local.
SOS04_28	Política de compras responsables y de apoyo a KM 0.
SOS04_29	Fomento de los proveedores de productos, servicios y experiencias turísticas locales de kilómetro 0.
SOS04_30	Impulso de programas/medidas de redistribución de beneficios y cargas producidos por el turismo.
SOS04_31	Política de diversificación y segmentación.
SOS04_32	Lucha contra la estacionalidad del empleo.
SOS04_33	Acciones formativas en materia de sostenibilidad.
SOS04_34	Oportunidades de empleo justas.
SOS04_35	Colaboración del ente gestor con escuelas y centros de turismo en actividades o programas de desarrollo sostenible.
SOS04_36	Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en el destino.
SOS04_37	Garantizar la salubridad del destino y el cumplimiento de protocolos de actuación específicos y la normativa en materia de salud, higiene y seguridad alimentaria.
SOS04_38	Monitorización y atención sanitaria a visitantes.

ACCESIBILIDAD

ÁMBITO. GESTIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

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

ÁMBITO. IMPLANTACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

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

INDICADORES QUE NO APLICAN

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

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

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

A continuación, se recoge la relación de los mismos:

Eje	Indicador	Descripción
Accesibilidad	**Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades**	La app incluye información de accesibilidad del destino
Accesibilidad	**Transporte local accesible**	Accesibilidad en paradas de transporte urbano colectivo. Accesibilidad en las flotas de transporte público local. Cobertura de los recorridos del transporte público local.
Accesibilidad	**Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos del destino**	Accesibilidad en aseos de uso público.
Accesibilidad	**Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas**	Accesibilidad en playas. Accesibilidad en espacios naturales. Accesibilidad en recorridos peatonales de interés turístico. Accesibilidad en puntos de información turística.
Sostenibilidad	**Existencia de un número significativo de autobuses públicos de bajas emisiones y eléctricos respecto al total**	Cifra total de autobuses y porcentaje de los que son de bajas emisiones
Sostenibilidad	**Porcentaje de días de la temporada que se ha tenido que cerrar una playa, lago, etc. (según destino) por detectarse niveles de contaminación superiores a los permitidos sobre el total de días de la temporada**	Número de días sobre el total anual en los que se ha cerrado una zona de baño natural por contaminación de las aguas.

2. Recogida y fuentes de información

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

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

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

3. Cambios metodológicos y comparabilidad

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

La revisión metodológica realizada responde a cuatro objetivos:

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

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

En dicho proceso de simplificación, se reduce el número de ámbitos, que pasan de 20 a 16; se elimina la distinción entre Requisitos y Sub requisitos que pasan de 476 (235 Requisitos y 241 Sub requisitos) a 97 Requisitos, dentro de los cuales se diseñan 261 Indicadores, todo ello priorizando la relevancia frente a la cantidad; y la calidad y la claridad frente a la cantidad.

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

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

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

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

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

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

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

Sostenibilidad: La sostenibilidad entendida desde todas sus perspectivas, incorporando como elementos destacados y, por primera vez de forma explícita en el modelo DTI, aspectos como la lucha contra el cambio climático o la monitorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, así como el apoyo a las Pymes turísticas que se ha puesto de manifiesto como un elemento esencial consecuencia de la pandemia.

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

Anexo 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 conoci-

miento, 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 periodos de tiempo suficientemente largos (décadas o más tiempo) hasta alcanzar un nuevo equilibrio. Puede afectar tanto a los valores medios meteorológicos como a su variabilidad y extremos. Fuente: IPCC. Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático. NNUU.

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

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

Economía Circular. La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende. En la práctica, implica reducir los residuos al mínimo. Cuando un producto llega al final de su vida, sus materiales se mantienen dentro de la economía siempre que sea posible. Estos pueden ser productivamente utilizados una y otra vez, creando así un valor adicional. Contrasta con el modelo económico lineal tradicional, basado principalmente en el concepto “usar y tirar”, que

requiere de grandes cantidades de materiales y energía baratos y de fácil acceso. La obsolescencia programada contra la que el Parlamento Europeo pide medidas es también parte de este modelo. Fuente: Unión Europea.

ACCESIBILIDAD

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

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

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

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

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

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

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

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

S.I.A. Símbolo Internacional de Accesibilidad.

Anexo 3.

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 deben completarse en el siguiente mes 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

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

Ayuntamiento de Pamplona

Alberto Tomás Royo, en representación del Área de Gobierno Estratégico, Comercio y Turismo - Gobernu Estrategiko, Merkataritza eta Turismoko Alorra y las demás áreas municipales que han colaborado con ella.