



**Destino Turístico  
Inteligente**

# **Informe Diagnóstico y Plan de Acción Destino Turístico Inteligente**

Edición 2024

# **Ponferrada**



**Ayuntamiento  
Ponferrada**



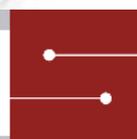
**Ponferrada**  
Mil maneras de vivirla



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



**SEGITTUR**  
turismo e innovación



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

Texto e imágenes:

SEGITTUR / Ayuntamiento de Ponferrada (León)

Junio 2024

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Diagnóstico y caracterización</b>	<b>5</b>
Caracterización	6
Resultado total y por ejes	7
Resultado por ejes y ámbitos	9
Sumario: resultado por ejes y ámbitos	11
Resultados por requisitos	12
<b>Recomendaciones</b>	<b>17</b>
Eje Gobernanza	18
Eje Innovación	31
Eje Tecnología	42
Eje Sostenibilidad	56
Eje Accesibilidad	76
<b>Anexo 1.</b>	<b>98</b>
1. Metodología de diagnóstico DTI	98
2. Recogida y fuentes de información	106
3. Cambios metodológicos y comparabilidad	106
<b>Anexo 2.</b>	<b>109</b>
Definiciones de conceptos DTI	109
<b>Anexo 3.</b>	<b>115</b>
Propuesta plantilla Plan de Acción	115
<b>Anexo 4.</b>	<b>116</b>
Agradecimientos	116

# INTRODUCCIÓN

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

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

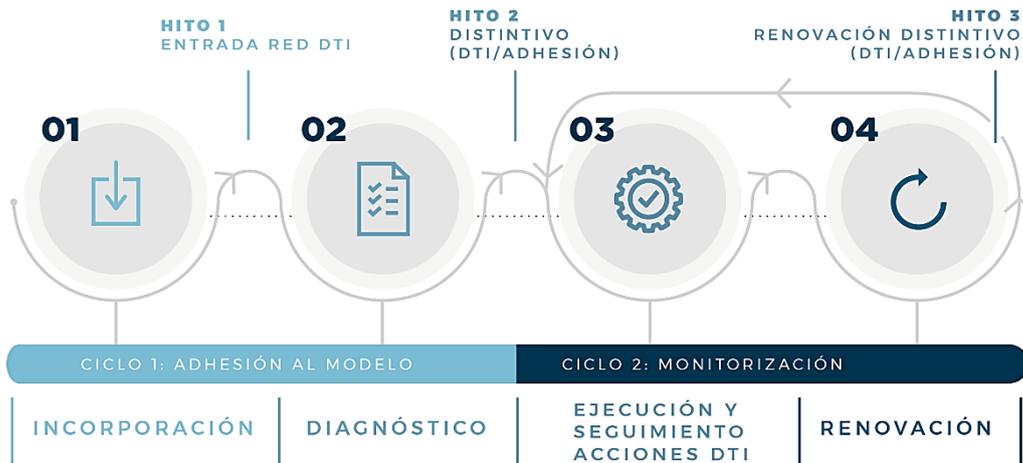
La metodología de gestión estratégica del DTI trabaja desde un enfoque transversal basado en cinco ejes: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, con el que se impulsa un trabajo coordinado dentro de la misma organización y con los agentes externos (públicos y privados) que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

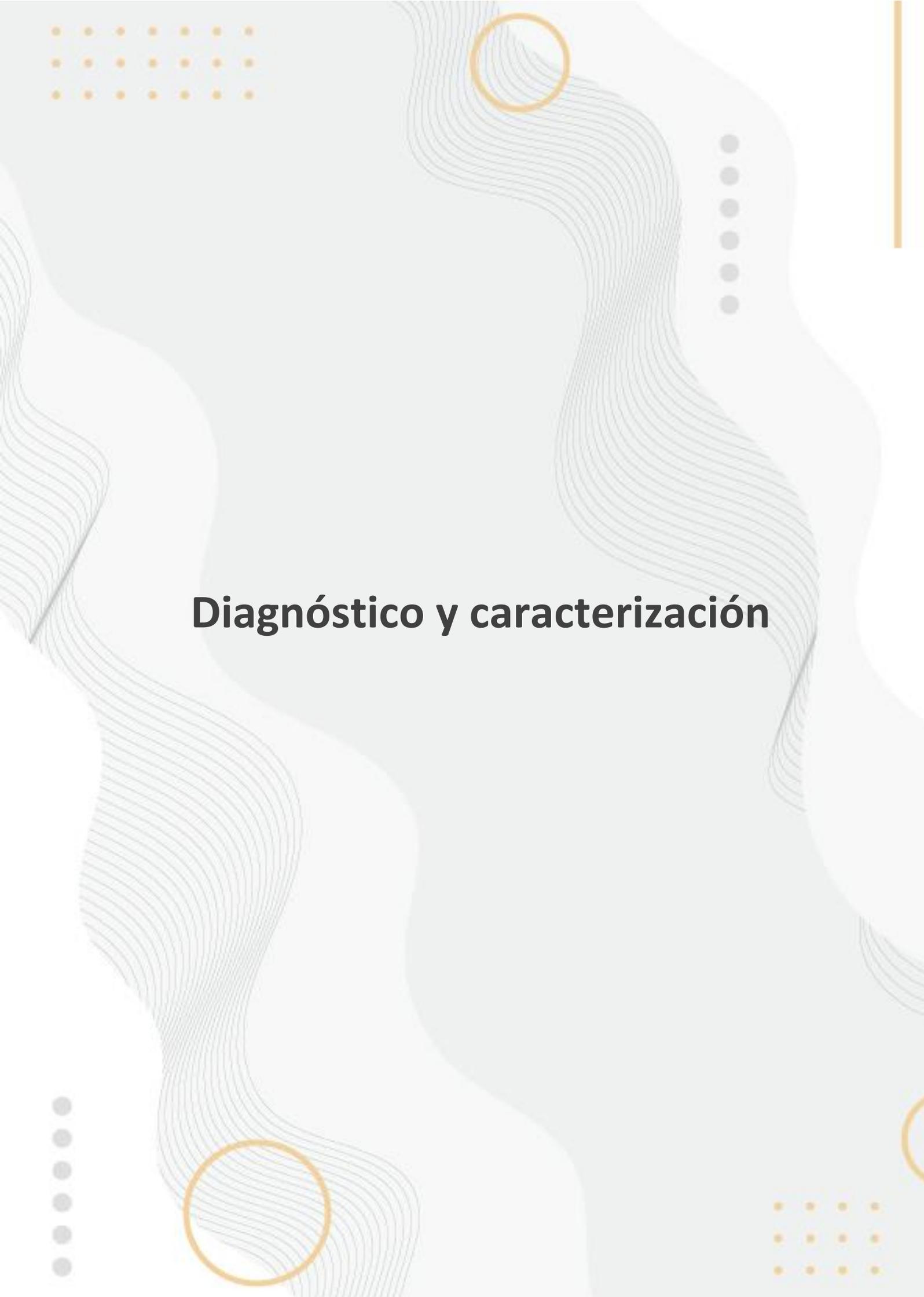
La gestión turística pasa a ser un elemento cohesionador que impulsa la competitividad y la mejora de la experiencia de los visitantes junto con la calidad de vida de los residentes desde los parámetros de sostenibilidad y accesibilidad y con la tecnología y la innovación como palancas impulsoras.

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

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

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





# Diagnóstico y caracterización

# CARACTERIZACIÓN

## Ponferrada (León)

### Principales indicadores

Tipología: urbano de interior

Población:	63.062	Superficie:	283 km <sup>2</sup>
Densidad:	222,83	Ratio turista/residente:	1,80
N.º Turistas:	113.235	N.º Pernoctaciones:	161.799
Estancia media:	1,43	Gasto medio diario:	-
N.º Turistas nacionales:	80.284	N.º Pernoctaciones nacionales:	118.193
Estancia media:	1,47	Gasto medio diario:	71 €
N.º Turistas internacionales:	32.951	N.º Pernoctaciones internacionales:	43.606
Estancia media:	1,32	Gasto medio diario:	140 €
N.º Hoteles y hostales:	30	N.º Acampamentos:	-
Alojamientos rurales:	-	N.º Apartamentos turísticos:	-
		N.º Viviendas Uso Turístico:	592
N.º Empleos turismo:	-	N.º Empresas turísticas:	1.747
% Empleo turismo/total:	-		
Presupuesto Turismo:	407.716 €	Ratio Presupuesto Turismo/Total:	5,0%
N.º Personas Turismo Ente:	2	N.º Bienes Interés Cultural:	2

Fuentes y año de referencia: Población en 2023, Censo (INE). Turistas y pernoctaciones alojados en hoteles, datos para 2023 de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). Los gastos medios diarios obtenidos de EGATUR en el caso de turistas internacionales y de ETR para los nacionales para 2023 y destino Castilla y León. Datos de oferta procedentes del SIT de SEGITTUR. (-) Dato no disponible.

