



Comisión  
Europea

# Herramienta del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos

para Destinos Sostenibles

Febrero de 2013



Este documento ha sido encargado por la Comisión Europea como entregable del *Estudio de viabilidad de un sistema europeo de indicadores turísticos para la gestión sostenible a nivel del destino*.

***Europe Direct es un servicio que le ayudará a encontrar respuestas a sus preguntas sobre la Unión Europea***

**Número de teléfono gratuito (\*):  
00 800 6 7 8 9 10 11**

(\*) Tanto la información como la mayoría de las llamadas (excepto desde algunos operadores, cabinas u hoteles) son gratuitas

Más información sobre la Unión Europea, en el servidor Europa de internet (<http://europa.eu>).

Cataloguing data can be found at the end of this publication.

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2013

ISBN 978-92-79-29340-5

doi:10.2769/47151

The EC has the copyright of all material used in this publication

© Unión Europea, 2013

El contenido de esta publicación no refleja necesariamente la opinión oficial de la Unión Europea. Los únicos responsables de la información y las opiniones que se incluyen en esta publicación son sus autores.

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica.

Encontrará más información sobre el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos en [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm) desde donde también podrá descargar documentos de apoyo.

*Printed in Italy*

IMPRESO EN PAPEL BLANQUEADO SIN CLORO ELEMENTAL (ECF)

**Herramienta**  
**del Sistema Europeo**  
**de Indicadores**  
**Turísticos**

**para Destinos Sostenibles**

**February 2013**



## Preámbulo

El turismo constituye un sector importante de la economía de la Unión Europea. El sector turístico apoya el crecimiento económico y el empleo. Sin embargo, uno de nuestros mayores retos es reforzar y mejorar el desarrollo del turismo sostenible a fin de garantizar la competitividad de esta industria a largo plazo. Al gestionar el turismo de manera sostenible, intentamos asegurarnos de que reconocemos los límites y la capacidad de nuestros recursos turísticos y fomentamos un desarrollo turístico que equilibra la optimización de las ventajas económicas, medioambientales y socioculturales inmediatas, a la vez que garantiza el futuro de la industria turística europea a largo plazo.

Nuestra prioridad es que Europa mantenga su posición de principal destino turístico del mundo. Desde 1990, las llegadas de turistas internacionales a la UE se han multiplicado por más de dos. Pero para mantener esta parte del mercado, la industria turística de la Unión ha de mejorar considerablemente su competitividad y su sostenibilidad, teniendo en cuenta aspectos como la calidad del producto y el servicio, la responsabilidad social y medioambiental, los recursos naturales y la diversidad del patrimonio cultural y las identidades locales.

En respuesta a este reto, desde el inicio de mi mandato como Vicepresidente de la Comisión Europea y Comisario de Industria y Emprendimiento he dado prioridad a la competitividad del sector turístico y he propuesto un conjunto de actuaciones dirigidas a conseguir un turismo europeo más sostenible, competitivo y visible en los mercados internacionales. En la Comunicación «Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo», cuya adopción por la Comisión promoví firmemente en 2010, se hace hincapié en estas actividades.

Estas actuaciones se centran en la creación de una Etiqueta Europea del Turismo para Programas de Calidad, la instauración de una política de visados más flexible, el aumento de los flujos turísticos de la propia UE y procedentes de terceros países y el desarrollo de la Carta Europea del Turismo Sostenible y Responsable y el Observatorio Europeo del Turismo Virtual, así como diferentes acciones de mejora de la accesibilidad de los servicios turísticos y desarrollo de las capacidades en el sector.

Una de las iniciativas esenciales es el desarrollo de un **Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para una Gestión Sostenible a Nivel del Destino**, que la Comunicación insta a la Comisión a ejecutar. El Sistema Europeo de Indicadores tiene por objetivo contribuir a mejorar la gestión sostenible de los destinos proporcionando a las partes interesadas en el turismo una herramienta útil y de uso sencillo. Ayudará a las partes interesadas a medir y controlar sus procesos de gestión de la sostenibilidad y les permitirá compartir y cotejar sus progresos y resultados futuros y someterlos a una evaluación comparativa.

Para conseguir el equilibrio adecuado entre las necesidades de los turistas, las comunidades de acogida y el medio ambiente, reducir los conflictos y reconocer la dependencia mutua, es necesario adoptar un enfoque especial de la gestión de los destinos. Consideramos que una de las herramientas que más puede colaborar a ello es el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para la Gestión Sostenible de los Destinos, por lo que les invito cordialmente a hacer uso de él y a ayudarnos a difundirlo.

Para acabar, me gustaría reconocer el valioso apoyo de los expertos del Grupo para la Sostenibilidad del Turismo (GST) y darles las gracias, tanto a ellos como a todos los destinos donde se han probado los indicadores, por su contribución al desarrollo exitoso del Sistema. Sin su tiempo, su cooperación, sus conocimientos y sus perspicaces opiniones, este Sistema no habría sido posible.



**Antonio Tajani**

Vicepresidente de la Comisión Europea, responsable de Industria y Emprendimiento



# Índice

Preámbulo .....	3
¿Qué es el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos?.....	7
¿Por qué aplicar el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos? .....	8
Guía de uso del Sistema: la Herramienta .....	9
<b>Parte 1: Gestión de los destinos europeos.....</b>	<b>10</b>
¿Qué es un destino?.....	10
¿A quién va dirigida la Herramienta? .....	10
<b>Parte 2: Guía detallada para utilizar el Sistema de Indicadores .....</b>	<b>12</b>
Paso 1. Sensibilización .....	12
Paso 2. Creación de un Perfil de Destino .....	12
Paso 3. Formación de un Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI) .....	12
Paso 4. Establecimiento de funciones y responsabilidades .....	13
Paso 5. Recopilación y registro de datos.....	14
Paso 6. Análisis de los resultados.....	15
Paso 7. Puesta en marcha del desarrollo constante y la mejora continua .....	16
Organigrama: 7 pasos para aplicar el Sistema .....	17
<b>Parte 3: Indicadores básicos y opcionales.....</b>	<b>18</b>
Panorama general de los indicadores.....	18
Indicadores básicos .....	20
Indicadores opcionales .....	25
<b>Parte 4: Serie de datos del destino .....</b>	<b>31</b>
Uso de la Serie de datos .....	32
<b>Parte 5: Información de apoyo al sistema .....</b>	<b>34</b>
Glosario .....	34
Perfil del destino.....	39
Encuesta para la gestión del destino .....	41
Encuesta para las empresas.....	45
Encuesta para los residentes.....	49
Encuesta para los visitantes.....	51
Lista de posibles partes interesadas .....	53
Plantilla de carta de invitación.....	54





## ¿Qué es el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos?

El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos se ha ideado especialmente para los destinos turísticos. Está diseñado como un proceso dirigido y controlado por la población local para el seguimiento, la gestión y la mejora de la sostenibilidad de los destinos turísticos. Se ha desarrollado a raíz de las lecciones aprendidas de las iniciativas previas de sistemas de indicadores y se ha afinado a partir de la información recogida sobre el terreno, en diferentes destinos de Europa.

El Sistema consta de un conjunto de Indicadores, una Herramienta y una Serie de datos. Se ha preparado como un instrumento que cualquier destino puede aplicar sin necesidad de recibir formación específica. Puede ser una manera útil de llevar un seguimiento de los resultados del destino y mejorar las decisiones de gestión, además de influir en las políticas adecuadas.

El Sistema se articula en torno a 27 indicadores básicos y 40 opcionales. Estos se pueden utilizar con carácter voluntario, juntos o integrados en sistemas ya existentes de seguimiento de los destinos. Se trata de un sistema flexible: se puede ampliar o reducir para satisfacer las necesidades del destino, cumplir las expectativas de las partes interesadas locales y dar respuesta a las cuestiones de sostenibilidad específicas de cada destino.

El principio básico del Sistema de Indicadores es que la responsabilidad, la apropiación y la toma de decisiones relativas al destino se compartan. Reunir a un grupo que colabore en la recogida y comunicación de información es una buena manera de gestionar los destinos con efectividad.



## ¿Por qué aplicar el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos?

La Comisión Europea está comprometida desde hace tiempo con la promoción del desarrollo sostenible del turismo en Europa, y hasta ahora ha introducido diversas herramientas cuyo fin es facilitar la buena gestión medioambiental de las empresas, como la etiqueta ecológica de la UE y el sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS).

La competitividad del sector turístico está estrechamente relacionada con su sostenibilidad, pues la calidad de los destinos turísticos depende en gran medida de su entorno natural y cultural y de su integración en la comunidad local.

La sostenibilidad del turismo comprende diversos aspectos: el uso responsable de los recursos naturales, la consideración del impacto ambiental de las actividades (producción de residuos, presión sobre el agua, el suelo y la biodiversidad, etc.), el uso de energía «limpia», la protección del patrimonio, la preservación de la integridad natural y cultural de los destinos, la calidad y la sostenibilidad del empleo creado, las repercusiones en la economía local o la atención al cliente.

Para afrontar estos retos se han de tomar decisiones inteligentes, basadas en información útil. Tal información puede proceder de indicadores específicos obtenidos de la medición de un único aspecto de la empresa, como el número de visitantes o el gasto diario, y combinar información sobre cuestiones locales pertinentes. Por ejemplo, si el agua supone una limitación fundamental de un destino o región cuyo objetivo principal es generar empleo, es razonable desarrollar un indicador que compare el empleo generado y el agua consumida. Si el turismo es capaz de generar mucho empleo por litro de agua consumida, un gobierno racional fomentará la industria turística y no la agricultura u otra actividad incapaz de generar esos niveles de empleo con el recurso limitado. La supervisión permite controlar los cambios que se producen a lo largo del tiempo y aporta la información que los responsables políticos utilizarán posteriormente para tomar decisiones.

El sector turístico tiene mucho que aportar y el desarrollo de indicadores puede ayudar a que los destinos resulten más convincentes y conseguir un mayor apoyo del gobierno. En el proceso puede identificar los ámbitos que han de mejorar, crear criterios de evaluación de resultados y hacerse más sostenible. Midiendo sus resultados, la industria del turismo se puede asegurar un papel protagonista en la economía verde de un mundo limitado por los recursos.

### **Motivaciones para la supervisión de los destinos turísticos:**

- Mejora de la información de cara a la toma de decisiones
- Gestión efectiva del riesgo
- Priorización de los proyectos de acción
- Comparación con patrones de resultados
- Mayor implicación y apoyo de la comunidad a las partes interesadas en el turismo
- Mejora de las experiencias de los visitantes
- Mejora de los resultados / ahorros
- Mayor valor por visitante

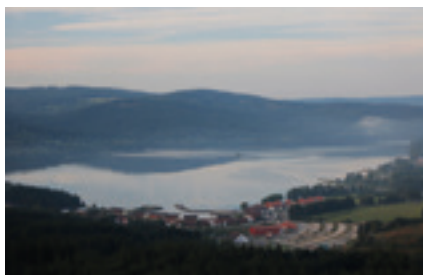
## Guía de uso del Sistema: la Herramienta

Esta Herramienta es una guía de aplicación y uso del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para los destinos turísticos. Es sencilla y fácil de aplicar, y su propósito es ayudar a los destinos en las tareas de gestión y supervisión para conseguir una mayor sostenibilidad.

La Herramienta consta de cuatro partes: la parte 1 introduce la idea de gestión del destino sostenible; la parte 2 es una guía detallada de la aplicación del Sistema; la parte 3 es una sinopsis de los indicadores básicos y optativos, y la parte 4 contiene unas instrucciones generales de uso de la Base de datos del destino que permiten capturar los datos recogidos por las partes interesadas.

Los indicadores de la Herramienta forman parte de un planteamiento integrado de la gestión del destino. Este enfoque hace hincapié en la importancia de la colaboración, la cooperación, la evaluación continua, la comunicación efectiva y la perspectiva holística.

Toda la información de apoyo al Sistema se incluye en la sección 5 de la Herramienta.



# Parte 1: Gestión de los destinos europeos

## ¿Qué es un destino?

A los fines de este Sistema de Indicadores, un destino se puede definir como:

- Una zona geográfica actual o potencialmente atractiva para visitantes y turistas,
- Un lugar o zona reconocido que se puede definir fácilmente como destino de visitantes y que dispone de una gama de instalaciones y productos con fines turísticos,
- Un lugar o zona que se promociona como destino,
- Un lugar o zona donde se puede medir la oferta y la demanda de servicios turísticos, es decir, la economía del visitante,
- Un lugar o zona donde en el proceso de gestión de los visitantes puede intervenir una serie de partes interesadas de los sectores público y privado junto con la comunidad de acogida.

Las grandes extensiones, como las zonas nacionales y regionales que no gestionan directamente los destinos e instalaciones turísticas y se comprometen con las partes interesadas, no son adecuadas para este Sistema.

Los destinos turísticos son el punto de referencia de la actividad turística. Según los datos de Eurostat, en 2011 los europeos hicieron algo más de mil millones de viajes. El gasto medio por viaje fue de 347 euros, y el gasto total ascendió a 312 millones de euros<sup>(1)</sup>. Este impacto económico se deja sentir en el empleo, el aumento de los ingresos fiscales, el buen crecimiento de las empresas, la conservación del medio ambiente y la protección del patrimonio cultural. Pero los turistas también generan residuos, consumen agua y energía y producen un impacto en las comunidades que visitan. Por lo tanto, para que los destinos turísticos europeos sean viables a largo plazo, es indispensable contar con una gestión de los destinos informada y colaborativa.

Hace ya demasiado tiempo que los responsables de las políticas locales basan su labor de supervisión del turismo en el destino en un conjunto limitado de estadísticas, como las cifras de llegada de visitantes, las encuestas de empleo y el grado de satisfacción de los visitantes. Estas estadísticas no lo dicen todo sobre los efectos del turismo. La recopilación de datos sobre una amplia gama de cuestiones relacionadas con el impacto del turismo en la economía, la comunidad y el medio ambiente locales ayudará a los destinos a formarse una idea precisa de lo que realmente está sucediendo.

Aunque existen definiciones, agendas, principios rectores y estrategias regionales ya consolidados, se dispone de pocas herramientas para ayudar a los coordinadores de los destinos locales a tomar decisiones fundadas para mejorar el turismo en su destino. Esta Herramienta aborda tal carencia.

## ¿A quién va dirigida la Herramienta?

El propósito de esta Herramienta es ayudar a las partes interesadas a medir y mejorar el desarrollo sostenible de sus destinos mediante el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos.

La Herramienta va dirigida especialmente a un «paladín» local motivado para poner en marcha la aplicación del Sistema en su destino. Puede ser un representante de alto nivel de la organización que gestiona el destino, la junta de comercialización del destino, el patronato de turismo, las autoridades turísticas locales o regionales, el ministerio de turismo, el sector privado o una asociación turística. Dado que el «paladín» puede proceder de distintos entornos, a los fines del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos el individuo que dirige la aplicación del Sistema de Indicadores en su destino se conoce como **Coordinador de Destino Local**.

<sup>(1)</sup> Eurostat (2012) *Tourism in Europe, Results for 2011 - nº 28/2012*.

Normalmente, la función de Coordinador de Destino Local engloba la planificación, la gestión, la supervisión, la promoción y la comercialización, e incluso puede comprender la formación y las normas de calidad. La función de los Coordinadores de Destinos Locales es crucial. Para asumir esta función, se ha de tener capacidad de captar partes interesadas e influir en ellas, tener acceso a los datos necesarios (o capacidad de acceder por medio de otras personas), encargarse de guardar los datos (algunos de los cuales pueden ser delicados) y poseer cierto nivel de autoridad.



## Parte 2: Guía detallada para utilizar el Sistema de Indicadores

En esta sección se presentan los siete pasos necesarios para establecer el Sistema de Indicadores en un destino turístico. **La guía explica el proceso de desarrollo de un grupo de trabajo de partes interesadas, recopilación de datos y actuación en consonancia con los resultados.** El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos está especialmente diseñado para destinos turísticos. Se ha concebido como un proceso dirigido y controlado por la población local para el seguimiento, la gestión y la mejora de la sostenibilidad de los destinos turísticos.

### Paso 1. Sensibilización

Una vez que un destino decide medir su sostenibilidad mediante el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, es importante comunicar la decisión al mayor número posible de personas, y en especial a las partes interesadas locales. Ello ayudará a aumentar la participación, concienciará del compromiso del destino con el desarrollo sostenible del turismo y mejorará el apoyo a las actividades y actuaciones que podrían revelarse necesarias a partir de los resultados del indicador.

Los Coordinadores de Destinos Locales deberán usar todos los medios de comunicación a su alcance y asegurarse de que su autoridad local/ayuntamiento hace lo propio. Los medios sociales pueden ser útiles y rentables para comunicarse de manera rápida y sencilla y presentan la ventaja añadida de que potencian el debate, lo cual puede resultar especialmente valioso a medida que avanza la aplicación.