**Ponferrada** es la capital de la comarca leonesa del Bierzo. Tiene una extensión de 283 km<sup>2</sup> con una población de 63 mil habitantes. En 2023 recibió más de 113 mil turistas y 161 mil pernoctaciones hoteleras y un impacto directo de 15 millones de euros. El sector industrial, agroalimentario y el comercio son sus actividades principales junto al turismo.

Referente en turismo cultural, artístico y patrimonial, gastronómico y de naturaleza, además de Camino de Santiago. Ofrece una amplia oferta turística y cultural, cuenta con joyas histórico artísticas como el **Castillo Templario de los siglos XI-XV**.

Dispone de museos como el del Bierzo, el de la Radio, el del Ferrocarril, el de la Energía, y un atractivo casco histórico con la Basílica de la Encina, Calle del Reloj y su torre. **Ponferrada** se extiende al sur hasta los Montes Aquilianos y las tierras de Valdueza a través de un paisaje espectacular: Santiago de Peñalba y su iglesia mozárabe del siglo X, Montes de Valdueza y su Monasterio, Compludo y su herrería.

# RESULTADO TOTAL Y POR EJES

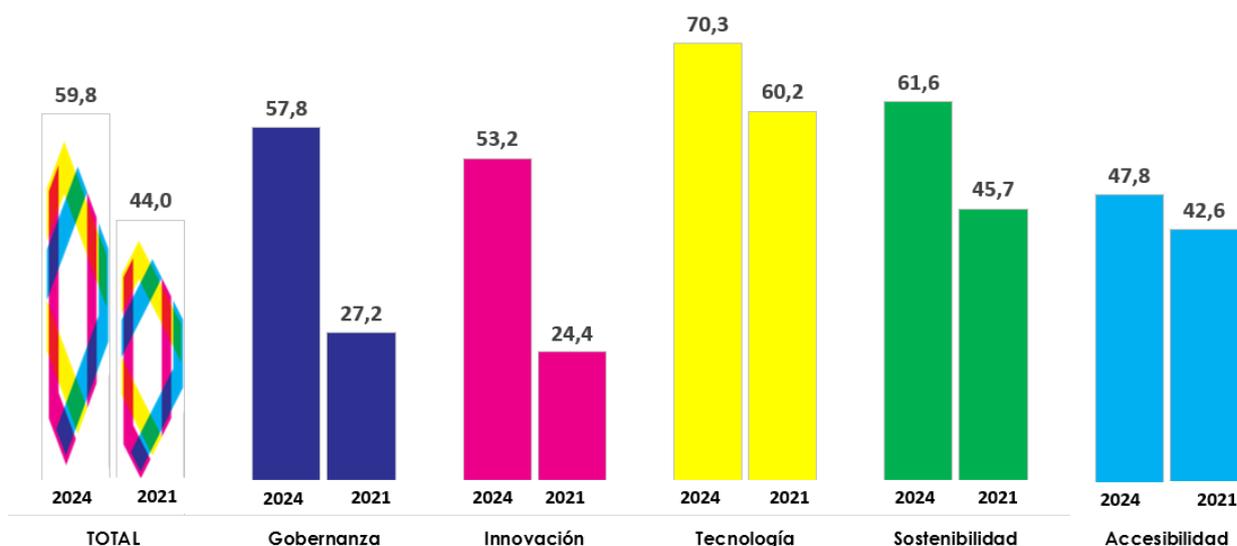
## Revisión del grado de cumplimiento 2024 versus 2021

El grado de cumplimiento medio del total de requisitos viene determinado por el resultado obtenido por cada uno de los ejes de actuación. Se comprueba que el grado de cumplimiento medio del total de requisitos de la metodología DTI por parte de **Ponferrada en 2024** es del **59,8%**.



**Ponferrada**  
Destino Turístico Inteligente  
Adherido 2024-2026

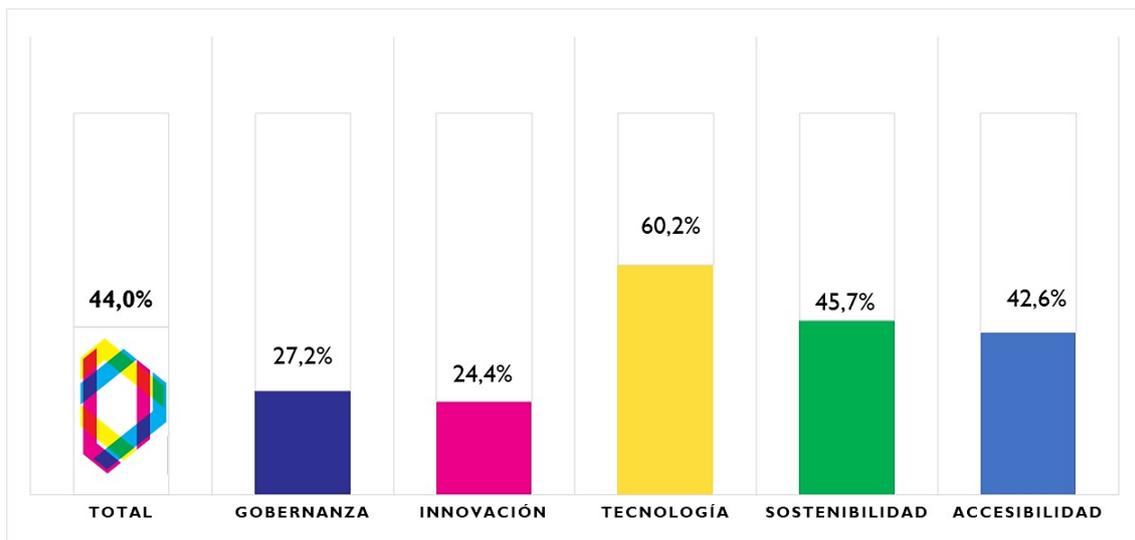
## Conversión de Ponferrada en DTI: comparativa 2024 versus 2021.



Fuente: Elaboración propia por SEGITTUR, columna izquierda 2024 y columna derecha 2021

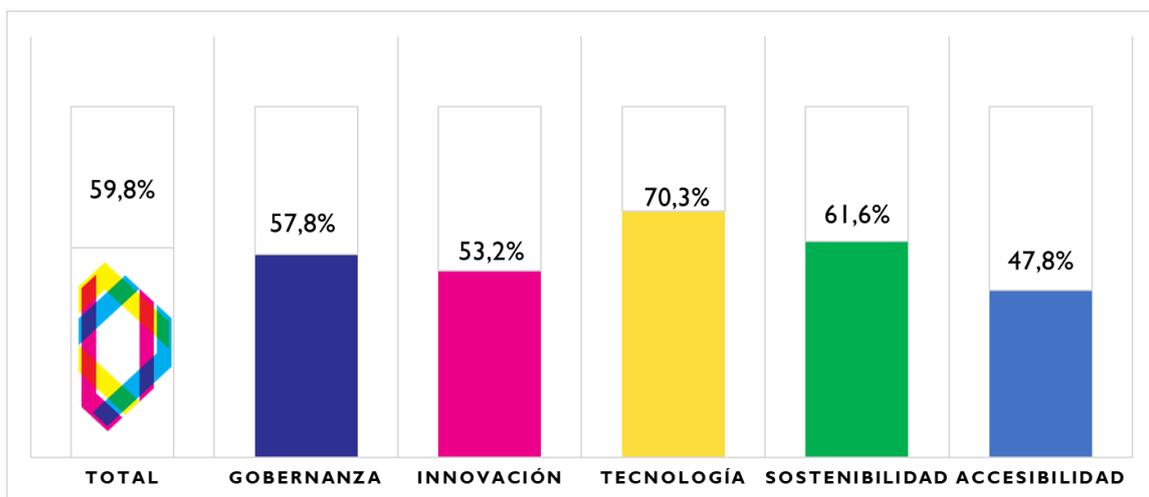
En 2021, Ponferrada cumplía en un 44% con los requisitos de la metodología DTI. Tras la revisión de los requisitos, en 2024, el grado de cumplimiento alcanza el 59,8%. En el grado de cumplimiento por ejes, se observan avances en todos los ejes. El resultado de la revisión del diagnóstico DTI en 2024 refleja que el destino renueva el distintivo DTI adherido.

## Grado de cumplimiento de los requisitos en 2021



Fuente: SEGITTUR.

## Grado de cumplimiento de los requisitos en 2024

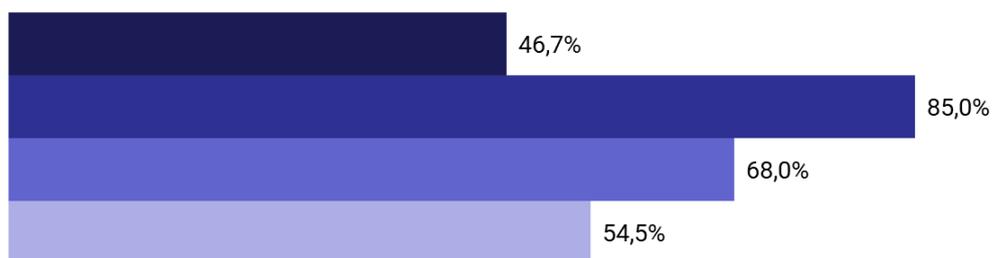


Fuente: SEGITTUR.

En 2024 el eje con mayor grado de cumplimiento es **Tecnología** con un **70,3%**, seguido de los ejes de **Sostenibilidad (61,6%)**, **Gobernanza (57,8%)**, **Innovación** con un **53,2%** y **Accesibilidad (47,8%)**.

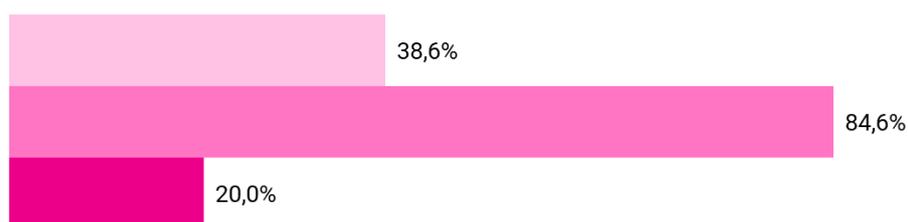
# RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

## EJE GOBERNANZA



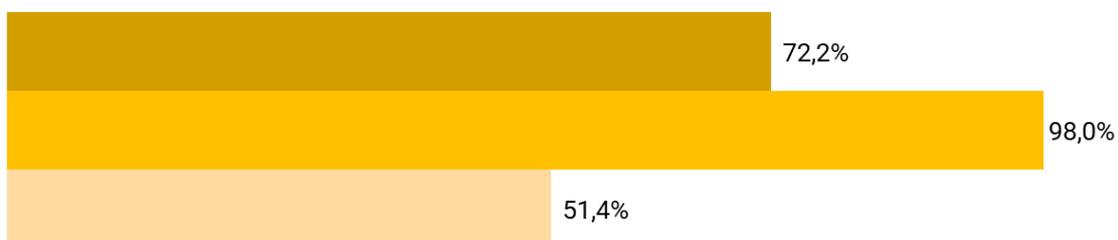
- GOB. A. Visión estratégica e implementación
- GOB. B. Eficiencia en la gestión
- GOB. C. Transparencia y participación
- GOB. D. Responsabilidad y control

## EJE INNOVACIÓN



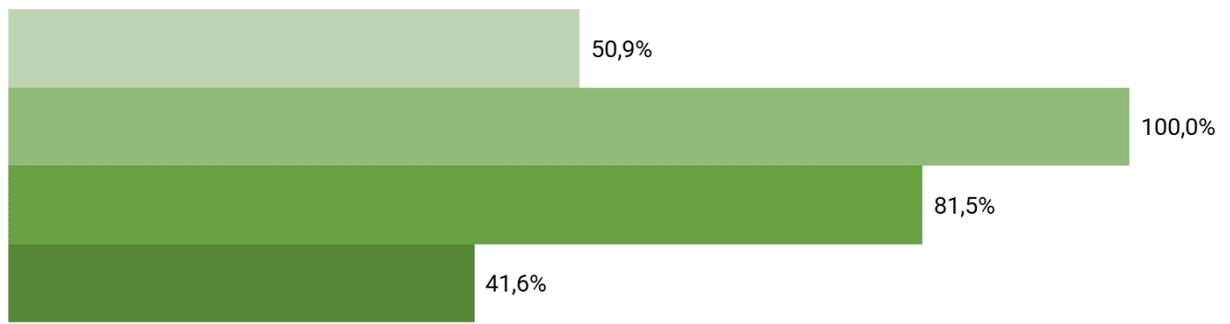
- INN. A. Gestión / Gobernanza innovadora
- INN. B. Actividades de Innovación
- INN. C. Ecosistema de Innovación

## EJE TECNOLOGÍA



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

## EJE SOSTENIBILIDAD



- SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística
- SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural
- SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente
- SOS. D. Desarrollo socioeconómico y economía circular

## EJE ACCESIBILIDAD



- ACC. A. Gestión de la accesibilidad en el Destino
- ACC. B. Implantación de la accesibilidad en el DTI

## SUMARIO: RESULTADO POR EJES Y ÁMBITOS

<b>Ponferrada</b>	<b>59,8%</b>
<b>VALORACIÓN DEL DESTINO POR EJES</b>	
GOB. Gobernanza	57,8%
INN. Innovación	53,2%
TEC. Tecnología	70,3%
SOS. Sostenibilidad	61,6%
ACC. Accesibilidad	47,8%
<b>VALORACIÓN DEL DESTINO POR ÁMBITOS</b>	
GOB. A. Visión estratégica e implementación	46,7%
GOB. B. Eficiencia en la gestión	85,0%
GOB. C. Transparencia y participación	68,0%
GOB. D. Responsabilidad y control	54,5%
INN. A. Gestión / Gobernanza innovadora	38,6%
INN. B. Actividades de Innovación	84,6%
INN. C. Ecosistema de Innovación	20,0%
TEC. A. Tecnologías aplicadas a la gobernanza	72,2%
TEC. B. Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad	98,0%
TEC. C. Tecnologías para la gestión inteligente del turismo	51,4%
SOS. A. Gestión de la sostenibilidad turística	50,9%
SOS. B. Conservación, mejora y recuperación de patrimonio cultural	100,0%
SOS. C. Conservación, mejora y recuperación del medioambiente	81,5%
SOS. D. Desarrollo socioeconómico y economía circular	41,6%
ACC. A. Gestión de la accesibilidad en el Destino	50,0%
ACC. B. Implantación de la accesibilidad en el DTI	43,1%

## RESULTADOS POR REQUISITOS

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

GOBERNANZA		Valoración Requisito
GOB01	Relevancia del turismo en la organización	65%
GOB02	Herramientas de planificación estratégica	25%
GOB03	Herramientas de planificación de la promoción y comercialización	0%
GOB04	Creación de producto turístico	100%
GOB05	Programa de formación en la Entidad Local y a empresas	100%
GOB06	Estructuras de coordinación en la Entidad Local para el desarrollo de la actividad turística	75%
GOB07	Estructuras de colaboración público-privada y público-pública	60%
GOB08	Canales de comunicación con visitantes, residentes y sector	65%
GOB09	Fomento de la transparencia y la e-administración	95%
GOB10	Calidad turística	70%
GOB11	Monitorización de las acciones de fomento del turismo	0%
GOB12	Observatorio/proceso de medición de la actividad turística	65%