#### Ideas para la comunicación:

- Incluir noticias sobre la participación del destino en el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos en el sitio web de la organización y las redes sociales pertinentes.
- Animar a los comentaristas locales, como la prensa, la radio y los foros de debate en línea, a difundir el mensaje en sus propios blogs, etc.
- Las organizaciones asociadas, y en especial las interesadas en la industria del turismo local, el medio ambiente y la comunidad local, también desearán divulgar las noticias entre sus seguidores.

### Paso 2. Creación de un Perfil de Destino

Definir los límites del destino y permitir que otras partes interesadas se formen una idea general de este son pasos esenciales de la recopilación de datos. Para ello se puede utilizar el *Formulario de Perfil de Destino*. El formulario de perfil es fácil de cumplimentar. Pide información básica sobre la geografía, los equipamientos turísticos, las combinaciones de transporte y el número de visitantes del destino. Los Coordinadores de Destinos Locales pueden adaptar libremente el formato del perfil a las necesidades del destino. En la sección 5 de la Herramienta se incluye una plantilla en blanco en la que se sugieren algunas categorías, así como un ejemplo de formulario cumplimentado.

### Paso 3. Formación de un Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI)

El paso siguiente consiste en crear un Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI) en el destino. **El GTPI es una reunión de organizaciones e individuos del destino que intervienen y tienen interés en la industria del turismo.** Para que los datos recopilados lleguen a ser significativos, resulta indispensable contar con representantes del **sector privado** y la **organización de gestión del destino**, autoridad turística que interviene activamente en el GTPI. Otros sectores que conviene incluir son los **grupos de la comunidad**, **los proveedores de servicios públicos** y **los departamentos de empleo, crecimiento económico, planificación, zonas protegidas**

**y medio ambiente de las autoridades locales.** Los Coordinadores de Destinos Locales deberán animar a representantes de esos y otros sectores a incorporarse destacando, tanto ante los individuos como ante las organizaciones que representan, los beneficios de la participación.

El grupo ideal será suficientemente grande como para incluir un conjunto variado de partes interesadas, pero no tanto como para que resulte difícil tomar decisiones. Los Coordinadores de Destinos Locales buscarán un grupo de personas que aúnen capacidad de obtención de datos pertinentes y de influencia política, motivación y compromiso con el proceso. *En la sección 5 de la Herramienta se incluye una plantilla de carta de invitación y una lista de posibles partes interesadas.*

Si los destinos poseen un comité o un grupo operativo que se reúna con un fin similar, convendría intentar integrar la labor del indicador en el ámbito de esa entidad (explicando las implicaciones que conlleva, llegando a un acuerdo y, si conviene, invitando a otros miembros).

### **Reunión del Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI)**

La manera más eficaz de implicar a todas las partes interesadas pertinentes es invitarlas a una reunión o a un taller del GTPI. En este evento se puede presentar al destino y a los individuos el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos y explicarles su importancia. La reunión se debería celebrar en un lugar céntrico del destino.

**La reunión del GTPI brinda a sus miembros una oportunidad de formarse una idea general del sistema y de las ventajas que este supondrá para el destino.** Puede resultar difícil que todas las partes interesadas adecuadas de cada disciplina pertinente asistan a la reunión inicial del GTPI. Sin embargo, si asisten algunas de las partes interesadas más importantes se podrá adoptar el Sistema. El tamaño del grupo y los datos recogidos irán aumentando con el tiempo.

En la reunión, el **Coordinador de Destino Local también deberá presentar al GTPI los indicadores específicos**, pedir a las partes interesadas su opinión sobre los indicadores más útiles y pertinentes para el destino y estudiar la disponibilidad de los datos existentes sobre cada uno de los diferentes indicadores considerados.

Al tratarse de una reunión participativa, **también se podrá invitar a los miembros del GTPI a compartir conocimientos y experiencias de determinados aspectos del destino.** Tan importante es hablar a las partes interesadas como escucharlas. Y también lo es orientar al grupo para que entienda el proceso y ayudarlo a ponerse de acuerdo sobre la manera de avanzar.

## **Paso 4. Establecimiento de funciones y responsabilidades**

Un resultado importante de la reunión es un acuerdo claro sobre las responsabilidades de los miembros del GTPI y el plazo de recogida de datos, es decir, sobre qué parte interesada recoge los datos de cada indicador, cómo y cuándo. Este proceso no solo ayudará a priorizar la recogida de datos para indicadores básicos, sino que además generará un sentido de apropiación del proceso y de compromiso.

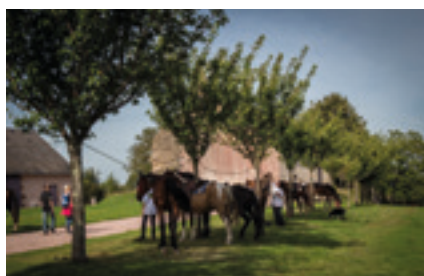
La tabla siguiente da una idea de los sectores clave que deberán estar representados en el GTPI a fin de recoger los datos necesarios para los indicadores básicos. (Nótese que solo se pretende orientar, pues la existencia de diferentes organizaciones y la responsabilidad de los diferentes ámbitos variarán de unos destinos a otros). *Se puede encontrar información detallada en línea, solo en inglés, en [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm).*



## Lista de posibles partes interesadas de cara a la recogida de datos de indicadores

PARTE INTERESADA	INDICADOR PERTINENTE
Representante(s) del sector privado, p. ej., Presidente del Gremio de Hostelería local	A.2.1, B.2.1, B.2.2, B.5.1, C.3.1, D.2.1
Organización de gestión del destino	A.1.1, A.2.1, A.3.1, A.4.1, B.1.1, B.1.2, B.2.1, B.2.2, B.3.1, C.1.1, C.2.1, C.4.1, D.1.1, D.1.2, D.8.1
Autoridad turística	A.1.1, A.2.1, A.3.1, A.4.1, B.1.1, B.1.2, B.2.1, B.2.2, B.3.1, C.1.1, C.2.1, C.4.1, D.1.1, D.1.2, D.8.1
Agencia de comercialización/comunicación del destino	A.4.1,
Personal de la autoridad local encargado de empleo/economía	B.1.2, B.2.1, B.3.1, C.2.1, D.2.1
Centros educativos	C.2.1
Organización de la comunidad local	C.1.1, D.8.1
Departamento de planificación de la autoridad local	D.1.1, D.1.2, D.2.1, D.7.1, D.8.1
Organización encargada de la conservación de la cultura/el patrimonio	C.4.1
Departamento de transporte de la autoridad local	D.1.1, D.1.2, D.2.1
Agente de cambio climático de la autoridad local	D.2.1
Departamento de gestión de residuos de la autoridad local	B.3.1, D.3.2
Servicio local de abastecimiento de agua y alcantarillado	D.4.1, D.5.1, D.9.1
Departamento de control del ruido de la autoridad local	D.8.1
Servicio local de suministro eléctrico	D.6.1
Organización encargada de la protección del entorno local/la fauna y la flora silvestres	D.2.1, D.7.1, D.8.1
Departamento de la autoridad local responsable de las zonas protegidas	C.4.1, D.7.1

En general, las responsabilidades quedarán determinadas por las funciones y los intereses de los miembros del GTPI. Por ejemplo, el representante del equipo de eliminación de residuos del ayuntamiento deberá estar capacitado para presentar datos sobre los índices de reciclaje; el representante del servicio local de suministro eléctrico, sobre el consumo de energía, etc. Cuando el GTPI pase de la fase inicial, de recopilación de datos, al análisis de los resultados y el establecimiento de prioridades de cara a la actuación, el Coordinador de Destino Local orientará a las partes interesadas hacia un acuerdo sobre la asignación de responsabilidades para fijar objetivos, tomar medidas y planificar cómo alcanzar esos objetivos, según convenga.



## Paso 5. Recopilación y registro de datos

La mayor parte de los datos de indicadores deberán estar fácilmente disponibles desde los diferentes sectores, funciones e intereses de cada miembro del GTPI o ser accesibles por medio de otras autoridades, por ejemplo a nivel nacional. **La recogida de datos deberá ser simplemente un proceso por el que las diferentes fuentes de datos se reúnan en un lugar para trazar una**



**imagen detallada de la industria del turismo del destino.** Faltarán datos de algunos indicadores y otros se habrán de ampliar. Esta información se puede obtener realizando encuestas, proponiendo cuestionarios y mediante actividades de otros tipos.

*En la sección 5 de la Herramienta se incluye una selección de muestras de formularios de encuesta.*

Estos formularios se pueden usar tal cual o adaptados a las necesidades del destino. Por ejemplo, se pueden utilizar las encuestas propuestas o bien se pueden modificar añadiéndoles preguntas de las plantillas. Si el destino carece de los recursos necesarios para llevar a cabo las encuestas, los coordinadores pueden recoger datos para los otros indicadores y discutir con el GTPI cómo abordar en el futuro las necesidades generadas por las encuestas relativas a los otros indicadores.

El Coordinador de Destino Local deberá estar habilitado para actuar como punto de contacto donde se compilarán los datos relativos a indicadores recogidos por el GTPI. Se facilita una herramienta sencilla, la Base de datos sobre el destino, que permite a los coordinadores cargar los datos sobre los diferentes indicadores que se reciben de las partes interesadas. *Véase en la parte 4 de la Herramienta una perspectiva global del uso de la Base de datos y en*

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm) *la Base de datos real.* Este documento permite capturar los resultados de la recopilación de datos y compartirlos fácilmente con el GTPI.

## Paso 6. Análisis de los resultados

Una vez recogidos y presentados por las partes interesadas los datos del indicador, y tras compilarlos en la Base de datos del destino, el Coordinador de Destino Local puede convocar una nueva reunión del GTPI. El grupo podrá entonces revisar y analizar los resultados, decidir patrones de comparación u objetivos realistas y acordar un plan para conseguirlos. Por ejemplo, si los resultados muestran que el destino tiene:

- Un bajo nivel de protección de la biodiversidad,
- Un bajo nivel de empleo femenino en el sector turístico, y
- Un bajo porcentaje de alojamientos turísticos comprometidos en actividades de ahorro de agua,

**los Coordinadores de Destinos Locales pueden ponerse de acuerdo con el GTPI sobre cuál de estas cuestiones es prioritaria para el destino y sobre la actuación necesaria.** *En las diferentes fichas de indicadores se presentan sugerencias, que se pueden consultar en:*

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm) (documentos disponibles en inglés). Una vez establecidas las prioridades, las que requieran una atención más urgente se podrán integrar en un plan (en el que establecerá qué indicadores y cuestiones requieren atención, en qué orden, cuándo, cómo y quién se encarga de los diferentes asuntos).

Por ejemplo, el GTPI puede considerar que la mayor prioridad del destino es ahorrar y almacenar agua. En este caso, los miembros del GTPI tendrán que colaborar para elaborar un plan de actuación de conservación del agua. El plan podría estar respaldado por el servicio de abastecimiento de agua del destino, el equivalente local del gremio de hostelería o el coordinador local. El GTPI también podrá estar habilitado para realizar mejoras en más de un indicador simultáneamente; por ejemplo, al comunicarse con las empresas de hostelería en relación con el ahorro de agua también podría comprometerlas en el ahorro de energía o en la mejora de la biodiversidad.



### Paso 7. Puesta en marcha del desarrollo constante y la mejora continua

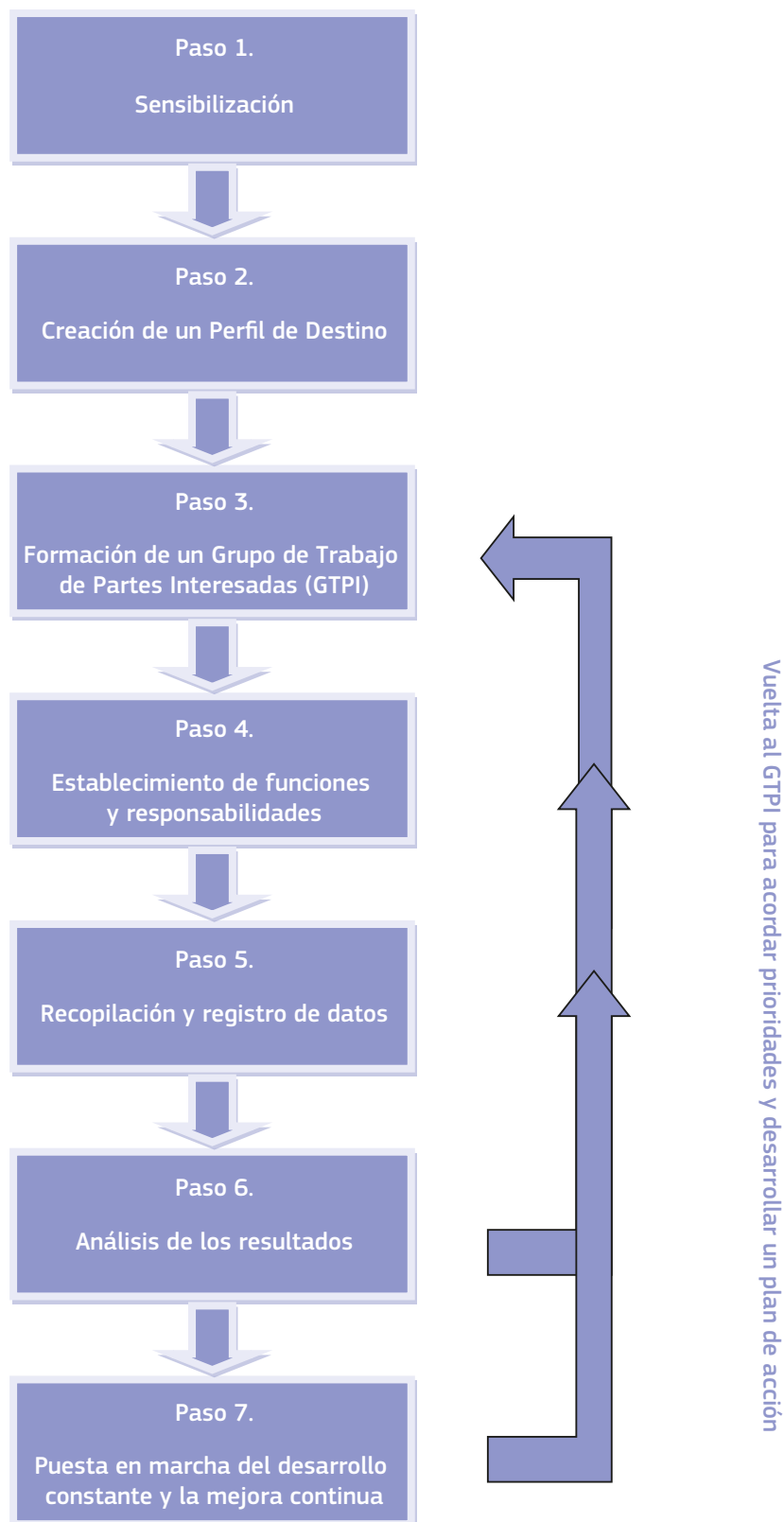
Una vez establecido el plan de actuación del GTPI para abordar las prioridades inmediatas, se puede desarrollar una estrategia de mejora a largo plazo. El GTPI deberá centrarse en establecer un plan trienal en el que señalará qué espera el grupo conseguir y cuándo y detallará los ámbitos de responsabilidad. Cada miembro del GTPI deberá ser capaz de realizar algunas pequeñas mejoras en su ámbito particular de trabajo, lo que, con el tiempo, sumará importantes cambios y mejoras.

**Es importante que los indicadores y los datos recogidos se revisen periódicamente y que los nuevos indicadores de la Herramienta se incorporen sin sobrecargar al GTPI.** Ampliar la gama de indicadores ayudará a esbozar una imagen más completa del destino. Otra cuestión que conviene tener en cuenta es si se podría obtener información para apoyar el mantenimiento del Sistema a largo plazo y cubrir los costes de las mejoras, la recogida de datos y otras tareas emprendidas por el GTPI. También es útil debatir y ponerse de acuerdo sobre la comunicación de los resultados y las posibles historias de éxito al conjunto de las partes interesadas, la comunidad local y otras organizaciones y personas externas al destino.

**A medida que el uso que el destino haga del Sistema madure y que los datos de indicadores recogidos sean más amplios, convendrá empezar a comparar la evolución del destino con los patrones internacionales.** En las fichas de indicadores detalladas se presentan ejemplos de patrones internacionales de comparación, en [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm) (documentos disponibles en inglés). De esta manera, los logros se situarán en un contexto más amplio y las partes interesadas en el destino se sentirán más motivadas para seguir actuando y mejorar los resultados. También se fomentará la puesta en común de conocimientos entre destinos. La intención no es crear competencia entre destinos, sino reconocer que los resultados generados por el proceso resultan básicos para los planes de toma de decisiones relativas al destino.