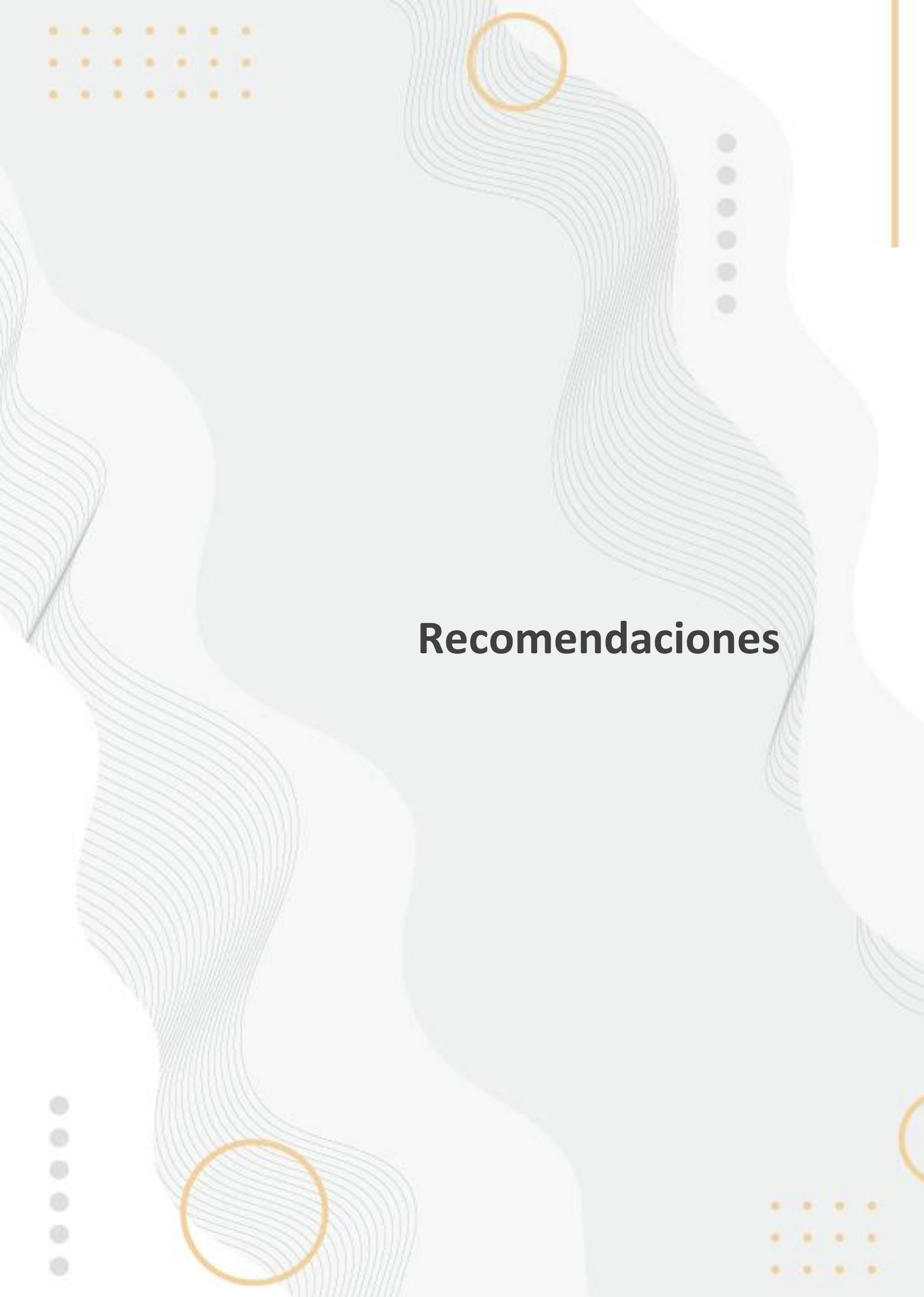
INNOVACIÓN		Valoración Requisito
INN01	Estrategia y sistema de gestión de la innovación en el destino	0%
INN02	Impulso a la Innovación en turismo a través de licitaciones	0%
INN03	Recursos públicos para la innovación	100%
INN04	Fomento de la innovación abierta	35%
INN05	Impulso de la innovación social	0%
INN06	Percepción de la Innovación por parte de residentes y visitantes	100%
INN07	Desarrollo de productos y servicios turísticos innovadores	100%
INN08	Innovación en procesos	100%
INN09	Impulso del ecosistema de innovación en el destino	20%

<b>TECNOLOGÍA</b>		<b>Valoración Requisito</b>
<b>TEC01</b>	Área / Unidad para la gestión TIC	<b>100%</b>
<b>TEC02</b>	Planificación estratégica y proyecto Smart	<b>50%</b>
<b>TEC03</b>	Desarrollo smart en el destino	<b>40%</b>
<b>TEC04</b>	Estrategia de ciberseguridad	<b>60%</b>
<b>TEC05</b>	Plataforma de Datos Abiertos	<b>85%</b>
<b>TEC06</b>	Sistemas de comunicación bidireccional entre la administración y residentes y no residentes	<b>60%</b>
<b>TEC07</b>	Conectividad a redes fijas en el destino (fibra, móvil, satélite,...)	<b>100%</b>
<b>TEC08</b>	Conectividad a redes Móviles en el destino	<b>100%</b>
<b>TEC09</b>	Conectividad en puntos de interés turísticos (POIs) y Oficinas de Información Turística	<b>100%</b>
<b>TEC10</b>	Soluciones de Cloud Computing y Edge Computing	<b>100%</b>
<b>TEC11</b>	Disponibilidad de Wifi Gratuita	<b>100%</b>
<b>TEC12</b>	Sensorización y sistemas de gestión	<b>90%</b>
<b>TEC13</b>	Sistemas de gestión de espacios turísticos	<b>90%</b>
<b>TEC14</b>	Inteligencia Turística (Sistemas, tecnología y herramientas)	<b>45%</b>
<b>TEC15</b>	Portal Web de Turismo	<b>93%</b>
<b>TEC16</b>	Trazabilidad de las campañas de promoción	<b>100%</b>
<b>TEC17</b>	Tarjeta turística con soporte tecnológico avanzado	<b>50%</b>
<b>TEC18</b>	Aplicaciones turísticas	<b>100%</b>
<b>TEC19</b>	Señalización Inteligente	<b>70%</b>
<b>TEC20</b>	Nivel de tecnificación en Oficinas de turismo	<b>10%</b>
<b>TEC21</b>	Gestión automatizada de la relación con los visitantes	<b>0%</b>

<b>SOSTENIBILIDAD</b>		<b>Valoración Requisito</b>
<b>SOS01</b>	Planificación y gestión de las sostenibilidad turística del destino acorde a los ODS	<b>30%</b>
<b>SOS02</b>	Planeamiento u ordenación urbanística del destino/territorio adaptado a los principios de sostenibilidad	<b>100%</b>
<b>SOS03</b>	Fomento de una movilidad más ordenada y sostenible	<b>75%</b>
<b>SOS04</b>	Gestión sostenible de recursos turísticos	<b>40%</b>
<b>SOS05</b>	Medición de la capacidad de carga del turismo	<b>0%</b>
<b>SOS06</b>	Aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad al destino	<b>0%</b>
<b>SOS07</b>	Contribución del gasto turístico a la sostenibilidad	<b>0%</b>
<b>SOS08</b>	Gestión de la estacionalidad del destino	<b>100%</b>
<b>SOS09</b>	Marketing para un turismo sostenible	<b>0%</b>
<b>SOS10</b>	Legislación específica para el patrimonio natural y cultural	<b>100%</b>
<b>SOS11</b>	Apoyo económico a la sostenibilidad en el sector privado	<b>0%</b>
<b>SOS12</b>	Implicación de los visitantes en lo relativo a esfuerzos en materia de sostenibilidad	<b>100%</b>
<b>SOS13</b>	Promover la interacción entre el visitante y el residente	<b>100%</b>
<b>SOS14</b>	Concienciación sobre la sostenibilidad turística entre residentes y visitantes	<b>100%</b>
<b>SOS15</b>	Existencia de figura de protección para el patrimonio cultural	<b>100%</b>
<b>SOS16</b>	Diseño, construcción y protección del patrimonio y del paisaje	<b>100%</b>
<b>SOS17</b>	Inventario y plan de actuación para la conservación del patrimonio histórico-artístico	<b>100%</b>
<b>SOS18</b>	Programas de recuperación del patrimonio cultural	<b>100%</b>
<b>SOS19</b>	Fomento y protección de los recursos culturales locales	<b>100%</b>