**Con el tiempo, los datos recogidos ayudarán a confeccionar un informe del destino que se podrá integrar en los planes de comercialización y comunicación, además de ayudar a dar forma a las estrategias y políticas que se aplicarán a largo plazo.** El GTPI puede entonces considerar los diferentes tipos de turistas a los que se podrá animar a visitar el destino y las diferentes maneras de presentar el destino a los visitantes potenciales para maximizar el beneficio económico que podría derivarse de una mejor gestión y un destino más sostenible.



**Organigrama: 7 pasos para aplicar el Sistema**

## Parte 3: Indicadores básicos y opcionales

### Panorama general de los indicadores

La parte 3 de la Herramienta identifica y describe los operadores básicos y opcionales. Echemos un vistazo a todos los indicadores:

Sección A: Gestión del destino		
Criterios	Nº de referencia del indicador	Los indicadores básicos se muestran en VERDE y los indicadores opcionales se muestran en AZUL.
A.1 Política pública de turismo sostenible	A.1.1	Porcentaje del destino con una estrategia/plan de acción de turismo sostenible en cuyo marco se haya elaborado un dispositivo de seguimiento, control del desarrollo y evaluación
	A.1.1.1	Porcentaje de residentes satisfechos de su participación y su influencia en la planificación y el desarrollo del turismo
	A.1.1.2	Porcentaje del destino representado por una organización de gestión del destino
A.2 Gestión sostenible del turismo en las empresas turísticas	A.2.1	Porcentaje de empresas/establecimientos del destino que utilizan un certificado/etiquetado voluntario verificado para las medidas medioambientales/de calidad/de sostenibilidad o RSE
	A.2.1.1	Número de empresas/establecimientos turísticos con informes de sostenibilidad acordes con la Global Reporting Initiative (GRI)
A.3 Satisfacción del cliente	A.3.1	Porcentaje de visitantes satisfechos con su experiencia general en el destino
	A.3.1.1	Porcentaje de visitantes que repiten/vuelven (en 5 años)
A.4 Información y comunicación	A.4.1	Porcentaje de visitantes que declaran ser conscientes de los esfuerzos de sostenibilidad del destino
	A.4.1.1	Porcentaje de empresas que comunican sus esfuerzos de sostenibilidad a los visitantes en sus productos, su marketing y su marca

Sección B: Valor económico		
Criterios	Nº de referencia del indicador	Los indicadores básicos se muestran en VERDE y los indicadores opcionales se muestran en AZUL.
B.1 Flujo turístico en el destino (volumen y valor)	B.1.1	Número de turistas que pernoctan al mes
	B.1.1.1	Contribución relativa del turismo a la economía del destino (% PIB)
	B.1.1.2	Número de excursionistas en temporada alta y en temporada baja
	B.1.1.3	Gasto diario por excursionista
	B.1.2	Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebidas, otros servicios)
B.2 Resultados de la(s) empresa(s) turística(s)	B.2.1	Duración media de la estancia de un turista (noches)
	B.2.1.1	Duración media de la estancia de un excursionista (horas)
	B.2.1.2	Porcentaje de las diez mayores empresas activas en gestión del destino/comercialización cooperativa
	B.2.2	Tasa mensual de ocupación en alojamiento comercial y media anual
B.3 Cantidad y calidad del empleo	B.2.2.1	Precio medio por habitación en el destino
	B.3.1	Empleo turístico directo como porcentaje del empleo total
	B.3.1.1	Porcentaje de empleo de temporada en el sector turístico
B.4 Seguridad y salud	B.3.1.2	Porcentaje de empresas turísticas que ofrecen prácticas para estudiantes
	B.4.1	Porcentaje de empresas turísticas sometidas a inspección de incendios en el último año
	B.4.1.1	Porcentaje de turistas que presentan una denuncia a la policía

**Sección B: Valor económico**

<b>Criterios</b>	<b>Nº de referencia del indicador</b>	<b>Los indicadores básicos se muestran en VERDE y los indicadores opcionales se muestran en AZUL.</b>
B.5 Cadena de suministros del sector turístico	<b>B.5.1</b>	Porcentaje de empresas turísticas que participan activamente en iniciativas para surtir de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo
	<b>B.5.1.1</b>	Porcentaje del destino cubierto por una política de promoción de los productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo
	<b>B.5.1.2</b>	Porcentaje de empresas turísticas que se abastecen como mínimo en un 25 % de alimentos y bebidas de productores locales/regionales

**Sección C: Impacto social y cultural**

<b>Criterios</b>	<b>Nº de referencia del indicador</b>	<b>Los indicadores básicos se muestran en VERDE y los indicadores opcionales se muestran en AZUL.</b>
C.1 Impacto comunitario/social	<b>C.1.1</b>	Número de turistas/visitantes por cada 100 residentes
	<b>C.1.1.1</b>	Porcentaje de residentes satisfechos con el turismo en el destino (por mes/temporada)
	<b>C.1.1.2</b>	Número de camas disponibles en alojamiento comercial para visitantes por cada 100 residentes
	<b>C.1.1.3</b>	Número de segundas viviendas/viviendas de alquiler por cada 100 viviendas
C.2 Igualdad de género	<b>C.2.1</b>	Porcentaje de empleo masculino y de empleo femenino en el sector turístico
	<b>C.2.1.1</b>	Porcentaje de empresas turísticas de cuya dirección general se encarga una mujer
C.3 Igualdad/Accesibilidad	<b>C.2.1.2</b>	Comparación entre el salario medio femenino y el masculino en el sector turístico
	<b>C.3.1</b>	Porcentaje de alojamiento comercial con habitaciones accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos
	<b>C.3.1.1</b>	Porcentaje del destino que cuenta con servicios de transporte público accesibles a las personas con discapacidad y a las personas con necesidades de acceso específicas
	<b>C.3.2</b>	Porcentaje de atracciones para visitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos
C.4 Protección y valorización del patrimonio cultural y la identidad y los activos locales	<b>C.3.2.1</b>	Porcentaje de visitantes satisfechos con la accesibilidad del destino para las personas con discapacidad o con necesidades de acceso específicas
	<b>C.4.1</b>	Porcentaje del destino cubierto por una política o plan de protección del patrimonio cultural
	<b>C.4.1.1</b>	Porcentaje de residentes con opiniones positivas y negativas del impacto del turismo en la identidad del destino
	<b>C.4.1.2</b>	Porcentaje de los principales actos del destino que están centrados en la cultura y los activos tradicionales o locales

**Sección D: Impacto medioambiental**

<b>Criterios</b>	<b>Nº de referencia del indicador</b>	<b>Los indicadores básicos se muestran en VERDE y los indicadores opcionales se muestran en AZUL.</b>
D.1 Reducción del impacto del transporte	<b>D.1.1</b>	Porcentaje de turistas y excursionistas que utilizan los diferentes medios de transporte para llegar al destino (público o privado y tipo)
	<b>D.1.1.1</b>	Porcentaje de visitantes que utilizan servicios de transporte local/de movilidad blanda/público para desplazarse por el destino
	<b>D.1.2</b>	Distancia media (en km) que recorren los turistas hasta y desde su domicilio y distancia media (en km) recorrida desde el destino previo al actual
	<b>D.1.2.1</b>	Distancia media (en km) recorrida por los excursionistas desde y al destino

Sección D: Impacto medioambiental		
Criterios	Nº de referencia del indicador	Los indicadores básicos se muestran en VERDE y los indicadores opcionales se muestran en AZUL.
D.2 Cambio climático	<b>D.2.1</b>	Porcentaje de empresas turísticas que participan en planes de mitigación del cambio climático mediante, por ejemplo, sistemas de compensación del CO <sub>2</sub> , de bajo consumo de energía, etc., y respuestas y actuaciones de «adaptación»
	<b>D.2.1.1</b>	Porcentaje del destino incluido en estrategias o planes de adaptación al cambio climático
	<b>D.2.1.2</b>	Porcentaje de alojamiento turístico e infraestructura de atracciones situados en «zonas vulnerables»
D.3 Gestión de los residuos sólidos	<b>D.3.1</b>	Volumen de los residuos producidos por el destino (toneladas por residente al año o al mes)
	<b>D.3.1.1</b>	Porcentaje de empresas turísticas que separan diferentes tipos de residuos
	<b>D.3.2</b>	Volumen de residuos reciclados (porcentaje o por residente y año)
D.4 Tratamiento de las aguas residuales	<b>D.4.1</b>	Porcentaje de aguas residuales del destino tratadas como mínimo a nivel secundario antes de la descarga
	<b>D.4.1.1</b>	Porcentaje de alojamiento comercial conectado a un sistema central de alcantarillado o que emplea un tratamiento terciario de aguas residuales
D.5 Gestión del agua	<b>D.5.1</b>	Comparación del consumo de agua dulce por turista y noche con el de la población general por persona y noche
	<b>D.5.1.1</b>	Porcentaje de empresas turísticas con cabezales de ducha y grifos de flujo reducido o dobles cisternas/urinarios secos
	<b>D.5.1.2</b>	Porcentaje de empresas turísticas que utilizan aguas recicladas
	<b>D.5.1.3</b>	Porcentaje de agua utilizada procedente de agua reciclada en el destino
D.6 Consumo de energía	<b>D.6.1</b>	Comparación del consumo de energía por turista y noche con el de la población general por persona y noche
	<b>D.6.1.1</b>	Porcentaje de empresas turísticas que han adoptado la iluminación de bajo consumo
	<b>D.6.1.2</b>	Consumo anual de energía procedente de fuentes renovables (en Mwh) como porcentaje del consumo total de energía
D.7 Protección del paisaje y la biodiversidad	<b>D.7.1</b>	Porcentaje del destino designado para protección (superficie en km <sup>2</sup> )
	<b>D.7.1.1</b>	Porcentaje de las empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, la conservación y la gestión de la biodiversidad y los paisajes locales
	<b>D.7.1.2</b>	Porcentaje del destino cubierto por un plan de gestión y control de la biodiversidad
D.8 Gestión de la luz y el ruido	<b>D.8.1</b>	Aplicación en el destino de políticas que obligan a las empresas turísticas a minimizar la contaminación lumínica y acústica
	<b>D.8.1.1</b>	Porcentaje del destino y porcentaje de la población cubiertos por estrategias o planes locales de reducción de la contaminación acústica y lumínica
D.9 Calidad de las aguas de baño	<b>D.9.1</b>	Nivel de contaminación por 100 ml (coliformes fecales, Campylobacter)
	<b>D.9.1.1</b>	Número de días de cierre de las playas por contaminación



### Indicadores básicos

Los indicadores básicos constituyen el punto de partida para medir el nivel de sostenibilidad del turismo en el destino. Al principio puede ser difícil encontrar los datos necesarios para los



indicadores básicos. En este sentido, se recomienda empezar por los indicadores cuyos datos sea posible obtener, para después, como grupo, determinar cómo se pueden reunir datos para otros indicadores básicos en el futuro. Hay 27 indicadores básicos, divididos en cuatro secciones.

## Sección A: Indicadores básicos sobre la gestión del destino

Los indicadores de gestión del destino se centran en importantes cuestiones relacionadas con la toma de decisiones y la comunicación que contribuyen a la gestión del turismo sostenible en el destino.

### A.1 Política pública de turismo sostenible

#### Indicador A.1.1

**Porcentaje del destino con una estrategia/plan de acción de turismo sostenible en cuyo marco se haya consensuado un dispositivo de seguimiento, control del desarrollo y evaluación**

Contar con un plan y una política de desarrollo turístico del destino es un primer paso fundamental hacia la sostenibilidad. Lo ideal es que el plan sea plurianual, que incluya cuestiones medioambientales, sociales, de calidad y de salud y seguridad, que tenga objetivos claros y limitados en el tiempo y que se desarrolle con la participación de todas las partes interesadas pertinentes. Quizás sea necesario adaptar el plan existente o reorientarlo hacia la sostenibilidad. Además, se pondrá a disposición del público y se comunicará externamente.

### A.2 Gestión sostenible del turismo en las empresas turísticas

#### Indicador A.2.1

**Porcentaje de empresas/establecimientos del destino que utilizan un certificado/etiquetado voluntario verificado para las medidas medioambientales/de calidad/de sostenibilidad o RSE**

Las organizaciones de gestión de destinos pueden crear sus propios destinos sostenibles. Este indicador examina la planificación y la gestión de la sostenibilidad a nivel empresarial, a fin de evaluar en qué medida incorporan las empresas los principios de sostenibilidad en su funcionamiento y si participan en programas de certificación ecológica reconocidos (o cualificados) y en procedimientos de presentación de informes de sostenibilidad.

### A.3 Satisfacción del cliente

#### Indicador A.3.1

**Porcentaje de visitantes satisfechos con su experiencia general en el destino**

Junto con las organizaciones de gestión de destinos y las empresas, los clientes son el tercer componente esencial de la gestión de un destino sostenible. Los clientes satisfechos vuelven al destino, multiplican su valor económico y generan empleo.

### A.4 Información y comunicación

#### Indicador A.4.1

**Porcentaje de visitantes que declaran ser conscientes de los esfuerzos de sostenibilidad del destino**

Las organizaciones de gestión de destinos tienen la oportunidad de sensibilizar a los turistas en cuestiones de sostenibilidad y dar ventaja competitiva a las empresas sostenibles mediante materiales de promoción. Es importante que la información sobre sostenibilidad se comunique sistemáticamente mediante materiales promocionales de la organización de gestión del destino y otras organizaciones. Este indicador tiene por objetivo fomentar la comunicación y la puesta en común de información sobre las cuestiones de sostenibilidad y los logros alcanzados en este ámbito.

## Sección B: Indicadores básicos de valor económico

Los indicadores de valor económico ayudan a detectar la contribución del turismo a la sostenibilidad económica del destino.

### B.1 Flujo turístico en el destino (volumen y valor)

<b>Indicador B.1.1</b>	<b>Número de turistas que pernoctan al mes</b>
<b>Indicador B.1.2</b>	<b>Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebidas, otros servicios)</b>

Nota: los destinos con pocos visitantes que pernoctan, como los parques, pueden utilizar el número de turistas por día al mes.

El volumen y el valor del turismo son esenciales para la sostenibilidad económica de un destino. Al asegurarse de que en el seguimiento de la sostenibilidad se incluye un seguimiento básico de los turistas, se ayuda a fijar otros aspectos del seguimiento. Cuanto más elevado sea el gasto por día, más eficiente será el destino en la generación de valor turístico.

### B.2 Resultados de la(s) empresa(s) turística(s)

<b>Indicador B.2.1</b>	<b>Duración media de la estancia de un turista (noches)</b>
<b>Indicador B.2.2</b>	<b>Tasa mensual de ocupación en alojamiento comercial y media anual</b>

La sostenibilidad del destino influye en los resultados de las diferentes empresas. La duración media de la estancia de los turistas, en número de noches, es uno de los indicadores más importantes de las empresas de alojamiento. Las estancias largas dan lugar a tasas de ocupación más elevadas, otro de los indicadores básicos del alojamiento. Cuanto más tiempo se queden los turistas, mayores serán el margen de beneficio de la comercialización y venta y el impacto en las empresas de hostelería.

### B.3 Cantidad y calidad del empleo

<b>Indicador B.3.1</b>	<b>Empleo turístico directo como porcentaje del empleo total</b>
------------------------	--

Además de los beneficios económicos directos que aporta el gasto realizado por los visitantes, para la mayoría de los gobiernos la creación de empleo es una de las características más atractivas del turismo. Sin embargo, no todos los empleos creados son iguales: el trabajo digno, el trabajo que dura todo el año y el trabajo que ofrece formación e igualdad de género suelen contribuir más a las mejoras de la calidad de vida de los residentes que el empleo no cualificado de temporada con salario mínimo. Estos indicadores no solo miden el número de puestos de trabajo creados, sino también la calidad del empleo.

### B.4 Seguridad y salud

<b>Indicador B.4.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas sometidas a inspección de incendios en el último año</b>
------------------------	---

Saber qué propiedades han sido inspeccionadas mejora la coordinación entre departamentos y ayuda a garantizar que la empresa no evite sistemáticamente la inspección, lo que supondría un riesgo para la seguridad del visitante.

### B.5 Cadena de suministros del sector turístico

<b>Indicador B.5.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que participan activamente en iniciativas para surtir de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo</b>
------------------------	--

Vincular las empresas turísticas a los productores y proveedores locales de productos y servicios relacionados con el turismo ayuda a multiplicar el impacto económico del turismo en el destino.



Los sectores agrícola y pesquero están especialmente bien situados para beneficiarse del turismo. Estos indicadores fomentan las conexiones locales de comercio justo.

### Sección C: Indicadores básicos de impacto social y cultural

Los indicadores de impacto social y cultural se centran en los efectos que tiene el turismo en los residentes y en el patrimonio cultural del destino.

#### C.1 Impacto comunitario/social

<b>Indicador C.1.1</b>	<b>Número de turistas/visitantes por cada 100 residentes</b>
------------------------	--

La satisfacción de los residentes es un indicador básico del impacto social del turismo en una comunidad. Saber qué cambios se han producido en los niveles de satisfacción y comparar estos niveles con los del flujo de turistas puede ayudar a identificar los problemas de modo preventivo, lo que permitirá abordarlos e influir directamente en las decisiones de planificación.