<b>SOSTENIBILIDAD</b>		<b>Valoración Requisito</b>
<b>SOS20</b>	Protección del entorno natural local y de su biodiversidad	<b>100%</b>
<b>SOS21</b>	Gestión del Ciclo del Agua (Gestión, abastecimiento, depuración y reutilización de aguas)	<b>96%</b>
<b>SOS22</b>	Gestión de la calidad del aire	<b>100%</b>
<b>SOS23</b>	Valoración de mecanismos de minimización del ruido	<b>100%</b>
<b>SOS24</b>	Adaptación al cambio climático	<b>35%</b>
<b>SOS25</b>	Fomento de la eficiencia energética	<b>100%</b>
<b>SOS26</b>	Recogida selectiva y tratamiento de residuos	<b>80%</b>
<b>SOS27</b>	Protección de la economía, productos KM 0 y turismo local	<b>60%</b>
<b>SOS28</b>	Política de compras responsables y de apoyo a KM 0	<b>50%</b>
<b>SOS29</b>	Fomento de los proveedores de productos, servicios y experiencias turísticas locales de kilómetro 0	<b>25%</b>
<b>SOS30</b>	Impulso de programas/medidas de redistribución de beneficios y cargas producidos por el turismo	<b>0%</b>
<b>SOS31</b>	Política de diversificación y segmentación	<b>0%</b>
<b>SOS32</b>	Lucha contra la estacionalidad del empleo	<b>100%</b>
<b>SOS33</b>	Acciones formativas en materia de sostenibilidad	<b>0%</b>
<b>SOS34</b>	Oportunidades de empleo justas	<b>75%</b>
<b>SOS35</b>	Colaboración del ente gestor con escuelas y centros de turismo en actividades o programas de desarrollo sostenible	<b>0%</b>
<b>SOS36</b>	Garantizar la seguridad turística y gestión de crisis en el destino	<b>80%</b>
<b>SOS37</b>	Garantizar la salubridad del destino y el cumplimiento de protocolos de actuación específicos, y la normativa en materia de salud, higiene y seguridad alimentaria	<b>100%</b>
<b>SOS38</b>	Monitorización y atención sanitaria a visitantes	<b>75%</b>

<b>ACC01</b>	Normativa técnica de accesibilidad	<b>100%</b>
<b>ACC02</b>	Planificación en materia de accesibilidad	<b>50%</b>
<b>ACC03</b>	El Ente Gestor dispone de medios suficientes para la gestión de la accesibilidad	<b>0%</b>
<b>ACC04</b>	Formación del personal en accesibilidad	<b>0%</b>
<b>ACC05</b>	Conocimiento suficiente sobre la accesibilidad del destino	<b>40%</b>
<b>ACC06</b>	Mecanismos para la gestión, el desarrollo y el seguimiento de las acciones de accesibilidad	<b>80%</b>
<b>ACC07</b>	Accesibilidad en Seguridad y Emergencias	<b>25%</b>
<b>ACC08</b>	Fomento de la participación de los usuarios en la mejora de la Accesibilidad	<b>100%</b>
<b>ACC09</b>	El Ente Gestor incentiva la accesibilidad en el sector turístico privado	<b>30%</b>
<b>ACC10</b>	Promoción de la accesibilidad en el destino	<b>55%</b>
<b>ACC11</b>	Impulso al desarrollo de la accesibilidad mediante soluciones tecnológicas/innovadoras	<b>100%</b>
<b>ACC12</b>	Accesibilidad de la página web y de la app de turismo	<b>40%</b>
<b>ACC13</b>	Información-planificación previa para usuarios con distintas necesidades)	<b>0%</b>
<b>ACC14</b>	La información en destino es accesible	<b>40%</b>
<b>ACC15</b>	Conectividad del transporte interurbano con servicios/recursos turísticos del destino	<b>100%</b>
<b>ACC16</b>	Transporte local accesible	<b>80%</b>
<b>ACC17</b>	Valoración de la accesibilidad recursos, servicios y actividades turísticas	<b>36%</b>



# Recomendaciones

## RECOMENDACIONES

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

## EJE GOBERNANZA

---

### GOBERNANZA. **Ámbito A: Planificación estratégica**

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

---

## REDACCIÓN DE UN DOCUMENTO DE COMPROMISO CON EL DESARROLLO

### TURÍSTICO DEL DESTINO

GOB01\_01\_01\_R03

Se recomienda la redacción de un documento en el que se exprese el compromiso de la Entidad Local con el desarrollo turístico de Ponferrada.

La definición de una política turística, adaptada a las particularidades e idiosincrasia del territorio, que sirva de guion para todos los actores implicados y para los ciudadanos, que podrán conocer los objetivos perseguidos y los instrumentos que se utilizarán para su consecución, alineada con la estrategia de desarrollo que el Ayuntamiento tenga para el municipio en su conjunto.

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

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

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

---

## **FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE CIUDADANÍA Y EMPRESAS TURÍSTICAS**

### **EN EL PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO**

**GOB01\_01\_03\_R02**

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

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

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

---

## **INCLUSIÓN DE UNA LÍNEA ESPECÍFICA PARA TURISMO EN EL PLAN**

### **ESTRATÉGICO DE TERRITORIO**

**GOB01\_02\_01\_R01**

Se recomienda introducir una línea estratégica específica de turismo en el Plan estratégico del territorio, Agenda Urbana aprobada recientemente. Dado el impulso que se le quiere dar al turismo con el proyecto Destino Turístico Inteligente, éste debería tener un espacio propio, destacando su relevancia en la planificación con acciones relacionadas directamente con su desarrollo.

La Agenda Urbana de Ponferrada o plan estratégico de la ciudad será el punto de partida para la realización de la planificación turística del destino, por lo tanto, se entiende que la estructura DTI con los cinco ejes: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, es un buen punto de partida para estructurarlo.

La Agenda Urbana de Ponferrada es el documento base para la planificación estratégica integral del municipio, que abarca todos los aspectos relacionados con su gestión desde la coordinación de todas las áreas y buscando sinergias que lo hagan más efectivo, lo que para el desarrollo de la actividad turística es muy importante por su transversalidad.

---

## **REDACCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO**

### **GOB01\_02\_02\_R06**

Se recomienda la redacción de un Plan estratégico de turismo para Ponferrada que deberá establecer misión, visión y objetivos, así como los medios y las acciones concretas para su consecución, que se plasmarán en un plan de acción, sobre el que se hará el correspondiente seguimiento y evaluación, a través de indicadores preestablecidos. El plan debe estar basado en un análisis y diagnóstico exhaustivo del destino, que permita definir las estrategias para su consecución, haciendo referencia a las temáticas de todos los ejes DTI.

Con el objetivo de que todos los actores estén alineados y coordinados, el Plan estratégico de turismo debe estar concertado con el sector turístico privado y la sociedad civil y tener en cuenta las premisas marcadas por otras administraciones de rango superior para buscar líneas de trabajo conjuntas que permitan un mayor impulso al turismo.

Será necesario contar con la participación de las diferentes áreas de la Entidad Local que tienen incidencia en la actividad turística, directa o indirectamente y, en la medida de lo posible, también con el consenso o aceptación de la oposición política para garantizar la continuidad en el medio y largo plazo del proyecto definido.

En el plan estratégico turístico, se debe hacer especial hincapié en el diagnóstico de la oferta turística, la demanda turística, competidores, tendencias de mercado turístico, los actores relevantes, las infraestructuras y los productos turísticos, a la vez que tener la capacidad de adaptarse a los cambios en el desarrollo interno del destino y a los factores endógenos que puedan ir influyendo en él.

Así mismo exige de una comunicación adecuada que llegue a empresarios, ciudadanos y turistas para que tengan conocimiento de los objetivos y valores del desarrollo turístico en el municipio.