#### C.2 Igualdad de género

<b>Indicador C.2.1</b>	<b>Porcentaje de empleo masculino y de empleo femenino en el sector turístico</b>
------------------------	---

El sector turístico tiene fama de brindar oportunidades de empleo tanto a hombres como a mujeres. Es importante que las estadísticas de empleo en el sector turístico se analicen por género, para dar a conocer la situación al público. También conviene revisar los niveles de empleo por género para asegurarse de que el ascenso profesional beneficia tanto a los hombres como a las mujeres.

#### C.3 Igualdad/Accesibilidad

<b>Indicador C.3.1</b>	<b>Porcentaje de alojamiento comercial con habitaciones accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos</b>
------------------------	---

<b>Indicador C.3.2</b>	<b>Porcentaje de atracciones para visitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos</b>
------------------------	--

El turismo sostenible es aquel que está abierto a todos y derriba las barreras al acceso. Este criterio aborda la cuestión de la igualdad de acceso para las personas con discapacidad. Llevar un seguimiento de los alojamientos y atracciones que se preocupan por las personas con discapacidad ayuda a concienciar sobre la necesidad de estas instalaciones. Al sondear a los clientes para conocer su nivel de satisfacción respecto del acceso se consigue información complementaria detallada.

#### C.4 Protección y valorización del patrimonio cultural y la identidad y los activos locales

<b>Indicador C.4.1</b>	<b>Porcentaje del destino cubierto por una política o plan de protección del patrimonio cultural</b>
------------------------	--

La identidad cultural está amenazada en todo el mundo. Cuando se destruyen edificios con valor patrimonial o se sustituyen por estructuras modernas, el carácter del destino cambia. Contar con una política de identificación, protección y valorización del patrimonio cultural construido (tangible) y otras manifestaciones culturales, como la música (intangibles) es vital para el apego al lugar y fomenta el orgullo de los residentes. Es importante celebrar festivales y encuestar a los residentes sobre su opinión acerca del impacto del turismo en la identidad del destino.

### Sección D: Indicadores básicos de impacto medioambiental

Los indicadores de impacto medioambiental se centran en los elementos que resultan críticos para la sostenibilidad del entorno natural del destino.

### D.1 Reducción del impacto del transporte

<b>Indicador D.1.1</b>	<b>Porcentaje de turistas y excursionistas que utilizan los diferentes medios de transporte para llegar al destino (público o privado y tipo)</b>
<b>Indicador D.1.2</b>	<b>Distancia media (en km) que recorren los turistas hasta y desde su domicilio y distancia media (en km) recorrida desde el destino previo al actual</b>

El transporte hacia el destino y por el destino contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero y a la contaminación atmosférica local causada por el turismo. Estar al corriente de la distancia recorrida por el visitante y la modalidad de transporte que utiliza ayuda a concienciar sobre esta cuestión y propicia las mejoras en el uso del transporte compatible con el medio ambiente en el turismo.

### D.2 Cambio climático

<b>Indicador D.2.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que participan en planes de mitigación del cambio climático mediante, por ejemplo, sistemas de compensación del CO<sub>2</sub>, de bajo consumo de energía, etc., y respuestas y actuaciones de «adaptación»</b>
------------------------	---

Se han de plantear estrategias de mitigación del cambio climático (reducción de sus impactos) y de adaptación al cambio climático (respuesta a algunos de sus impactos inevitables) en todos los sectores de la economía, pero especialmente en el turístico, que aglutina muchas empresas situadas en zonas vulnerables a las inundaciones, la sequía y otros impactos. Este criterio destaca la importancia de integrar la concienciación sobre el cambio climático en la planificación y la gestión del turismo sostenible.

### D.3 Gestión de los residuos sólidos

<b>Indicador D.3.1</b>	<b>Volumen de los residuos producidos por el destino (toneladas por residente al año o al mes)</b>
<b>Indicador D.3.2</b>	<b>Volumen de residuos reciclados (porcentaje o por residente y año)</b>

Las actividades turísticas contribuyen considerablemente a la producción de residuos sólidos en un destino. La reducción de los residuos sólidos se puede y se debe abordar a nivel del destino y a nivel empresarial. Las iniciativas de reducción incluyen programas de incentivos económicos, reciclado, compostaje y reutilización.

### D.4 Tratamiento de las aguas residuales

<b>Indicador D.4.1</b>	<b>Porcentaje de aguas residuales del destino tratadas como mínimo a nivel secundario antes de la descarga</b>
------------------------	--

El turismo contribuye en gran medida a la presión que soportan las plantas de tratamiento de aguas residuales. Esto supone una preocupación especial en los destinos donde abundan playas, lagos y ríos. Si no se tratan adecuadamente, los efluentes pueden causar problemas medioambientales y sanitarios graves y crear una imagen negativa del destino.

### D.5 Gestión del agua

<b>Indicador D.5.1</b>	<b>Comparación del consumo de agua dulce por turista y noche con el de la población general por persona y noche</b>
------------------------	---

El sector turístico es un importante consumidor de agua. El agua también es un recurso crítico para el turismo. En los destinos donde escasea y el aumento de su consumo puede perjudicar a los residentes habituales, el problema se acentúa.

## D.6 Consumo de energía

### Indicador D.6.1

**Comparación del consumo de energía por turista y noche con el de la población general por persona y noche**

El sector turístico es un importante consumidor de energía. Al comparar el consumo de los turistas con el de los residentes quedan patentes las ineficiencias existentes en este ámbito. Esta comparación resulta útil con fines de planificación. Cuando la producción de energía para el destino se basa en combustibles fósiles, se plantea un problema de cambio climático y sostenibilidad energética. Conocer el consumo de energía, las medidas de conservación y la huella energética ayuda a orientar los programas de conservación de la energía.

## D.7 Protección del paisaje y la biodiversidad

### Indicador D.7.1

**Porcentaje del destino designado para protección (superficie en km2)**

Las zonas protegidas son un activo clave del producto turístico de un destino. Una biodiversidad amplia ayuda a garantizar la sostenibilidad de las zonas naturales, enriquece la imagen del destino y resulta atractiva para los turistas. Esta medida pone de relieve la importancia de invertir en la protección del paisaje y la biodiversidad y el papel que desempeña el sector turístico en el apoyo a este proceso.

## D.8 Gestión de la luz y el ruido

### Indicador D.8.1

**Aplicación en el destino de políticas que obligan a las empresas turísticas a minimizar la contaminación lumínica y acústica**

La contaminación lumínica y la contaminación acústica pueden ser una importante fuente de molestias para las comunidades residentes y de estrés para la flora y la fauna silvestres de algunos destinos. Estas cuestiones pueden ser especialmente preocupantes en las zonas donde existe una economía nocturna activa, así como en los emplazamientos rurales aislados, las zonas de observación de estrellas, los lugares de anidación de tortugas y los retiros de montaña, por ejemplo. Tanto en los planes de desarrollo actuales como en las propuestas de desarrollo futuro se han de tomar en consideración las políticas de iluminación de playas y costas y la imposición de niveles de ruido y horarios de reducción del ruido.

## D.9 Calidad de las aguas de baño

### Indicador D.9.1

**Nivel de contaminación por 100 ml (coliformes fecales, Campylobacter)**

Nota: solo básicos en los destinos con aguas de baño

Las aguas de baño son una atracción de primer orden de numerosos destinos turísticos europeos. Es de capital importancia garantizar la calidad y la seguridad de las aguas lacustres, fluviales y marinas. Cualquier riesgo puede repercutir considerablemente en el atractivo de un destino. También constituyen una indicación de tratamiento no efectivo de las aguas residuales.

## Indicadores opcionales

Los indicadores opcionales son pertinentes cuando se trata de destinos que cuentan con sistemas de sostenibilidad avanzados. Hay 40 indicadores opcionales, divididos en las mismas cuatro secciones que los indicadores básicos.

### Sección A: Indicadores opcionales de gestión del destino

Los indicadores de gestión del destino se centran en importantes cuestiones relacionadas con la toma de decisiones y la comunicación que contribuyen a la gestión del turismo sostenible en el destino.

### A.1 Política pública de turismo sostenible

<b>Indicador A.1.1.1</b>	<b>Porcentaje de residentes satisfechos de su participación y su influencia en la planificación y el desarrollo del turismo</b>
<b>Indicador A.1.1.2</b>	<b>Porcentaje del destino representado por una organización de gestión del destino</b>

Tanto la consulta como la garantía de representación de las comunidades son vitales para el turismo sostenible. Con estos criterios se intenta averiguar si los residentes interesados están comprometidos con la planificación del turismo y, si es así, si están satisfechos con su participación y su influencia. También miden hasta qué punto están incluidos y representados estos residentes.

### A.2 Gestión sostenible del turismo en las empresas turísticas

<b>Indicador A.2.1.1</b>	<b>Número de empresas/establecimientos turísticos con informes de sostenibilidad acordes con la Global Reporting Initiative (GRI)</b>
--------------------------	---

Con este indicador se intenta determinar el número de empresas que han presentado un informe de sostenibilidad globalmente aceptado.

### A.3 Satisfacción del cliente

<b>Indicador A.3.1.1</b>	<b>Porcentaje de visitantes que repiten/vuelven (en 5 años)</b>
--------------------------	---

Los visitantes que vuelven y son leales, los visitantes que repiten, suelen ser más ventajosos para el destino desde el punto de vista económico. Es importante llevar un seguimiento del número de visitantes que repiten.

### A.4 Información y comunicación

<b>Indicador A.4.1.1</b>	<b>Porcentaje de empresas que comunican sus esfuerzos de sostenibilidad a los visitantes en sus productos, su marketing y su marca</b>
--------------------------	--

Una de las funciones de un destino sostenible es educar a los visitantes en las cuestiones e iniciativas de sostenibilidad del destino. Este indicador mide el contenido en sostenibilidad de la información que se facilita al visitante.

## Sección B: Indicadores opcionales de valor económico

Los indicadores de valor económico ayudan a detectar la contribución del turismo a la sostenibilidad económica del destino.

### B.1 Flujo turístico en el destino (volumen y valor)

<b>Indicador B.1.1.1</b>	<b>Contribución relativa del turismo a la economía del destino (% PIB)</b>
<b>Indicador B.1.1.2</b>	<b>Número de excursionistas en temporada alta y en temporada baja</b>
<b>Indicador B.1.1.3</b>	<b>Gasto diario por excursionista</b>

Esta medida muestra hasta qué punto es importante el turismo para un destino. Un porcentaje elevado puede sugerir vulnerabilidad económica por dependencia excesiva del turismo. Es importante comparar a los visitantes que pernoctan y a los que no para entender mejor los patrones de gasto y el impacto económico de los visitantes que no pernoctan. El gasto por viaje de los visitantes que pernoctan es superior, pero los que no pernoctan suelen ser más importantes para los minoristas.

## B.2 Resultados de la(s) empresa(s) turística(s)

<b>Indicador B.2.1.1</b>	<b>Duración media de la estancia de un excursionista (horas)</b>
<b>Indicador B.2.1.2</b>	<b>Porcentaje de las diez mayores empresas activas en gestión del destino/ comercialización cooperativa</b>
<b>Indicador B.2.2.1</b>	<b>Precio medio por habitación en el destino</b>

Cuanto más tiempo permanecen los visitantes en un destino, más gastan. Aumentar el número de horas pasadas en un lugar y llevar un seguimiento de ese aumento es un indicador de resultados útil.

El trabajo en colaboración es una indicación del nivel de confianza entre los miembros de la comunidad turística y garantiza que se tengan en cuenta diversas perspectivas en el desarrollo del turismo sostenible. El indicador mide hasta qué punto son colaboradoras las empresas turísticas.

El ingreso por habitación disponible (RevPAR) es importante, pues incorpora tanto la tarifa por habitación como la ocupación. A nivel de un destino, muestra en qué medida se ocupan las habitaciones y cuánto se puede cobrar por ellas.

## B.3 Cantidad y calidad del empleo

<b>Indicador B.3.1.1</b>	<b>Porcentaje de empleo de temporada en el sector turístico</b>
<b>Indicador B.3.1.2</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que ofrecen prácticas para estudiantes</b>

Una verdadera medición de la generación y el valor del empleo en el turismo ha de tener en cuenta las variaciones estacionales del empleo. El nivel de cualificación de los empleados del sector turístico también es indicativo de la calidad del empleo. Este indicador ayuda a evaluar cuántas empresas turísticas están ayudando a formar a la próxima generación de profesionales de los viajes y el turismo.

## B.4 Seguridad y salud

<b>Indicador B.4.1.1</b>	<b>Porcentaje de turistas que presentan una denuncia a la policía</b>
--------------------------	---

Los destinos sostenibles tienen para con sus visitantes la responsabilidad de adoptar medidas razonables a fin de ofrecer un entorno de vacaciones seguro y saludable. Esto supone controlar los niveles de delincuencia contra los turistas y los niveles de delincuencia de los turistas para asegurarse de que el turismo no genera un aumento del comportamiento delictivo que afecte negativamente a la población local, conlleve costes adicionales e influya adversamente en la reputación del destino.

## B.5 Cadena de suministros del sector turístico

<b>Indicador B.5.1.1</b>	<b>Porcentaje del destino cubierto por una política de promoción de los productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo</b>
<b>Indicador B.5.1.2</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que se abastecen como mínimo en un 25 % de alimentos y bebidas de productores locales/regionales</b>

Aplicar una política que promueva la compra responsable permite aprovechar el nivel adquisitivo del destino para proporcionar una mayor cantidad de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo. Abastecerse de productos locales incrementa el valor económico del turismo. Conocer esta cifra ayudará a las organizaciones de gestión de destinos a forjar más vínculos entre el turismo y la agricultura locales.

## Sección C: Indicadores opcionales de impacto social y cultural

Los indicadores de impacto social y cultural se centran en los efectos que tiene el turismo en los residentes y en el patrimonio cultural del destino.

### C.1 Impacto comunitario/social

<b>Indicador C.1.1.1</b>	<b>Porcentaje de residentes satisfechos con el turismo en el destino (por mes/temporada)</b>
<b>Indicador C.1.1.2</b>	<b>Número de camas disponibles en alojamiento comercial para visitantes por cada 100 residentes</b>
<b>Indicador C.1.1.3</b>	<b>Número de segundas viviendas/viviendas de alquiler por cada 100 viviendas</b>

Verificar la satisfacción de los residentes periódicamente es una buena manera de medir la experiencia de los visitantes. Para un turismo sostenible, es fundamental estar alerta a los cambios que se producen en los niveles de satisfacción de los residentes y tomar medidas cuando proceda.

Determinar el número de camas disponibles en un destino es una manera de medir el impacto relativo del turismo en el modo de vida de los residentes.

Un número elevado de viviendas de alquiler puede cambiar el carácter de un destino, especialmente si supera al de las viviendas de los residentes. Controlar el equilibrio entre las viviendas de alquiler y las de residentes puede ayudar a abordar la cuestión antes de que llegue a convertirse en un problema.

### C.2 Igualdad de género

<b>Indicador C.2.1.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas de cuya dirección general se encarga una mujer</b>
<b>Indicador C.2.1.2</b>	<b>Comparación entre el salario medio femenino y el masculino en el sector turístico</b>

Estos indicadores ayudan a asegurarse de que tanto la representación como el salario de los hombres y las mujeres son equitativos, incluso en los puestos directivos.

### C.3 Igualdad/Accesibilidad

<b>Indicador C.3.1.1</b>	<b>Porcentaje del destino que cuenta con servicios de transporte público accesibles a las personas con discapacidad y a las personas con necesidades de acceso específicas</b>
<b>Indicador C.3.2.1</b>	<b>Porcentaje de visitantes satisfechos con la accesibilidad del destino para las personas con discapacidad o con necesidades de acceso específicas</b>

Medir la accesibilidad del transporte ayuda a identificar obstáculos potenciales a la accesibilidad. Llevar un seguimiento de la satisfacción de los visitantes en cuanto a la accesibilidad ayuda a los encargados de la planificación a saber si están satisfaciendo las necesidades de los visitantes.

### C.4 Protección y valorización del patrimonio cultural y la identidad y los activos locales

<b>Indicador C.4.1.1</b>	<b>Porcentaje de residentes con opiniones positivas y negativas del impacto del turismo en la identidad del destino</b>
<b>Indicador C.4.1.2</b>	<b>Porcentaje de los principales eventos del destino que están centrados en la cultura y los activos tradicionales o locales</b>

Este indicador mide el impacto cultural del turismo. Celebrar actos centrados en la cultura local puede ser un medio eficaz de promover el sentimiento de orgullo de los residentes.

## Sección D: Indicadores opcionales de impacto medioambiental

Los indicadores de impacto medioambiental se centran en los elementos que resultan críticos para la sostenibilidad del entorno natural del destino.

### D.1 Reducción del impacto del transporte

<b>Indicador D.1.1.1</b>	<b>Porcentaje de visitantes que utilizan servicios de transporte local/de movilidad blanda/público para desplazarse por el destino</b>
<b>Indicador D.1.2.1</b>	<b>Distancia media (en km) recorrida por los excursionistas desde y al destino</b>

Conocer el uso de las opciones de reducción del tráfico y transporte respetuoso del medio ambiente (movilidad blanda) puede ayudar a dar forma a las políticas locales de transporte.

Esta información ayuda a identificar el coste de la distancia y el impacto medioambiental que conlleva atraer excursionistas de zonas cercanas.

### D.2 Cambio climático

<b>Indicador D.2.1.1</b>	<b>Porcentaje del destino incluido en estrategias o planes de adaptación al cambio climático</b>
<b>Indicador D.2.1.2</b>	<b>Porcentaje de alojamiento turístico e infraestructura de atracciones situados en «zonas vulnerables»</b>

Es importante que todo el destino esté incluido en las iniciativas relacionadas con el cambio climático. Este indicador controla qué se necesita para fomentar la inclusión.

El segundo indicador está diseñado para concienciar sobre la vulnerabilidad relacionada con el clima.

### D.3 Gestión de los residuos sólidos

<b>Indicador D.3.1.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que separan diferentes tipos de residuos</b>
--------------------------	---

El compromiso del sector privado refleja la efectividad de las iniciativas de concienciación y la necesidad de incentivos en este ámbito.

### D.4 Tratamiento de las aguas residuales

<b>Indicador D.4.1.1</b>	<b>Porcentaje de alojamiento comercial conectado a un sistema central de alcantarillado o que emplea un tratamiento terciario de aguas residuales</b>
--------------------------	---

El alcantarillado central y los sistemas terciarios son los más efectivos a la hora de reducir los contaminantes presentes en el agua. La sensibilización en cuanto a la magnitud que esta cuestión alcanza en el destino es el primer paso para encontrar una solución.

### D.5 Gestión del agua

<b>Indicador D.5.1.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas con cabezales de ducha y grifos de flujo reducido o inodoros de doble cisterna/urinarios secos</b>
<b>Indicador D.5.1.2</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que utilizan aguas recicladas</b>
<b>Indicador D.5.1.3</b>	<b>Porcentaje de agua utilizada procedente de agua reciclada en el destino</b>

Conocer el compromiso de las empresas turísticas en la conservación del agua ayuda a calibrar el éxito de las iniciativas de conservación del agua que permitirán a las empresas ahorrar dinero.

El uso de aguas grises recicladas puede ser una estrategia efectiva de reducción del riego de jardines. Estos indicadores muestran en qué medida se aplican estas iniciativas a nivel de las empresas turísticas y del destino.

#### D.6 Consumo de energía

<b>Indicador D.6.1.1</b>	<b>Porcentaje de empresas turísticas que han adoptado la iluminación de bajo consumo</b>
<b>Indicador D.6.1.2</b>	<b>Consumo anual de energía procedente de fuentes renovables (en Mwh) como porcentaje del consumo total de energía</b>

Conocer el compromiso de las empresas turísticas en el ahorro de energía ayuda a calibrar el éxito de los programas e iniciativas de ahorro de energía.

Este indicador muestra el progreso del destino en la conversión a fuentes de energía renovables.

#### D.7 Protección del paisaje y la biodiversidad

<b>Indicador D.7.1.1</b>	<b>Porcentaje de las empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, la conservación y la gestión de la biodiversidad y los paisajes locales</b>
<b>Indicador D.7.1.2</b>	<b>Porcentaje del destino cubierto por un plan de gestión y control de la biodiversidad</b>

Las empresas turísticas son grandes beneficiarias de la inversión en zonas protegidas, por lo que resulta primordial conocer la contribución del sector a la conservación.

Se trata de un indicador de las actividades de las agencias de conservación y la existencia de riesgos para las especies clave.

#### D.8 Gestión de la luz y el ruido

<b>Indicador D.8.1.1</b>	<b>Porcentaje del destino y porcentaje de la población cubiertos por estrategias o planes locales de reducción de la contaminación acústica y lumínica</b>
--------------------------	--

La contaminación lumínica y acústica puede causar molestias considerables a los residentes y la fauna y la flora silvestres. Este indicador se centra en las políticas del destino en este ámbito.

#### D.9 Calidad de las aguas de baño

<b>Indicador D.9.1.1</b>	<b>Número de días de cierre de las playas por contaminación</b>
--------------------------	---

Los cierres de playas tienen un impacto importante en la viabilidad económica de una zona de playa. Al publicar esta información, aumenta la sensibilización sobre la necesidad de resolver las cuestiones relativas a la calidad de las aguas.





## Parte 4: Serie de datos del destino

La Serie de datos del destino es un fichero Excel, disponible solo en inglés, que se puede descargar en

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm). Contiene la misma información que la Parte 3 de la Herramienta, pero con espacio para incluir datos. A medida que se añaden datos, nuevas hojas de Excel se van poblando de gráficos de resultados.

La figura siguiente es una captura de pantalla de la ficha de indicadores del destino de la Serie de datos. Las flechas rojas señalan las cuatro hojas de cálculo principales:

Section	Criteria	Indicator Reference #	Indicator	Is the Destination Monitoring this Indicator	Unit of Measure	Suggested Target	Destination Results
A. Destination Management	A.1 Sustainable Tourism Public Policy	A.1.1	Percentage of the destination with a sustainable tourism strategy/action plan, with agreed monitoring, implementation and evaluation management		%		
		A.1.1.1	Percentage of residents satisfied with their involvement and their influence in the planning and development of tourism		%		
		A.1.1.2	Percentage of the destination represented by a destination management organisation		%		
	A.2 Sustainable Tourism Management in Tourism Enterprises	A.2.1	Percentage of tourism enterprises/establishments in the destination using a voluntary certified certification/labeling for environmental quality/sustainability and/or CSR practices		%		
		A.2.1.1	Number of tourism enterprises/establishments with sustainability reports in accordance with Global Reporting Initiative (GRI)		%		
	A.3 Customer Satisfaction	A.3.1	Percentage of tourist that are positive with perceived experience in the destination		%		
		A.3.1.1	Percentage of repeat/return visitors (within 1 year)		%		
	A.4 Information and Communication	A.4.1	Percentage of official tourism information/resources with a specific section about sustainability issues		%		
		A.4.1.1	Destination visitor information (brochures and/or web-page) containing a specific section about sustainability issues		%		
	B.1 Tourism Flow (Volume & value) at Destination		B.1.1	Number of tourist nights per month		%	
B.1.1.1			Relative contribution of tourism to the destination's economy (% GDP)		%		
B.1.1.2			Number of 'same day' visitors per month		%		
B.1.1.3			Daily spending per same day visitor		€		
B.1.2			Daily spending per tourist (accommodation, food and drinks, other services)		€		
B.1.3			Average length of stay of tourists (nights)		# of nights		
B.1.3.1			Average length of stay of same day visitors (hours)		# of hours		
B.2 Tourism Employment	B.2.1	Percentage of tourism enterprises involved in destination management/cooperative marketing		%			

La Serie de datos contiene cuatro hojas de cálculo principales:

- **Notes to Readers (Notas para los lectores):** instrucciones de uso de la herramienta Serie de datos
- **Destination Profile (Perfil del Destino):** instantánea del destino
- **Destination Indicators (Indicadores del destino):** tabla de introducción de datos de los indicadores básicos y opcionales
- **Results (Resultados):** tablas y gráficos que resumen e interpretan los datos recogidos

Una vez que los datos del indicador han sido recogidos y presentados por las partes interesadas, esta información se debe compilar en la Serie de datos del destino. El GTPI podrá entonces revisar y analizar los resultados colectivamente, decidir patrones de comparación y objetivos realistas y acordar un plan de actuación.

Puede ponerse de acuerdo con su GTPI sobre cuál de estas cuestiones es prioritaria para su destino y decidir en qué orden las abordarán. Tras priorizar las cuestiones y los indicadores de importancia primordial que requieren mejora, puede empezar a desarrollar un plan de acción (es decir, qué indicadores y temas requieren actuación, en qué orden, cuándo, cómo y por quién).

## Uso de la Serie de datos

Abra la hoja de cálculo llamada «**Destination indicators**» (**Indicadores del destino**).

Revise las columnas siguientes:

- **Columna C, Indicator Reference # (Número de referencia del indicador):** *use estos números para referirse a la Herramienta asociada.*
  - Las casillas de fondo **VERDE** son indicadores básicos, mientras que las de fondo **AZUL** son indicadores opcionales
- **Columna D, Indicators (Indicadores):** *Explica qué se va a medir.*
  - Consulte la Herramienta asociada para saber más de la razón del control, las necesidades de datos, la unidad de medida, los términos definidos en el glosario, las instrucciones de recogida de datos, el método de cálculo del resultado del indicador, la frecuencia de la recolección de datos, el formato de informe, los patrones de comparación internacionales que puedan existir, un objetivo recomendado, las actuaciones sugeridas (si los resultados no llegan a cubrir el objetivo) y cualquier referencia adicional.
- **Columna E, Is the Destination Monitoring the Indicator (Es el destino que controla este indicador):** *Este es su primer punto de introducción de datos*
  - Haga clic en cualquier casilla de la Columna E
  - En el exterior de la parte inferior derecha de la casilla aparecerá una flecha de lista desplegable
  - Haga clic en la flecha de lista desplegable y aparecerán las opciones Yes, No y N/A (Sí, No y No disponible)
  - Seleccione la respuesta adecuada
- **Columna F, Measurement Unit (Unidad de medida):** *Unidades en las que se registrará la información*
- **Columna G, Suggested Target (Objetivo propuesto):** *Cada destino tendrá que establecer sus propios objetivos*
- **Columna H, Destination Results (Resultados del destino):** *Este es su segundo punto de introducción de datos*
  - Usando los resultados de las diferentes encuestas u otra información recogida, introduzca la respuesta adecuada
- **Hoja de cálculo Monitoring Results (Resultados del control):** ilustración de cuántos indicadores básicos y opcionales controla el destino y porcentaje de cada sección
- **Gráfica hoja de cálculo Destination (Destino):** gráfico de barras que muestra las respuestas del destino a las políticas y actuaciones mediante diversos indicadores básicos y opcionales
- **Gráfica hoja de cálculo Enterprises (Empresas):** gráfico de barras que muestra las respuestas del destino a las operaciones relativas a las empresas mediante diversos indicadores básicos y opcionales
- **Gráfica hoja de cálculo Residents (Residentes):** gráfico de barras que muestra las respuestas del destino a las implicaciones relacionadas con los residentes mediante diversos indicadores básicos y opcionales
- **Gráfica hoja de cálculo Visitors Impressions (Impresiones de los visitantes):** gráfico de barras que muestra las respuestas del destino relacionadas con las impresiones de los visitantes/turistas mediante diversos indicadores básicos y opcionales

- **Gráfica hoja de cálculo Spending (Gasto):** gráfico de barras que muestra las respuestas del destino al gasto de los visitantes/turistas mediante diversos indicadores básicos y opcionales
- **Gráfica hoja de cálculo Time (Tiempo):** gráfico de barras que muestra las respuestas del destino al tiempo que pasan en él los visitantes/turistas mediante diversos indicadores básicos y opcionales



## Parte 5: Información de apoyo al sistema

### Glosario

1.	Accesibilidad	<b>C.3.1</b> <b>C.3.2</b> <b>C.3.1.1</b> <b>C.3.2.1</b>	«Turismo accesible»: También conocido como «turismo universal», «turismo inclusivo» y, en algunos países, como Japón, «turismo sin barreras», se refiere al turismo y los viajes accesibles a todas las personas, con discapacidades o no, incluidas las personas con discapacidades auditivas, visuales, cognitivas, intelectuales y psicosociales, las personas de edad avanzada y las personas con discapacidades temporales. <i>Fuente: Declaración de Takayama</i>
2.	Activos locales	<b>C.4.1.2</b>	Los activos locales o de la comunidad son el suelo y los edificios propiedad de organizaciones de la comunidad o gestionados por estas.
3.	Agua reciclada	<b>D.5.1.2</b> <b>D.5.1.3</b>	Las aguas recuperadas (o grises) son antiguas aguas residuales sometidas a tratamientos de eliminación de sólidos y determinadas impurezas y utilizadas para el riego de parques y jardines o para recargar acuíferos subterráneos.
4.	Alojamiento comercial	<b>B.2.2</b> <b>C.1.1.2</b> <b>C.3.1</b>	Instalaciones diseñadas para pernoctación transitoria por visitantes o viajeros. Los alojamientos suelen incluir, entre otras posibilidades, media pensión, campings, apartamentos, casas rurales, casas ecológicas, estancias en hogares, hostales, hoteles, posadas, cabañas, moteles y complejos turísticos. <i>Fuente: STI</i>
5.	Cabezal de ducha de flujo reducido	<b>D.5.1.1</b>	Cabezal de ducha que reduce el flujo de agua.
6.	Camas disponibles	<b>C.1.1.2</b>	Medida de la capacidad de alojamiento de un destino determinado.
7.	Certificación/etiquetado	<b>A.2.1</b>	Certificación: procedimiento voluntario de evaluación, control y garantía escrita de que una empresa, un producto, un proceso, un servicio o un sistema de gestión cumple unas condiciones específicas. Concede un emblema o logotipo comercializable a quienes cumplen o superan unos niveles básicos. <i>Fuente: Ecotourism &amp; Certification, Martha Honey</i>
8.	Comercialización cooperativa	<b>B.2.1.2</b>	Programas de comercialización en los que participan dos o más empresas, instituciones u organizaciones.
9.	Consumo de energía	<b>D.6.1</b>	Cantidad de energía como fuente de calor, electricidad o materia prima consumida en un proceso o sistema o por una organización o empresa.
10.	Contaminación	<b>D.9.1</b> <b>D.9.1.1</b>	Polución.
11.	Contaminación acústica	<b>D.8.1</b> <b>D.8.1.1</b>	Sonidos no deseados, perjudiciales o molestos que resultan excesivamente intrusivos. Se recomienda que el ser humano no se exponga a niveles de ruido superiores a 85 decibelios durante más de seis horas seguidas. <i>Fuente: STI</i>
12.	Contaminación lumínica	<b>D.8.1</b> <b>D.8.1.1</b>	Luz no deseada, perjudicial o molesta, normalmente inducida por el ser humano, que resulta excesivamente intrusiva. <i>Fuente: STI</i>
13.	Contribución relativa	<b>B.1.1.1</b>	Función que desempeña el gasto turístico en el capital y la demanda laboral y relación con otros sectores económicos en la actividad económica del destino.
14.	Control		Revisión y evaluación permanentes de la integridad natural o cultural de un lugar con el fin de detectar cambios en su condición respecto de una condición de base. <i>Fuente: GDRC</i>
15.	Control de la biodiversidad	<b>D.7.1.2</b>	El objetivo del control de la biodiversidad es determinar si se han producido cambios en la biodiversidad de un lugar determinado. El control evalúa los cambios causados por un hecho determinado, o evalúa el efecto acumulativo del cambio que resulta de una multitud de circunstancias generalmente no definidas. <i>Fuente: Alberta Biodiversity Monitoring Institute</i>