---

## REDACCIÓN DE UN PLAN DE MARKETING TURÍSTICO

### GOB01\_03\_01\_R07

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

El plan de marketing turístico de Ponferrada incluirá la definición de objetivos, las estrategias y acciones para conseguirlos en materia de producto, mercados, segmentos, marca, comercialización y promoción, la calendarización de éstas, así como los soportes a utilizar (folletos, plataformas de comercialización online, etc.) y el presupuesto y responsable de cada actuación. Todo ello con indicadores de medición que permitan conocer el grado de ejecución, su seguimiento y control, aplicando las correcciones necesarias, así como el impacto de acciones y campañas.

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

Por otro lado, promocionar y dar a conocer las acciones que se realicen en todos y cada uno de los ejes del DTI con influencia directa en turismo debe ser uno de los objetivos del Plan de marketing. Los avances y buenas prácticas en gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y/o Accesibilidad pueden ser un elemento clave para la promoción.

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

Como en el resto de planes de la Entidad Local, el Plan de marketing turístico debe estar concertado con el sector privado y la sociedad civil con el objetivo de que todos los actores estén alineados y coordinados, además de tener en cuenta la línea de trabajo de otras administraciones de rango superior para buscar sinergias y una mayor efectividad.

Todo este trabajo en marketing y en reforzar la marca turística debe enlazarse con el plan de comunicación del destino y establecer unas líneas de comunicación comunes, con elementos gráficos coherentes y etiquetas/hashtags compartidos, no solo en turismo, sino en todas las áreas.

La estrategia de branding turística será parte integrante de las herramientas de promoción y comunicación, de la estructuración de producto y de la segmentación. Por ello, todas las medidas de comunicación deberán tener en cuenta ésta y viceversa.

## PLANIFICACIÓN DE ACCIONES EN MARKETING TURÍSTICO DIGITAL

### GOB01\_03\_02\_R06

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

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

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

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

---

---

## **GOBERNANZA. Ámbito B: Gestión eficiente**

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

---

### **DESARROLLO DE UNA SMART OFFICE**

#### **GOB02\_06\_02\_R01**

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

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

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

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

---

---

## **GOBERNANZA. Ámbito C: Gestión transparente, abierta y participativa**

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

---

### **INCREMENTO DE LA PARTICIPACIÓN EN MESAS/COMITÉS/REDES CON OTRAS AAPP**

#### **GOB03\_07\_01\_R01**

Se aconseja fomentar la incorporación de la entidad Local a mesas/comités/redes con Administraciones Públicas de distinto nivel, (provincial/autonómico/estatal/internacional). Faltaría sobre todo impulsar este aspecto a nivel internacional.

Con el objetivo de contribuir al intercambio de conocimiento, la generación de sinergias, la puesta en marcha de proyectos conjuntos, la internacionalización, el fomento de la innovación o la potenciación de la imagen de marca o los productos y servicios turísticos del municipio, entre otros.

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

---

### **INCLUSIÓN DE LA CIUDADANÍA EN LA MESA/CONSEJO DE TURISMO**

#### **GOB03\_07\_02\_R01**

Se recomienda incluir en el Consejo/Mesa de Turismo o similar a representantes de la ciudadanía, con el objetivo de tener en cuenta todas las perspectivas a la hora de determinar la política turística y las actuaciones a seguir.

La participación ciudadana es ya una necesidad para la gestión inteligente de los municipios, desde la perspectiva de la transparencia y el gobierno abierto.

Se seleccionarán las asociaciones ciudadanas más representativas o en su defecto, un sistema para dar representación a la ciudadanía, y a través del Reglamento del Consejo/Mesa de Turismo se fijará el número de sitios reservados para ellos, su renovación y la forma de articular esa participación.

---

## **FOMENTO DE LA CORRESPONSABILIDAD CON EL SECTOR TURÍSTICO**

### **PRIVADO**

#### **GOB03\_07\_02\_R04**

Se recomienda reforzar y afianzar la corresponsabilidad del sector turístico privado en las iniciativas públicas de desarrollo turístico, no sólo en la toma de decisiones sino también aportando fondos en la puesta en marcha de las mismas.

Esta aportación puede ser en especie, como la puesta a disposición de habitaciones de hotel para fam o press trips, o directamente económica como por ejemplo para la participación en ferias.

---

## **ENVÍO DE NEWSLETTER A LA CIUDADANÍA GOB03\_08\_01\_R02**

Se aconseja crear las herramientas que faciliten y fomenten la comunicación entre los gestores públicos del turismo y los residentes como el envío de una newsletter periódica dirigida tanto a representantes de la ciudadanía como a aquellas personas que quieran recibirla para tener una información actualizada de las actuaciones que se llevan a cabo en relación con el área de turismo y el proyecto DTI.

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

---

## **ENVÍO DE COMUNICACIONES PERIÓDICAS A LOS PRINCIPALES**

### **MERCADOS**

#### **GOB03\_08\_02\_R02**

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

---

## **CREACIÓN DE UN FORO ONLINE CON EL SECTOR TURÍSTICO**

#### **GOB03\_08\_03\_R01**

Se recomienda la creación de un foro online con el sector turístico privado para recibir feedback directo y en tiempo real y fomentar la participación de éste en las políticas públicas, cumpliendo así con las exigencias de transparencia informando de la acción de gobierno de forma permanente.

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

---

## **ENVÍO DE NEWSLETTER PERIÓDICA AL SECTOR TURÍSTICO**

#### **GOB03\_08\_03\_R02**

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

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

---

## **PUBLICACIÓN ONLINE DE LAS ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL DESTINO DEL ÁREA DE TURISMO GOB03\_09\_01\_R01**

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

Se considera necesario publicar de forma periódica las actuaciones relacionadas con la gestión del destino que ha llevado a cabo el Área de Turismo más allá de las acciones estrictamente promocionales, junto con el grado de cumplimiento de objetivos y resultados, estableciendo indicadores de medición para ello. Se trata de una rendición de cuentas, que contribuirá a trasladar los valores y la política turística a residentes y visitantes, que debe coordinarse con la estrategia de comunicación llevada a cabo desde la Entidad Local.

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

---

---

## **GOBERNANZA. Ámbito D: Gestión responsable y controlada**

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

---

### **FOMENTO DE CERTIFICACIONES DE CALIDAD**

**GOB04\_10\_01\_R02**

La imagen turística del destino debe ir unida a la de la calidad y por ello fomentar la implantación de certificaciones (Q, Biosphere, etc.) es un aspecto clave para un desarrollo competitivo y sostenible.

Ponferrada es referente como destino SICTED, por ello además de avanzar en ese sentido se aconseja poner el impulso de acciones que favorezcan la implantación de otras certificaciones que contribuyan a visibilizar y reforzar los esfuerzos en pro de la calidad y la sostenibilidad que se hacen desde la iniciativa pública y privada en el destino.

Un servicio de apoyo a empresas, capacitación o líneas de financiación pueden ser acciones que faciliten a las empresas la implantación de certificaciones de calidad, a la vez, que el sector público las incorpora también en sus recursos y servicios.

---

### **MONITORIZACIÓN DE LAS ACCIONES DE FOMENTO DEL TURISMO**

**GOB04\_11\_01\_R04**

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

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

---

## MONITORIZACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO

### GOB04\_12\_01\_R04

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

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

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

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

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

55 y 56 Hostelería

491 Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril

493 Otro transporte terrestre de pasajeros

501 Transporte marítimo de pasajeros

503 Transporte de pasajeros por vías navegables interiores

511 Transporte aéreo de pasajeros

522 Actividades anexas al transporte

791 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos

799 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos

771 Alquiler de vehículos de motor

773 Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles

900 Actividades de creación, artísticas y espectáculos

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

931 Actividades deportivas

932 Actividades recreativas y de entretenimiento

Se pueden consultar las fichas técnicas e informes publicadas por SEGITTUR en [Dataestur](#).

---

## **EVALUACIÓN DE LA OPINIÓN DE LOS RESIDENTES SOBRE EL TURISMO**

### **GOB04\_12\_02\_R02**

Se aconseja conocer, a través de encuestas periódicas u otro análisis de fuentes, la opinión de los residentes sobre el desarrollo de la actividad turística en Ponferrada con periodicidad mínima bienal. El objetivo es conocer su visión para poder detectar a tiempo las problemáticas y trabajar para revertirlas haciendo que el turismo mejore la calidad de vida de la ciudadanía.