16.	Coordinador de Destino Local		<p>«Paladín» local motivado para iniciar la aplicación del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos en su destino. Puede ser un representante de alto nivel de la organización que gestiona el destino, la junta de comercialización del destino, el patronato de turismo, las autoridades turísticas locales/regionales, el ministerio de turismo, el sector privado o una asociación turística.</p> <p>Normalmente, la función de Coordinador de Destino Local engloba la planificación, la gestión, la supervisión, la promoción y la comercialización, e incluso puede comprender la formación y las normas de calidad. La función de los Coordinadores de Destinos Locales es crucial. Para asumir esta función, se ha de tener capacidad de captar partes interesadas e influir en ellas, tener acceso a los datos necesarios (o capacidad de acceder por medio de otras personas), encargarse de guardar los datos (algunos de los cuales pueden ser delicados) y poseer cierto nivel de autoridad.</p>
17.	Cultura tradicional/local	<b>C.4.1.2</b>	<p>La cultura tradicional incluye prácticas y valores humanos como la religión, la filosofía, las normas morales, las leyes, la política, la economía, la sociedad, la historia, la literatura y el arte que se han conservado y mantenido durante un periodo prolongado.</p>
18.	Empleo directo en el sector turístico	<b>B.3.1</b>	<p>Para medir el empleo en la industria turística se puede hacer un recuento de las personas uno de cuyos empleos corresponde a la industria turística, las personas cuyo empleo principal corresponde a la industria turística, los empleos de la industria turística o el número de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo del sector turístico.</p> <p><i>Fuente: OMT</i></p>
19.	Empresa turística		Organización o empresa que presta uno o más servicios a los turistas.
20.	Energía renovable	<b>D.6.1.2</b>	<p>Energía procedente de fuentes renovables, como la luz solar, el viento, la lluvia, las mareas y el calor geotérmico, que se reponen de manera natural pero cuyo uso no desestabiliza los ecosistemas.</p> <p><i>Fuente: GSTC</i></p>
21.	Estrategia de adaptación al cambio climático	<b>D.2.1.1</b>	<p>Iniciativa o acción pública diseñada para limitar las consecuencias del cambio climático, a menudo en cuatro ámbitos principales: la producción y difusión de la información relativa al cambio climático y sus efectos; la adaptación de los estándares, los reglamentos y las políticas fiscales; los cambios necesarios en las instituciones, y las actuaciones directas de adaptación de los gobiernos y las comunidades locales en términos de infraestructuras públicas, edificios públicos y ecosistemas.</p> <p><i>Fuente: Manco Mundial</i></p>
22.	Estudiantes en prácticas	<b>B.3.1.2</b>	Las prácticas consisten en formación en el puesto de trabajo para carreras profesionales y el trabajo puede ser remunerado o no.
23.	Excursionistas	<b>B.1.1.2</b> <b>B.1.1.3</b> <b>B.2.1.1</b>	Visitantes que llegan y se van el mismo día (no pernoctan), independientemente de la razón de su viaje.
24.	Gasto diario	<b>B.1.1.3</b> <b>B.1.2</b>	Cantidad de dinero local gastado en un día en servicios y productos turísticos como alojamiento, transporte, animación, recuerdos y alimentos.
25.	Gestión del destino		La gestión del destino puede incluir planificación del uso del suelo, permisos empresariales y controles de zonificación, reglamentos medioambientales y de otros tipos, iniciativas de asociación empresarial y una serie de técnicas que conforman el desarrollo y el funcionamiento diario de las actividades relacionadas con el turismo.
26.	Global Reporting Initiative (GRI)	<b>A.2.1.1</b>	<p>Institución independiente formada por múltiples partes interesadas cuya misión es desarrollar y difundir directrices para la presentación de informes de sostenibilidad aplicables globalmente.</p> <p><i>Fuente: STI</i></p>
27.	Identidad del destino	<b>C.4.1.1</b>	Una identidad distintiva (o marca de destino) sitúa al destino y lo diferencia de la competencia. Capta e incluye todos los elementos de los valores y la experiencia del destino y los presenta a sus mercados.
28.	Iluminación de bajo consumo	<b>D.6.1.1</b>	Alumbrado que proporciona una luz similar al provisional con un consumo de energía reducido (p. ej., LED).
29.	Indicador		<p>Factor o variable de carácter cuantitativo o cualitativo que constituye una manera sencilla y fiable de medir un logro.</p> <p><i>Fuente: GSTC</i></p>

30.	Índice de ocupación (por habitación)	<b>B.2.2</b>	Porcentaje de habitaciones disponibles ocupadas durante un periodo dado. Se calcula dividiendo el número de habitaciones ocupadas durante un periodo por el número de habitaciones disponibles durante ese mismo periodo.
31.	Información para el visitante del destino	<b>A.4.1.1</b>	Folleto, sitios web, aplicaciones para el móvil y otras formas de información impresa y digital para ayudar al visitante a planificar su estancia en el destino.
32.	Información turística oficial	<b>A.4.1</b>	Material publicitario y promocional autorizado de la OGD, incluidas las estadísticas sobre turismo y los hechos y las cifras. Véase «Información para el visitante del destino».
33.	Ingreso por habitación disponible (RevPAR)	<b>B.2.2.1</b>	El RevPAR es una medición de los resultados de la industria hotelera que se calcula multiplicando la tarifa media diaria (TMD) de una habitación de hotel por su tasa de ocupación.
34.	Inodoros de doble cisterna	<b>D.5.1.1</b>	La doble cisterna es una variedad de cisterna que usa dos botones o tiradores para descargar diferentes cantidades de agua, con lo que su uso correcto reduce a la mitad el agua consumida.
35.	Local/ Regional	<b>B.5.1.2</b>	Zona que se extiende inmediatamente en torno al lugar donde se desarrollan las actividades comerciales y que puede variar dependiendo de la densidad del lugar. La definición comercial de «local» (es decir, radio de 10 km, dentro del municipio, etc.) tal como se aplica a los criterios y al indicador, se decidirá e identificará a partir de los documentos de planificación. <i>Fuente: GSTC</i>
36.	Medioambiental/ de calidad/ de sostenibilidad	<b>A.2.1</b>	Medioambiental/de calidad/de sostenibilidad se refiere colectivamente al tipo o clasificación del sistema de certificación o etiquetado.
37.	Mitigación del cambio climático	<b>D.2.1</b>	Sistema de actividades y medidas de acción que intentan disminuir los efectos humanos en el calentamiento global reduciendo la cantidad de gases de efecto invernadero liberados a la atmósfera.
38.	Modalidades de transporte	<b>D.1.1</b>	El tipo de transporte utilizado para viajar entre un origen y un destino. Puede incluir el desplazamiento a pie y en bicicleta y cualquier forma de transporte motorizado.
39.	Movilidad blanda	<b>D.1.1.1</b>	Transporte respetuoso con el clima que está libre de tráfico motorizado.
40.	Organización de gestión del destino (OGD)	<b>A.1.1.2</b>	Empresa o entidad (patronato de turismo, cámara de comercio, etc.) que participa en las actividades destinadas a aumentar el turismo a un destino, gestionar los efectos del turismo en la comunidad y el entorno de acogida, mejorar la imagen pública del destino y coordinar el desarrollo estratégico del destino.
41.	Patrimonio cultural	<b>C.4.1</b>	Las formas de vida desarrolladas por una comunidad y transmitidas de generación en generación. Patrimonio cultural tangible: lugares, objetos estructuras, sitios, paisajes y entorno natural. Patrimonio cultural intangible: costumbres, prácticas, música, artesanía, espectáculos, literatura, tradición oral, lengua y valores.
42.	Pernoctación	<b>B.1.1</b> <b>B.2.1</b>	Cuando un turista pasa una noche en un destino, lejos de su residencia habitual o principal.
43.	Plan de turismo sostenible/ Estrategia de actuación para el turismo sostenible	<b>A.1.1</b>	Declaración en la que una organización plasma sus intenciones y principios en relación con sus resultados medioambientales, socioculturales y económicos generales y que instaura un marco de actuación y para el establecimiento de sus objetivos, fines y metas medioambientales, socioculturales y económicos y de sus planes y sistemas de gestión de la sostenibilidad.
44.	Planes de accesibilidad	<b>C.3.1</b> <b>C.3.2</b>	Sistema u organización reconocidos que valoran la accesibilidad del alojamiento y las atracciones por los visitantes. Estos planes ayudan a los operadores a mejorar y promover su nivel de accesibilidad.
45.	Productos y servicios de comercio justo	<b>B.5.1</b> <b>B.5.1.1</b>	Comercio justo: Plan de certificación que evalúa los impactos económicos, sociales y medioambientales de la producción y el comercio de los productos agrícolas, y en particular del café, el azúcar, el té y el chocolate.
46.	Productos y servicios locales	<b>B.5.1</b>	Los productos y servicios locales pueden reducir el impacto en el medio ambiente, influir en cuestiones sociales y mejorar los medios de vida de las personas y comunidades, además de reducir los costes de funcionamiento.



47.	Productos y servicios sostenibles	<b>B.5.1</b> <b>B.5.1.1</b>	Los productos y servicios sostenibles son aquellos que proporcionan ventajas medioambientales, sociales y económicas a la vez que protegen la salud pública, el bienestar y el medio ambiente durante todo su ciclo comercial, desde la extracción de las materias primas hasta su eliminación final. <i>Fuente: Sustainable Products Corporation</i>
48.	Protección contra incendios	<b>B.4.1</b>	Precauciones tomadas para impedir o reducir la probabilidad de un incendio que pueda causar muerte, heridas o daños materiales.
49.	Protección de la biodiversidad y el paisaje	<b>D.7.1.1</b>	Protección de la biodiversidad: conservación de la variabilidad de los organismos vivos de todos los medios, incluidos los terrestres, los marinos y los de otros ecosistemas acuáticos, así como de los complejos ecológicos de los que forman parte. Protección del paisaje: conservación del escenario físico natural del destino.
50.	Puestos directivos	<b>C.2.1.1</b>	Cualquier puesto que aporte a la empresa estas tres actividades: supervisión y responsabilidad para aumentar el rendimiento de otros; asignación de tareas, materiales y capital para conseguir un rendimiento elevado, y toma de decisiones. <i>Fuente: GSTC</i>
51.	Reciclado	<b>D.3.2</b>	Productos que pueden incluir materiales postconsumo y preconsumo. Si el contenido de un producto solo lleva la etiqueta «Reciclado», sin especificar que se trata de contenido postconsumo, puede contener únicamente materiales preconsumo. <i>Fuente: STI</i>
52.	Residente	<b>A.1.1.1</b>	Personas que han vivido en la zona durante un tiempo suficiente para tomar parte activa en la conformación y la definición de la comunidad y su identidad cultural de manera positiva. <i>Fuente: STI</i>
53.	Respuesta de adaptación al cambio climático	<b>D.2.1</b>	Acción o ajuste en respuesta a impactos reales o previstos del cambio climático pronosticado.
54.	Satisfacción de los residentes	<b>A.1.1.1</b> <b>C.1.1.1</b>	La satisfacción de los residentes viene dada por la percepción de una combinación de ventajas que tiene el turismo en la identidad del destino, la comunidad y los propios residentes.
55.	Satisfacción del visitante	<b>A.3.1</b>	La satisfacción del visitante viene dada por una combinación del valor y la calidad percibidos, las expectativas del consumidor y la experiencia real. La satisfacción general de un visitante influirá en la probabilidad de que repita la visita, prolongue la estancia, gaste más, aumente los beneficios y recomiende la visita a otras personas.
56.	Segundas viviendas/ viviendas de alquiler	<b>C.1.1.3</b>	Una casa de vacaciones es una residencia secundaria visitada por los miembros de la familia principalmente con fines recreativos, de vacaciones u otras formas de ocio. <i>Fuente: OMT</i>
57.	Separación de residuos	<b>D.3.1.1</b>	Clasificación de los residuos antes de recogerlos o eliminarlos.
58.	Sistema central de alcantarillado	<b>D.4.1.1</b>	Los sistemas de recogida y eliminación de aguas residuales transportan las aguas residuales por zonas no habitadas hasta las plantas de tratamiento, con el fin de proteger la salud pública, prevenir enfermedades y controlar la contaminación de las aguas.
59.	Temporal	<b>B.3.1.1</b>	Que fluctúa, que depende de la estación o la época del año o se reduce en determinados momentos. Distribución a lo largo del tiempo de la demanda total de un producto o destino, expresada normalmente en términos de temporada alta o temporada baja para distinguir los periodos en que la demanda es superior a la media o viceversa.
60.	Transporte local	<b>C.3.1.1</b> <b>D.1.1.1</b>	El transporte público es un servicio de transporte de pasajeros compartido que está disponible para uso del público en general y que incluye autobús, trolebús, tranvía, tren, metro y transbordador.

61.	Tratamiento secundario de las aguas residuales	<b>D.4.1</b>	<p>Véase «Sistema central de alcantarillado»</p> <p>El tratamiento primario de las aguas residuales elimina los objetos flotantes de mayor tamaño mediante cribado y sedimentación. Las aguas residuales entrantes pasan por una o más cribas y a continuación entran en un tanque de desarenado donde se someten a condiciones de reposo, de manera que la arena, la grava y otras materias inorgánicas se asientan. En las plantas donde se realiza el tratamiento primario, el efluente se trata con cloro y se vierte en una fuente de agua. Los lodos, o sedimentación de los sólidos de mayor tamaño, se retiran, se secan y se eliminan. El tratamiento elimina entre el 50 y el 65 % de los sólidos en suspensión y disminuye la demanda biológica de oxígeno (DBO) entre un 25 y un 40 %. Por sí solo, el tratamiento primario no se considera adecuado para la protección del medio ambiente y la salud.</p> <p>El tratamiento secundario corresponde a los procesos similares a la descomposición biológica natural. Se utilizan bacterias aeróbicas y otros organismos para descomponer la materia orgánica en dióxido de carbono inorgánico, agua y minerales. Para absorber el material orgánico presente en el agua se utilizan filtros percoladores formados por un lecho de rocas con una cobertura microbiana. En lugar de utilizar filtros percoladores se puede recurrir a la formación de lodos activados. Tras los tratamientos primario y secundario, el nivel de sólidos en suspensión y DBO de las aguas residuales se ha reducido entre un 90 y un 95 %. Este nivel de tratamiento no es efectivo para eliminar virus, metales pesados, minerales disueltos y otros productos químicos.</p> <p><i>Fuente: Encyclopedia of Public Health</i></p>
62.	Tratamiento terciario de las aguas residuales	<b>D.4.1.1</b>	<p>Véase «Sistema central de alcantarillado»</p> <p>Véase «Tratamiento secundario de las aguas residuales»</p> <p>El tratamiento terciario es un nivel de tratamiento avanzado. Esta forma de tratamiento permite reducir el nivel de sólidos en suspensión y DBO aproximadamente al 1 % de los que presentaban las aguas residuales no depuradas antes del tratamiento terciario. Los procesos de tratamiento avanzados constan de diversos mecanismos biológicos, químicos y físicos.</p> <p><i>Fuente: Encyclopedia of Public Health</i></p>
63.	Turismo sostenible		<p>Turismo que proyecta una imagen de integración de la gestión de todos los recursos, de modo que queden cubiertas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas vivos.</p> <p><i>Fuente: OMT</i></p>
64.	Turista		<p>Visitante (nacional, entrante o saliente) cuyo viaje incluye pernoctación.</p> <p><i>Fuente: OMT</i></p>
65.	Unidad formadora de colonias (UFC)	<b>D.9.1</b>	Una medida de las células bacterianas o fúngicas viables
66.	Urinarios secos	<b>D.5.1.1</b>	Urinarios que funcionan sin función de descarga de agua, por lo que no consumen agua limpia.
67.	Visitante		<p>Un visitante es un viajero que se desplaza a un destino principal fuera de su entorno habitual, durante menos de un año, con un motivo primordial cualquiera (negocios, ocio u otros fines personales) que no incluyan trabajar para una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (nacional, entrante o saliente) se considera un turista si su viaje incluye pernoctación, y excursionista si no la incluye.</p> <p><i>Fuente: OMT</i></p>
68.	Visitantes que repiten/ vuelven	<b>A.3.1.1</b>	<p>Visitantes que repiten: número de visitantes únicos que hacen dos o más visitas a un destino.</p> <p>Visitantes que vuelven: número de visitantes únicos que vuelven a un destino tras su visita inicial.</p>
69.	Zonas vulnerables	<b>D.2.1.2</b>	Exposición o susceptibilidad de una zona a un riesgo o una serie de riesgos, como sequías, inundaciones, tormentas, lluvias torrenciales, aludes, tornados, huracanes o ciclones, erupciones volcánicas, terremotos, olas de calor o desprendimientos de tierras.



## Perfil del destino

Este formulario puede proporcionar a las partes interesadas una visión general del destino. Complételo y modifíquelo para adaptarlo a sus necesidades.