---

## **ELABORACIÓN DE UN PROCEDIMIENTO PARA COMUNICAR LOS DATOS Y**

### **ANÁLISIS VINCULADOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

#### **GOB04\_12\_03\_R01**

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

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

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

---

# EJE INNOVACIÓN

---

## **INNOVACIÓN. Ámbito A: Gestión / Gobernanza innovadora**

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

---

## **ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA/PLAN DE INNOVACIÓN**

### **INN01\_01\_01\_R01**

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

El plan incluirá:

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

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

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

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

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

Concretamente se recomienda:

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

## FOMENTO DE LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN EMPRESAS

### TURÍSTICAS Y/O ORGANISMOS DEL DESTINO

#### INN01\_01\_02\_R01

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

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

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

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

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

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

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

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

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

---

## FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN TURISMO A TRAVÉS DE LICITACIONES

### INN01\_02\_01\_R01

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

Para ello es importante seguir las siguientes etapas:

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

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

Para ello se aconseja seguir las recomendaciones recogidas en el Decálogo de la **Compra Pública Innovadora** de la Unión Europea, que contiene un conjunto de buenas prácticas que pueden ayudar a establecer de forma eficaz un procedimiento de este tipo. El [documento](#) puede descargarse a través del siguiente [enlace](#).

Se aconseja también que los organismos encargados de la CPI aprendan a distinguir entre los distintos tipos de CPI existentes, adaptando la metodología y la normativa que debe regir cada licitación según el nivel de madurez de la tecnología (TRL).

Se recomienda fomentar el diálogo competitivo con el objetivo de dotar de mayor dinamismo a los procedimientos de CPI y dar entrada a aquellas pymes que, independientemente de su tamaño e histórico, cuentan con capacidad para realizar ofertas innovadoras.

Para ello, las entidades locales han de habilitar dos canales: 1) el proactivo, a través el cual las entidades locales tienen la oportunidad de realizar una reflexión estratégica de sus necesidades y socializarla con el mercado mediante la búsqueda de soluciones innovadoras, y 2) el reactivo, a través el cual la oferta tecnológica (empresas, asociaciones empresariales, universidades, centros de I+D+i) pueden compartir sus propuestas de soluciones o ideas de innovación para atender las problemáticas del turismo.

Todo ello orientado a realizar una “escucha activa” del mercado, generando los canales adecuados y garantizando siempre los principios de concurrencia, transparencia e igualdad de trato.

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

---

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

### **INN01\_04\_01\_R01**

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

- Procesos de identificación de retos con terceros.
- Impulso de la colaboración con el sector privado, órganos de conocimiento u otros.
- Puesta en marcha de proyectos de cooperación con el extranjero.

- Desarrollo de LivingLABS.

- Cualquier otra actuación que contribuya a impulsar la innovación a partir de la cooperación con organizaciones y actores externos al ente gestor.

Además, se aconseja diseñar programas y poner en marcha iniciativas que fomenten la innovación abierta en el ámbito específico del turismo. El sector turístico en general, y los destinos en particular, dependen cada vez más de la innovación abierta para mejorar sus capacidades internas y desarrollar nuevas oportunidades y habilidades.

---

## **ORGANIZACIÓN DE ENCUENTROS CON FINALIDAD INNOVADORA Y**

### **EVENTOS PARA FOMENTAR LA INNOVACIÓN EN TURISMO**

#### **INN01\_04\_03\_R01**

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

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

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

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

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

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

---

---

## **INNOVACIÓN. Ámbito B: Actividades de innovación**

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

---

## **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INNOVACIÓN SOCIAL**

### **INN02\_05\_01\_R01**

La innovación social se refiere al proceso de desarrollo e implantación de nuevas soluciones a desafíos sociales, ambientales, etc., mediante el uso de fórmulas más colaborativas e inclusivas que satisfagan mejor las necesidades reales de las personas.

Mediante la innovación social se procura que las soluciones dadas en forma de productos, servicios, mercados o procesos, satisfagan simultáneamente una necesidad social y generen nuevas capacidades y relaciones, así como un mejor uso de los activos y recursos disponibles.

La elaboración de un Plan de Innovación Social a escala local debe tener como objetivo promover la colaboración y participación activa de los ciudadanos, haciéndoles parte activa de la solución de sus propios problemas, y crear sinergias entre las entidades locales y la sociedad alrededor de los posibles cambios sociales.

El Plan de Innovación Social habrá de contar con presupuesto específico, así como un proceso de diseño y planificación adecuado.

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

1. Involucrar a los grupos de interés (stakeholders).
2. Crear alianzas. Es recomendable que la entidad promotora establezca alianzas lo más sólidas posibles con los actores relevantes sobre el terreno para alcanzar los objetivos deseados.

3. Crear espacios de colaboración con los ciudadanos. Se trata de avanzar en la creación espacios en los cuales se facilite la colaboración entre los ciudadanos y los servicios públicos (funcionarios, empresas municipales, etc.), con el fin de lograr unos servicios más abiertos, colaborativos e innovadores.
4. Establecer indicadores de éxito. Se trata de establecer KPI simples que aseguren la correcta medición tanto del desempeño social como empresarial.
5. Fomentar una cultura de la innovación en el territorio.

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

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

---

---

## **INNOVACIÓN. Ámbito C: Ecosistema de innovación**

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

---

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

#### **INN03\_09\_01\_R02**

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

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

## ENCUESTA PARA MEDIR LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

### INN03\_09\_02\_R01

Se aconseja disponer de un conocimiento actualizado del grado de innovación de las empresas que conforman el sector turístico de Ponferrada.

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

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

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

---

# EJE TECNOLOGÍA

---

## **TECNOLOGÍA. Ámbito A: Tecnologías aplicadas a la gobernanza**

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

---

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

#### **TEC01\_02\_1\_R01**

Se recomienda implementar un Plan Estratégico Smart donde se recojan las, estrategias y/o proyectos Smart existentes y los planificados a desarrollar en el destino. Este documento se debe plantear como una herramienta planificadora con los siguientes objetivos:

- El conocimiento de la situación actual y el diagnóstico sobre aquellos servicios municipales que tengan responsabilidades operativas en el ámbito de las ciudades inteligentes y de la innovación tecnológica.
- La definición de líneas estratégicas que sean claves para la mejora de la sostenibilidad ambiental, económica y de la calidad de vida de los ciudadanos.
- La creación de una hoja de ruta con los proyectos y actuaciones que regirán la transformación hacia una ciudad inteligente, y que permitan aplicar un nuevo modelo de gestión.

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

---

## **INCORPORACIÓN DE INFORMACIÓN LIGADA A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA A LA PLATAFORMA DE DESTINO**

### **TEC01\_03\_1\_R02**

Se aconseja ampliar el catálogo de servicios incorporados a la plataforma de destino, sobre todo incorporar elementos ligados a la actividad turística en la misma.

Pueden comprender desde catálogos con servicios georreferenciados hasta la incorporación de estudios Big Data turísticos, control de aforos en recursos, etc.

---

## **INCORPORACIÓN DE UN MAYOR NÚMERO DE SERVICIOS EN LA PLATAFORMA DE GESTIÓN DE SERVICIOS O PLATAFORMA DE DESTINO**

### **TEC01\_03\_2\_R01**

Se recomienda trabajar con la herramienta de gestión o plataforma Smart de destino existente para incorporar más información que permita una mejor toma de decisiones y un control de la información turística.

El objetivo será llegar al umbral mínimo de 10 servicios integrados por cada 100.000 habitantes.

---

## **IMPULSO A LA UTILIZACIÓN DEL BLOCK CHAIN PARA MEJORAR LA SEGURIDAD**

### **TEC01\_04\_2\_R01**

Se aconseja dotarse de herramientas que permitan emplear la tecnología disruptiva blockchain para mejorar la seguridad de determinados conjuntos de documentación o de determinado tipo de acciones.

Esta tecnología se basa en que el archivo o conjunto de archivos no se encuentran ubicados en un único lugar en la nube, sino que se encuentran encriptados y divididos en varias partes ubicadas en distintos lugares.