<b>DESTINO::</b>			
<b>PAÍS</b>			
<b>LÍMITE DEL DESTINO:</b>			
<b>UBICACIÓN:</b>		<b>DATOS GENERALES:</b>	
Descripción	Distancia a la capital del país (km)	Principales tipos de turismo y actividades más populares	Cinco atracciones turísticas más populares (incluidas las medioambientales y culturales).
			1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____
<b>GEOGRAFÍA:</b>		<b>PATRÓN CLIMÁTICO:</b>	
Dimensiones aproximadas del destino (en km <sup>2</sup> ) y principales características físicas (ríos, colinas, bahías, etc.).	Hábitat dominantes (marque con una X )	Nivel de biodiversidad (gama de especies vegetales y animales)	Promedio de horas de sol precipitaciones y temperaturas estacionales
	Urbano: _____ Playa de arena/guijarros: _____ Páramos/brezales: _____ Tierras de labranza: _____ Bosque/Tierras forestales: _____ Hábitat alpino: _____ Monte bajo: _____ Desierto: _____ Humedales: _____ Otros (descríbalos): _____	Biodiversidad <b>BAJA</b> (gama reducida de especies): _____  Biodiversidad <b>MEDIA</b> : _____  Biodiversidad <b>ALTA</b> (muchas especies vegetales y animales): _____	<b>Horas de sol:</b> Verano: _____ horas Invierno: _____ horas <b>Precipitaciones</b> Verano: _____ mm Invierno: _____ mm <b>Temperatura</b> Verano: Día: _____ °C Noche: _____ °C Invierno: Día: _____ °C Noche: _____ °C
<b>TRANSPORTE:</b>			
Distancia a los aeropuertos local e internacional más cercanos (en km)	Datos sobre las compañías aéreas y navieras que transportan visitantes al destino	Transportes públicos que llegan al destino (marque con una X )	Acuerdos privados adicionales para transportar a los visitantes al destino
	Líneas aéreas:  Operadores de cruceros:	Ferrocarril: _____ Metro: _____ Tranvía: _____ Autocar: _____ Autobús: _____ Taxi: _____ Transbordador: _____ Otros (descríbalos): _____	
<b>POBLACIÓN:</b>			
Número de residentes permanentes	Densidad de población	Ratio verano/invierno entre residentes y turistas	Porcentaje de población empleada en el sector turístico
Nº de residentes permanentes: _____	Densidad de población: _____ per km <sup>2</sup>		

<b>TURISTAS:</b>			
Número anual de visitantes, en total y desglosado por mercados principales	Llegadas anuales por tipo de transporte	Gasto promedio de un turista (por persona/por día)	Duración promedio de la estancia
Total de visitantes al año: Total de excursionistas al año: Total de visitantes nacionales al año:  Mercados primarios: (por país y número de visitantes, ej., Alemania - 40 000): 1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____	Aire:  Mar:  Ferrocarril:  Automóvil particular:  Otros:		
<b>INSTALACIONES TURÍSTICAS:</b>			
Número aproximado de hoteles (clasificados por estrellas) y habitaciones en el destino	Otros tipos de alojamiento disponibles (y cifras aproximadas)	Número aproximado de restaurantes	Número aproximado de bares (clubs nocturnos, pubs, etc.)
Hoteles:  Habitaciones:	Villas: _____ Apartamentos: _____ Pensiones: _____ Campings: _____ Otros (describalos): _____		
<b>OTROS DATOS IMPORTANTES SOBRE EL DESTINO QUE NO HAYAN QUEDADO CUBIERTOS POR LAS SECCIONES ANTERIORES:</b>			

## Encuesta para la gestión del destino

### ENCUESTA PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO

Esta encuesta contiene una lista de preguntas que pueden servir para reunir la información necesaria sobre los indicadores relativos a los **datos de gestión del destino**.

Puede utilizar todas las preguntas o limitarse a una selección de ellas.

Nota: en la encuesta se mencionan los indicadores pertinentes para cada pregunta, de modo que queda patente la relación entre preguntas e indicadores..

Sírvase responder a esta encuesta para ayudar a dar una imagen más completa del destino.

#### INDICADOR BÁSICO

##### C.1.1 Número de turistas/visitantes por cada 100 residentes

Indique la dimensión total de la población residente en el destino:

¿Cuántos turistas/visitantes recibe al año?

\_\_\_\_\_

#### INDICADOR OPCIONAL

##### C.1.1.3 Número de segundas viviendas/viviendas de alquiler por cada 100 viviendas

¿Cuántas residencias permanentes hay en el destino?

\_\_\_\_\_

¿Cuántas segundas residencias/residencias de alquiler hay en el destino?

\_\_\_\_\_

#### INDICADOR OPCIONAL

##### A.1.1.2 Porcentaje del destino representado por una organización de gestión del destino

¿Cuántos pueblos y ciudades comprende su destino?

\_\_\_\_\_

¿Representa su organización de gestión del destino a todas las comunidades de su área geográfica?

Sí  No

Si la respuesta es No, enumere las comunidades no representadas y explique brevemente por qué no lo están:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

#### INDICADOR OPCIONAL

##### B.1.1.1 Contribución relativa del turismo a la economía del destino (% PIB)

¿Con qué porcentaje contribuye el turismo a la economía del destino?

\_\_\_\_\_

#### INDICADOR BÁSICO

##### B.3.1 Empleo turístico directo como porcentaje del empleo total

¿A cuántos residentes da empleo directo el sector turístico?

\_\_\_\_\_

#### INDICADOR BÁSICO

##### B.1.1 Número de turistas que pernoctan al mes

¿Cuántos turistas por noche registró el destino durante el último año?

\_\_\_\_\_

#### INDICADOR OPCIONAL

##### C.1.1.2 Número de camas disponibles en alojamiento comercial para visitantes por cada 100 residentes

¿Cuál es el total de camas disponibles en el destino?

\_\_\_\_\_

## ENCUESTA PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO

**INDICADOR BÁSICO****B.2.2 Tasa mensual de ocupación en alojamiento comercial y media anual**

Indique la tasa mensual de ocupación del destino durante el último año:

Enero	_____
Febrero	_____
Marzo	_____
Abril	_____
Mayo	_____
Junio	_____
Julio	_____
Agosto	_____
Septiembre	_____
Octubre	_____
Noviembre	_____
Diciembre	_____

**INDICADOR OPCIONAL****B.2.2.1 Precio medio por habitación en el destino**

¿Cuál es la tarifa media de la habitación para alojamiento en el destino?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR BÁSICO****B.2.1 Duración media de la estancia de un turista (noches)**

¿Cuál es la duración media de la estancia de un turista (cuántas noches suelen permanecer los turistas en el destino)?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****B.2.1.1 Duración media de la estancia de un excursionista (horas)**

Indique cuántas horas pasan los excursionistas en el destino:

\_\_\_\_\_

**INDICADOR BÁSICO****A.1.1 Porcentaje del destino con una estrategia/plan de acción de turismo sostenible en cuyo marco se haya elaborado un dispositivo de seguimiento, control del desarrollo y evaluación**

¿Posee el destino una estrategia/plan de acción de turismo sostenible en cuyo marco se haya elaborado un dispositivo de seguimiento, control del desarrollo y evaluación?

Sí  No

Explique su respuesta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si existe una estrategia o un plan de acción de turismo sostenible, ¿participan en ellos todas las comunidades del destino?

Sí  No  Algunas

Explique su respuesta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****B.5.1.1 Porcentaje del destino cubierto por una política de promoción de los productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo**

¿Dispone el destino de una política para promover la compra y la utilización de productos y servicios locales, sostenibles o de comercio justo?

Sí  No

Si dispone de tal política, ¿participan en ella todas las comunidades del destino?

Sí  No  Algunas

Explique su respuesta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ENCUESTA PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO

**INDICADOR BÁSICO****C.4.1 Porcentaje del destino cubierto por una política o plan de protección del patrimonio cultural**

¿Dispone el destino de una política para proteger y valorizar el patrimonio cultural?

Sí  No

Si dispone de tal política, ¿participan en ella todas las comunidades del destino?

Sí  No  Algunas

Explique su respuesta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****C.4.1.2 Porcentaje de los principales actos del destino que están centrados en la cultura y los activos tradicionales o locales**

Enumere (hasta diez de) los principales actos que se celebran en el destino.

Indique en las casillas previstas a tal efecto los actos basados en la cultura local/tradicional:

- |           |                          |
|-----------|--------------------------|
| 1. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 2. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 3. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 4. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 5. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 6. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 7. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 8. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 9. _____  | <input type="checkbox"/> |
| 10. _____ | <input type="checkbox"/> |

**INDICADOR OPCIONAL****D.2.1.1 Porcentaje del destino incluido en estrategias o planes de adaptación al cambio climático**

¿Participa el destino en la planificación estratégica de adaptación al cambio climático (p. ej., recogida y almacenamiento de agua, reubicación, si procede, de atracciones turísticas, etc.)?

Sí  No

Si es así, ¿participan en la estrategia todas las comunidades del destino?

Sí  No  Algunas

Explique su respuesta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Cuál es la superficie geográfica total (km<sup>2</sup>) del destino?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR BÁSICO****D.7.1 Porcentaje del destino designado para protección (superficie en km<sup>2</sup>)**

¿Cuál es la superficie geográfica total (km<sup>2</sup>) protegida dentro del destino?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****D.7.1.2 Porcentaje del destino cubierto por un plan de gestión y control de la biodiversidad**

¿Cuál es la superficie geográfica total (km<sup>2</sup>) cubierta por un plan de gestión y control de la biodiversidad?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR BÁSICO****D.8.1 Aplicación en el destino de políticas que obligan a las empresas turísticas a minimizar la contaminación lumínica y acústica**

¿Aplica el destino políticas que obligan a las empresas turísticas a minimizar la contaminación lumínica y acústica?

Sí  No

Si aplica tal política, ¿participan en la estrategia todas las comunidades del destino?

Sí  No  Algunas

Explique su respuesta: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ENCUESTA PARA LA GESTIÓN DEL DESTINO

**INDICADOR OPCIONAL****D.8.1.1 Porcentaje del destino y porcentaje de la población cubiertos por estrategias o planes locales de reducción de la contaminación acústica y lumínica**

¿Posee el destino alguna estrategia o plan local para reducir la contaminación acústica y lumínica?

Sí  No

Si dispone de ella, ¿qué alcance tiene la política de contaminación acústica/lumínica?

\_\_\_\_\_

Si dispone de ella, ¿qué porcentaje de la población vive en la zona cubierta por esta estrategia?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****C.3.1.1 Porcentaje del destino que cuenta con servicios de transporte público accesibles a las personas con discapacidad y a las personas con necesidades de acceso específicas**

¿Cuál es la superficie geográfica (km<sup>2</sup>) servida por transporte público accesible para los pasajeros con discapacidad en el destino?

\_\_\_\_\_

## Encuesta para las empresas

## ENCUESTA PARA LAS EMPRESAS

Esta encuesta contiene una lista de preguntas que pueden servir para reunir la información necesaria sobre los indicadores relativos a los **datos sobre las empresas**. Puede utilizar todas las preguntas o limitarse a una selección de ellas.

*Nota: se han dejado en la encuesta los indicadores pertinentes para cada pregunta, de modo que queda patente la relación entre preguntas e indicadores.*

*Antes de realizar las encuestas, suprima la información del indicador.*

Por favor, dedique unos minutos a ayudarnos a mejorar la calidad de nuestro destino. Todas las respuestas son confidenciales. Gracias por su colaboración.

Indique el tipo de empresa:

- De alojamiento  
 De restauración  
 De entretenimiento  
 De actividades al aire libre  
 De transporte  
 Otra (especifique): \_\_\_\_\_

Indique qué puesto ocupa en la empresa:

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****B.3.1.1 Porcentaje de empleo de temporada en el sector turístico**

¿Cuántos empleados tienen a lo largo del año?

- \_\_\_\_\_ empleados a tiempo completo  
 \_\_\_\_\_ empleados a tiempo parcial  
 \_\_\_\_\_ empleados de temporada  
 \_\_\_\_\_ aprendices/en prácticas  
 \_\_\_\_\_ Otros (especifique): \_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****B.3.1.2 Porcentaje de empresas turísticas que ofrecen prácticas para estudiantes**

¿Participa su empresa en programas de prácticas para estudiantes?

- Sí  No

**INDICADOR BÁSICO****C.2.1 Porcentaje de empleo masculino y de empleo femenino en el sector turístico**

Cuántas mujeres y cuántos hombres trabajan en la empresa?

- | Mujeres | Hombres |                            |
|---------|---------|----------------------------|
| _____   | _____   | A tiempo completo          |
| _____   | _____   | A tiempo parcial           |
| _____   | _____   | De temporada               |
| _____   | _____   | Aprendices/En prácticas    |
| _____   | _____   | Otros (especifique): _____ |

**INDICADOR OPCIONAL****C.2.1.1 Porcentaje de empresas turísticas de cuya dirección general se encarga una mujer**

Is the general manager in your enterprise a woman or a man?

- \_\_\_\_\_ Mujer  \_\_\_\_\_ Hombre

## ENCUESTA PARA LAS EMPRESAS

**INDICADOR OPCIONAL****C.2.1.2 Comparación entre el salario medio femenino y el masculino en el sector turístico**

Indique el salario mensual bruto combinado de sus empleados:

<b>A tiempo parcial</b>	<b>Número de mujeres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____	<b>Número de hombres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____
<b>Nivel de entrada/ Puesto de baja cualificación</b>	<b>Número de mujeres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____	<b>Número de hombres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____
<b>Nivel medio/ Puesto cualificado</b>	<b>Número de mujeres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____	<b>Número de hombres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____
<b>Puesto de directivo de nivel medio</b>	<b>Número de mujeres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____	<b>Número de hombres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____
<b>Puesto de director ejecutivo</b>	<b>Número de mujeres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____	<b>Número de hombres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____
<b>Otros (especifique):</b> _____ _____	<b>Número de mujeres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____	<b>Número de hombres:</b> # _____ Salario bruto combinado € _____

**INDICADOR OPCIONAL****B.2.2.1 Precio medio por habitación en el destino**

Si la empresa es de alojamiento, ¿cuál es el precio medio de la habitación?

\_\_\_\_\_  No aplicable

**INDICADOR BÁSICO****C.3.2 Porcentaje de atracciones para visitantes accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos**

¿Participa en un plan de accesibilidad reconocido (sistema de certificación o etiquetado que valora la accesibilidad del alojamiento y las atracciones para los visitantes con movilidad reducida)?

Sí  No

**INDICADOR BÁSICO****C.3.1 Porcentaje de alojamiento comercial con habitaciones accesibles para las personas con discapacidad o que participan en planes de accesibilidad reconocidos**

Si la empresa es de alojamiento, ¿posee habitaciones adaptadas a las necesidades especiales de los visitantes con discapacidad o con movilidad reducida?

Sí  No  No aplicable

**INDICADOR BÁSICO****B.4.1 Porcentaje de empresas turísticas sometidas a inspección de incendios en el último año**

¿Se ha realizado en la empresa una inspección de incendios en el último año?

Sí  No

Fecha de la inspección: \_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****B.2.1.2 Porcentaje de las diez mayores empresas activas en gestión del destino/comercialización cooperativa**

¿Participa la empresa en alguna actividad de comercialización cooperativa del destino (p. ej., asociaciones de empresas turísticas o programas promocionales o publicitarios)?

Sí  No



## ENCUESTA PARA LAS EMPRESAS

**INDICADOR OPCIONAL****A.4.1.1 Porcentaje de empresas que comunican sus esfuerzos de sostenibilidad a los visitantes en sus productos, su marketing y su marca**

¿Se comunica al público la postura de la empresa en cuanto a la sostenibilidad (mediante folletos informativos para el visitante, páginas web, etc.)? Es decir, ¿poseen estas publicaciones una sección específica para las cuestiones e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad?

- Sí  No

**INDICADOR BÁSICO****A.2.1 Porcentaje de empresas/establecimientos del destino que utilizan un certificado/etiquetado voluntario verificado para las medidas medioambientales/de calidad/de sostenibilidad o RSE**

¿Posee la empresa algún certificado medioambiental o de sostenibilidad (p. ej., ISO 14.001, EMAS, etiqueta ecológica para el turismo, etc.)?

- Sí  No

**INDICADOR OPCIONAL****A.2.1.1 Número de empresas/establecimientos turísticos con informes de sostenibilidad acordes con la *Global Reporting Initiative (GRI)***

¿Posee su empresa un informe de sostenibilidad con arreglo a la Global Reporting Initiative?

- Sí  No

**INDICADOR BÁSICO****B.5.1 Porcentaje de empresas turísticas que participan activamente en iniciativas para surtir de productos y servicios locales, sostenibles y de comercio justo**

¿Qué porcentaje de sus productos y servicios (aparte de los alimentos y bebidas) proceden del comercio local, sostenible o justo?

- < 10 %  
 10 – 25 %  
 25 – 50 %  
 > 50 %

**INDICADOR OPCIONAL****B.5.1.2 Porcentaje de empresas turísticas que se abastecen como mínimo en un 25 % de alimentos y bebidas de productores locales/regionales**

Si en la empresa se sirven comidas y bebidas, ¿qué porcentaje de estos productos son de procedencia local o regional?

- No aplicable  
 < 10 %  
 10 – 25 %  
 25 – 50 %  
 > 50 %

**INDICADOR BÁSICO****D.2.1 Porcentaje de empresas turísticas que participan en planes de mitigación del cambio climático mediante, por ejemplo, sistemas de compensación del CO<sub>2</sub>, de bajo consumo de energía, etc., y respuestas y actuaciones de «adaptación»**

¿Participa la empresa en planes de mitigación del cambio climático (p. ej., sistemas de compensación del CO<sub>2</sub>, de bajo consumo de energía, etc.)?

- Sí  No

Si lo hace, ¿en cuáles? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Participa la empresa en algún tipo de acción de adaptación al cambio climático (p. ej., recogida y almacenamiento de agua, reubicación, si procede, de atracciones turísticas, etc.)?

- Sí  No

Si lo hace, ¿en cuáles? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****D.6.1.1 Porcentaje de empresas turísticas que han adoptado la iluminación de bajo consumo**

¿Ha adoptado la empresa la iluminación de bajo consumo (p. ej., LED)?

- Sí  No

## ENCUESTA PARA LAS EMPRESAS

**INDICADOR BÁSICO****D.6.1 Comparación del consumo de energía por turista y noche con el de la población general por persona y noche**

Si la empresa es de alojamiento, ¿cuánta energía ha consumido durante el último mes disponible?

\_\_\_\_\_

Si la empresa es de alojamiento, ¿cuántas pernoctaciones registró ese mes?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****D.6.1.2 Consumo anual de energía procedente de fuentes renovables (en Mwh) como porcentaje del consumo total de energía**

¿Utiliza la empresa fuentes de energía renovables (p. ej., paneles solares, biomasa, turbinas eólicas, etc.)?

Sí  No

Si lo hace, ¿qué porcentaje de la energía consumida procede de esas fuentes?

\_\_\_\_\_ %

**INDICADOR OPCIONAL****D.3.1.1 Porcentaje de empresas turísticas que separan diferentes tipos de residuos**

¿Separa la empresa los diferentes tipos de residuos?

Sí  No

**INDICADOR BÁSICO****D.5.1 Comparación del consumo de agua dulce por turista y noche con el de la población general por persona y noche**

Si la empresa es de alojamiento, ¿cuál fue el total de agua que se consumió en el establecimiento durante el periodo correspondiente a la última lectura?

Fecha de la primera lectura \_\_\_\_\_

Lectura real \_\_\_\_\_ m<sup>3</sup>

Fecha de la primera lectura \_\_\_\_\_

Lectura real \_\_\_\_\_ m<sup>3</sup>

**INDICADOR OPCIONAL****D.5.1.1 Porcentaje de empresas turísticas con cabezales de ducha y grifos de flujo reducido o dobles cisternas/urinarios secos**

¿Lleva a cabo la empresa alguna acción de ahorro de agua (p. ej., instalación de dobles cisternas o urinarios secos, cabezales de ducha y grifos de flujo reducido, riego de los jardines por goteo, etc.)?

Sí  No

**INDICADOR OPCIONAL****D.5.1.2 Porcentaje de empresas turísticas que utilizan aguas recicladas**

¿Se usa en la empresa agua reciclada?

Sí  No

**INDICADOR OPCIONAL****D.2.1.2 Porcentaje de alojamiento turístico e infraestructura de atracciones situados en «zonas vulnerables»**

¿Está la empresa situada en una «zona vulnerable» (propensa a las inundaciones, aludes, etc.)?

Sí  No

**INDICADOR OPCIONAL****D.7.1.1 Porcentaje de las empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, la conservación y la gestión de la biodiversidad y los paisajes locales**

¿Participa la empresa en algún tipo de acción de apoyo a la protección, la conservación y la gestión de la biodiversidad y los paisajes locales (p. ej., colaboración en actividades de educación medioambiental en hábitat o zonas naturales, patrocinio de actividades o instalaciones en parques naturales, etc.)?

Sí  No

Si lo hace, ¿en cuáles? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Encuesta para los residentes

### ENCUESTA PARA LOS RESIDENTES

*Esta encuesta contiene una lista de preguntas que pueden servir para reunir la información necesaria sobre los indicadores relativos a los datos sobre los residentes. Puede utilizar todas las preguntas o limitarse a una selección de ellas.*

*Nota: en la encuesta se mencionan los indicadores pertinentes para cada pregunta, de modo que queda patente la relación entre preguntas e indicadores.*

*Antes de realizar las encuestas, suprima la información del indicador.*

Por favor, dedique unos minutos a ayudarnos a mejorar la calidad de nuestro destino. Todas las respuestas son confidenciales. Gracias por su colaboración.

#### INDICADOR OPCIONAL

##### C.1.1.1 Porcentaje de residentes satisfechos con el turismo en el destino (por mes/temporada)

En general, estoy muy satisfecho con el turismo en mi destino.

	Estoy muy de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy relativamente de acuerdo	No estoy de acuerdo	Estoy muy en desacuerdo
En otoño	0	0	0	0	0
En invierno	0	0	0	0	0
En primavera	0	0	0	0	0
En verano	0	0	0	0	0

#### CUESTIÓN PERTINENTE OPCIONAL

El turismo y los turistas que visitan mi destino aportan ventajas a la **comunidad**.

Estoy muy de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy relativamente de acuerdo	No estoy de acuerdo	Estoy muy en desacuerdo
0	0	0	0	0

#### CUESTIÓN PERTINENTE OPCIONAL

El turismo y los turistas que visitan mi destino me aportan ventajas **a mí**.

Estoy muy de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy relativamente de acuerdo	No estoy de acuerdo	Estoy muy en desacuerdo
0	0	0	0	0

#### INDICADOR OPCIONAL

##### A.1.1.1 Porcentaje de residentes satisfechos de su participación y su influencia en la planificación y el desarrollo del turismo

En general, estoy muy satisfecho de la participación de los residentes y su influencia en la planificación y el desarrollo del turismo.

Estoy muy de acuerdo	Estoy de acuerdo	Estoy relativamente de acuerdo	No estoy de acuerdo	Estoy muy en desacuerdo
0	0	0	0	0

#### INDICADOR OPCIONAL

##### C.4.1.1 Porcentaje de residentes con opiniones positivas y negativas del impacto del turismo en la identidad del destino

¿Cómo cree que influye el turismo en **el carácter distintivo y la identidad, la cultura y el patrimonio locales** de su destino?

- Los perjudica
- Ayuda a mantenerlos
- Ayuda a mejorarlos
- No influye en ellos

#### CUESTIÓN PERTINENTE OPCIONAL

¿Cómo cree que influye el turismo en **la calidad de vida** de su destino?

- La perjudica
- Ayuda a mantenerla
- Ayuda a mejorarla
- No influye en ella

**CUESTIÓN DEMOGRÁFICA OPCIONAL**

¿A qué género pertenece?

- Hombre  Mujer

**CUESTIÓN DEMOGRÁFICA OPCIONAL**

¿A qué grupo de edad pertenece?

- 15 – 24  
 25 – 49  
 50 – 64  
 65 – 79  
 80 o más

**CUESTIÓN DEMOGRÁFICA OPCIONAL**

¿Cuál de las siguientes descripciones se ajusta mejor a su situación laboral?

- Empleo a tiempo completo (más de 30 horas por semana)  
 Empleo a tiempo parcial (menos de 30 horas por semana)  
 Empleo ocasional  
 Estudiante  
 Jubilado / Pensionista  
 Actualmente no tengo un empleo remunerado

## Encuesta para los visitantes

### ENCUESTA PARA LOS VISITANTES

*Esta encuesta contiene una lista de preguntas que pueden servir para reunir la información necesaria sobre los indicadores relativos a los **datos sobre los visitantes**. Puede utilizar todas las preguntas o limitarse a una selección de ellas.*

*Nota: en la encuesta se mencionan los indicadores pertinentes para cada pregunta, de modo que queda patente la relación entre preguntas e indicadores.*

*Antes de realizar las encuestas, suprima la información del indicador.*

Por favor, dedique unos minutos a ayudarnos a mejorar su experiencia en nuestro destino.

Gracias por su colaboración.

Fecha de su visita a nuestro destino: \_\_\_\_\_

#### INDICADOR OPCIONAL

##### **D.1.2.1 Distancia media (en km) recorrida por los excursionistas desde y al destino**

¿Cuáles son su país y su código postal de residencia?

País: \_\_\_\_\_

Código postal: \_\_\_\_\_

#### INDICADOR BÁSICO

##### **D.1.2 Distancia media (en km) que recorren los turistas hasta y desde su domicilio y distancia media (en km) recorrida desde el destino previo al actual**

¿Desde dónde ha venido?

Desde su casa  Desde otro destino: \_\_\_\_\_

(especifíquelo)

#### INDICADOR BÁSICO

##### **D.1.1 Porcentaje de turistas y excursionistas que utilizan los diferentes medios de transporte para llegar al destino (público o privado y tipo)**

¿Cuál ha sido el medio de transporte principal que ha utilizado para venir?

- Tren
- Avión
- Autobús
- Automóvil (propio, de amigos, de la empresa)
- Automóvil (alquilado)
- Motocicleta
- Bicicleta
- A pie
- Caravana/Furgoneta/Camioneta
- Barco/Buque/Transbordador
- Otro (especifique): \_\_\_\_\_

#### INDICADOR OPCIONAL

##### **D.1.1.1 Porcentaje de visitantes que utilizan servicios de transporte local/de movilidad blanda/público para desplazarse por el destino**

¿Qué medio de transporte ha utilizado / tiene previsto utilizar durante su estancia?

- Bicicleta
- Transporte público local (autobús, tren...)
- Otros (automóvil privado, autobús turístico, taxi...)

## ENCUESTA PARA LOS VISITANTES

**INDICADOR BÁSICO****B.1.1 Número de turistas que pernoctan al mes**

¿Ha pernoctado aquí?

 Sí**INDICADOR BÁSICO****B.2.1 Duración media de la estancia de un turista (noches)**

Si la respuesta es Sí, indique cuantas noches ha permanecido en este destino:

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****B.1.1.2 Número de excursionistas en temporada alta y en temporada baja** No**INDICADOR OPCIONAL****B.2.1.1 Duración media de la estancia de un excursionista (horas)**

Si la respuesta es No, indique cuantas horas ha permanecido en este destino.

\_\_\_\_\_

**INDICADOR OPCIONAL****A.3.1.1 Porcentaje de visitantes que repiten/vuelven (en 5 años)**

¿Es esta su primera visita a este destino?

 Sí  No

Si la respuesta es No, ¿cuántas veces ha visitado este destino en los últimos cinco años?

\_\_\_\_\_

**INDICADOR BÁSICO****B.1.2 Gasto diario por turista (alojamiento, alimentación y bebida, otros servicios)****INDICADOR OPCIONAL****B.1.1.3 Gasto diario por excursionista**¿Cuánto ha gastado **por persona y día** durante su estancia? (incluyendo alojamiento, transporte dentro del destino, alimentos y bebidas, compras y gastos de entretenimiento)
 < 25 €       100 – 200 €  
 25 – 50 €       > 200 €  
 50 – 100 €
**INDICADOR BÁSICO****A.3.1 Porcentaje de visitantes satisfechos con su experiencia general en el destino**

En general, estoy satisfecho de mi visita a este destino.

Estoy muy de acuerdo

0

Estoy de acuerdo

0

Estoy relativamente de acuerdo

0

No estoy de acuerdo

0

Estoy muy en desacuerdo

0

¿Tiene usted o alguien que viaje con usted una discapacidad o movilidad reducida?

 Sí  No

Si la respuesta es Sí, indique cuál de estas respuestas se ajusta mejor a su opinión:

**INDICADOR OPCIONAL****C.3.2.1 Porcentaje de visitantes satisfechos con la accesibilidad del destino para las personas con discapacidad o con necesidades de acceso específicas**

Este destino tiene en cuenta las necesidades especiales de los visitantes con discapacidad en todos sus ámbitos de funcionamiento (alojamiento, transporte público, atracciones turísticas, etc.)

Estoy muy de acuerdo

0

Estoy de acuerdo

0

Estoy relativamente de acuerdo

0

No estoy de acuerdo

0

Estoy muy en desacuerdo

0

**INDICADOR BÁSICO****A.4.1 Porcentaje de visitantes que declaran ser conscientes de los esfuerzos de sostenibilidad del destino**

¿Está al corriente de los esfuerzos e iniciativas de este destino en cuestión de sostenibilidad?

 Sí  No

## Lista de posibles partes interesadas

### **Información para los Coordinadores de Destinos Locales Formación de un Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI)**

Para poder recoger los datos pertinentes y generar un sentimiento de apropiación local, resulta esencial formar un Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI) integrado por representantes de una serie de disciplinas.

Se invitará a las partes interesadas a una reunión en la que recibirán información sobre los indicadores propuestos y el Sistema de gestión de indicadores, se debatirán estos temas y se harán aportaciones en este sentido. De la organización de la reunión se encargarán el Coordinador de Destino Local y su personal, así como, si conviene, la Organización de Turismo nacional o regional.

Asistirán a la reunión numerosos representantes del sector turístico y sectores relacionados. A continuación se incluye una lista de posibles partes interesadas que podrían formar parte del GTPI, así como una plantilla de carta de invitación. Se pueden utilizar según convenga y adaptarse a circunstancias particulares. Es probable que prefiera dirigirse por teléfono o correo electrónico, por ejemplo, a algunas personas a las que conoce bien, mientras que para otras partes interesadas, especialmente si pertenecen a otras disciplinas (proveedores de energía, abastecedores de agua, policía, etc.) le convendrá modificar ligeramente la invitación para hacer hincapié en la pertinencia de la iniciativa para su sector.

**Esta lista contiene algunas sugerencias, si bien también puede invitar a cualquier parte interesada que le parezca apropiada para su destino. Por lo general, un grupo medio de partes interesadas constará de entre 15 y 20 personas (menos si el destino es pequeño).**

#### **Representantes de:**

- Organización Turística regional/local y Empresa de Desarrollo Turístico
- Departamentos de Planificación Local, Transporte y Desarrollo Urbano/Rural
- Departamento de Gestión de Residuos (aguas residuales y residuos sólidos)
- Departamento o Compañía de Abastecimiento de Agua (local y regional)
- Departamento o Proveedor de Energía
- Policía / Departamento de Seguridad
- Departamento de Gestión de Zonas Forestales y Protegidas o Parques
- Aeropuerto / Autoridad portuaria (si procede)
- Asociación Hotelera o Turística local
- Asociaciones de Guías Turísticos, Campings Caravanas, Villas y Apartamentos
- Organizaciones No Gubernamentales pertinentes
- Cámara de Comercio local
- Asociaciones o sindicatos de empleados del sector turístico
- Instituciones académicas pertinentes que participan en la investigación asociada

### Plantilla de carta de invitación

Fecha

Estimado/a Señor/a Nombre (parte interesada)

Para desarrollar una industria turística rentable y sostenible en (Destino), hemos decidido utilizar una herramienta de gestión basada en indicadores facilitada por la Comisión Europea. Esta herramienta, llamada XXXX, se basa en un proceso reconocido y determinado por partes interesadas locales de una serie de disciplinas relacionadas que conforman un grupo de trabajo.

Dado que ustedes desempeñan un importante papel en el funcionamiento y la gestión locales del turismo, deseáramos invitarles a unirse al Grupo de Trabajo de Partes Interesadas (GTPI) y a asistir a una reunión inicial que se celebrará el

**(Fecha y hora)**  
en **(lugar)**

En dicha reunión presentaremos de manera general el Sistema de gestión y sus posibilidades para el desarrollo del turismo en (Destino). Podrán presentar sus puntos de vista sobre lo que consideren cuestiones clave y ayudar a establecer prioridades entre los diferentes ámbitos de actuación.

El turismo nos afecta a todos. Por lo tanto, al estar representadas en el GTPI diferentes disciplinas que aportarán sus conocimientos, su experiencia y los datos correspondientes a sus sectores, podremos trazar una imagen precisa de nuestra industria turística y su interacción con los otros aspectos de la economía local, la comunidad y el medio ambiente. Se trata de una gran oportunidad de reunirnos y ayudar a desarrollar el tipo de turismo que deseamos para nuestra zona. Nos gustaría mucho contar con ustedes.

Por favor, hágannos saber si podrán asistir. Quedamos a la espera de su contestación.

Atentamente,

(Su nombre)



**ENTERPRISE & INDUSTRY MAGAZINE**

The online *ENTERPRISE & INDUSTRY MAGAZINE* ([http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/index_en.htm)) covers issues related to SMEs, innovation, entrepreneurship, the single market for goods, competitiveness and environment protection, industrial policies across a wide range of sectors, and more.

The printed edition of the magazine is published three times a year. You can subscribe online ([http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/print-edition/subscription/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/magazine/print-edition/subscription/index_en.htm)) to receive it in French, Spanish, German or Italian - free of charge by post.

Comisión Europea

**Herramienta del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para Destinos Sostenibles**

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea

2013 — 56 p. — 21 × 29.7 cm

ISBN 978-92-79-29340-5

doi:10.2769/47151

## **CÓMO OBTENER LAS PUBLICACIONES DE LA UNIÓN EUROPEA**

### **Publicaciones gratuitas:**

- Un único ejemplar:  
A través de EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).
- Varios ejemplares/pósteres/mapas:  
En las representaciones de la Unión Europea ([http://ec.europa.eu/represent\\_es.htm](http://ec.europa.eu/represent_es.htm)),  
en las delegaciones en terceros países ([http://eeas.europa.eu/delegations/index\\_es.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/index_es.htm))  
o contactando con Europe Direct a través de [http://europa.eu/europedirect/index\\_es.htm](http://europa.eu/europedirect/index_es.htm)  
o del teléfono 00 800 6 7 8 9 10 11 (gratuito en toda la Unión Europea) (\*).

(\* Tanto la información como la mayoría de las llamadas (excepto desde algunos operadores, cabinas u hoteles) son gratuitas.

### **Publicaciones de pago:**

- A través de EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).

### **Suscripciones de pago:**

- A través de los distribuidores comerciales de la Oficina de Publicaciones de la Unión Europea ([http://publications.europa.eu/others/agents/index\\_es.htm](http://publications.europa.eu/others/agents/index_es.htm)).



ISBN 978-92-79-29340-5



9 789279 293405

doi:10.2769/47151