---

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

### **TEC01\_05\_3\_R02**

Si bien ya se publican datos en el portal, se aconseja reforzar la estrategia Open Data y aumentar la publicación en su Portal de Datos Abiertos a un número de datasets superior a 100 datasets por cada 100.000. También se debe comunicar a la ciudadanía adecuadamente la existencia del Portal Open Data.

---

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

### **TEC01\_06\_2\_R02**

Se aconseja que se evolucione la herramienta de alarmas e incidencias [Línea Verde Ponferrada](#) para poder diferenciar entre las enviadas por residentes y no residentes. Se recomienda su evolución funcional encaminada a diferenciar entre ambos perfiles de usuario.

---

## **PROMOCIÓN E IMPULSO DE LA HERRAMIENTA DE INCIDENCIAS PARA INCREMENTAR DEL VOLUMEN DE INCIDENCIAS ATENDIDAS**

### **TEC01\_06\_3\_R02**

Se aconseja promocionar adecuadamente la herramienta de incidencias [Línea Verde Ponferrada](#) y dimensionar los servicios o áreas implicadas en su gestión, con el objetivo de llegar al número de incidencias atendidas óptimo de 5.000 incidencias por cada 100.000 habitantes.

---

---

## **TECNOLOGÍA. Ámbito B: Infraestructuras tecnológicas y conectividad**

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

---

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

#### **TEC02\_12\_3\_R01**

Se recomienda el desarrollo de un aplicativo móvil que facilite al usuario la planificación de rutas con información completa y en tiempo real del tráfico, que facilite el uso de transporte público o la regulación del estacionamiento en superficie o entornos naturales.

Se aconseja igualmente, siempre que el destino así lo considere, la integración de soluciones de pago dentro del propio aplicativo, para hacer más ágil la intermodalidad y la movilidad en el destino.

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

---

### **DESARROLLO DE UN SISTEMA DIGITAL DE RESERVAS DE RECURSOS**

#### **TURÍSTICOS TEC02\_13\_2\_R01**

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

Para ello será importante:

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

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

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

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

O Acuerdos comerciales de financiación y promoción.

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

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

---

---

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

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

---

### **DISPOSICIÓN DE SISTEMAS QUE PERMITAN OBTENER INFORMACIÓN DEL VISITANTE**

#### **TEC03\_14\_2\_R01**

Una de las fórmulas más efectivas de obtener información y datos sobre el ciudadano o turista es a través de leads, que son los formularios que el usuario rellena y en los que se solicita información que sea relevante para el destino y que pasa automáticamente a formar parte de la base de datos del mismo.

El dato más importante será la dirección e-mail y será imprescindible que se haya aceptado previamente la política de privacidad de la empresa, puesto que de otra forma no es legalmente posible enviar más comunicaciones. Esta información se puede obtener a través de formularios, newsletter, etc.

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

---

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

### **TEC03\_14\_3\_R01**

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

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

---

## **SEGUIMIENTO DE MARCA DEL DESTINO Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE**

### **TEC03\_14\_4\_R01**

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

---

## **ACTUALIZACIÓN DISTRIBUIDA DE LOS CONTENIDOS DEL PORTAL WEB DE TURISMO**

### **TEC03\_15\_2\_3\_R01**

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

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

---

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

### **TEC03\_15\_2\_4\_R01**

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

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

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

---

## **IMPULSO DE UNA TARJETA TURÍSTICA MEDIANTE SOPORTES**

### **TECNOLÓGICOS AVANZADOS**

#### **TEC03\_17\_2\_R01**

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

---

## **DISPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS DE UBICACIÓN INTELIGENTE**

#### **TEC03\_19\_3\_R01**

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

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

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

---

## **IMPULSO A LA IMPLEMENTACIÓN DE ELEMENTOS DE INFORMACIÓN**

### **TURÍSTICA DIGITAL**

#### **TEC03\_20\_1\_R01**

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

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

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

---

## **DISPOSICIÓN DE INFRAESTRUCTURAS AVANZADAS DE DIFUSIÓN TURÍSTICA**

### **EN DESTINO**

#### **TEC03\_20\_3\_R01**

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

- Creación de una base de datos propia e interoperable donde se pueda consultar y compartir actividades, eventos, noticias y datos de interés para el turista, más allá de los datos estáticos como son principales recursos, infraestructuras, etc.
- Escaparate interactivo que ofrezca información al visitante las 24 horas los 365 días al año. Otra posible opción es la instalación de un Tótem exterior interactivo, que permite seguir dando servicio fuera del horario de apertura de la oficina. Los más completos, de tipo kiosco, permiten realizar el pago servicios con tarjeta de crédito.

- Videowall conformado por una pared de pantallas de televisión, que van a permitir proyectar vídeos y retransmisiones en directo a través de streaming de eventos que estén aconteciendo en el destino.
  - Zona de descargas, dotada de tecnología NFC y códigos QR para que el visitante se descargue toda aquella información que le resulte de interés para su viaje
- 

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

### **TEC03\_20\_4\_R01**

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

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

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

---

## DISPOSICIÓN DE DISPOSITIVOS IOT PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA EN

### OFICINAS DE TURISMO

#### TEC03\_20\_5\_R01

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

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

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

---

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

### WEBS SEMÁNTICA

#### TEC03\_20\_6\_R01

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

---

## **IMPULSO A LA CREACIÓN DE CONTENIDOS TURÍSTICOS DIGITALES**

### **PERSONALIZADOS AL VISITANTE**

#### **TEC03\_20\_7\_R01**

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

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

---

## **DISPOSICIÓN DE CHATBOT O ASISTENTE VIRTUAL EN TURISMO**

#### **TEC03\_20\_8\_R01**

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

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

---

## **DESARROLLO DE UN LIBRO DE VISITAS O SISTEMA DE ENCUESTAS DIGITAL**

### **AL VISITANTE**

#### **TEC03\_20\_9\_R01**

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

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

## **DISPOSICIÓN DE UN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT O SIMILAR**

#### **TEC03\_21\_01\_R01**

Para la realización de una adecuada estrategia de segmentación en marketing y promoción turística, se considera necesario el seguimiento de los clientes y su correspondiente conocimiento.

Para ello, se recomienda implantar una solución de Customer Relationship Management (CRM) o sistema equivalente, para gestionar la relación con los visitantes que permita lanzar campañas de marketing directo, realizar encuestas de satisfacción e ir enriqueciendo las bases de datos.

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

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

---

# EJE SOSTENIBILIDAD

---

## SOSTENIBILIDAD. Ámbito A: Gestión de la sostenibilidad turística

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

---

## MONITORIZACIÓN DE LOS ODS DEL DESTINO Y DE LA GESTIÓN TURÍSTICA

### SOSTENIBLE Y RESPONSABLE SOS01\_01\_01\_R01

Se recomienda realizar una monitorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del destino y de la gestión turística sostenible y responsable.

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

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

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

**ODS N° 8.** Elaboración y puesta en práctica políticas para la promoción del turismo sostenible.

**ODS N° 12.** Elaboración y aplicación instrumentos para lograr un turismo sostenible.

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

**ODS N° 6.** Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

**ODS N° 12.** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

**ODS N° 13.** Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

**ODS N° 15.** Proteger, restablecer y promover del uso sostenible de los ecosistemas terrestres.

**ODS N° 1.** Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.

**ODS N° 5.** Promover la igualdad de género.

**ODS N° 8.** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible.

**ODS N° 10.** Reducir la desigualdad.

**ODS N° 17.** Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible (a nivel local).

Para llevar a cabo esta acción, el destino podrá utilizar una metodología ya diseñada, como por ejemplo la [metodología Biosphere](#) (Sistema de certificación para destinos turísticos) o diseñar una propia.

En tal caso, se debería realizar una revisión de los indicadores de la literatura de referencia y se adaptarán al contexto local. Como resultado se debería obtener la Matriz de Seguimiento de los indicadores.

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

- Alto nivel. Generación de informes periódicos con los resultados de la evaluación y su puesta a disposición de la ciudadanía
- Nivel medio. Creación de una sección específica en el portal municipal para ubicar todos los informes y noticias relacionadas con la matriz de indicadores

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

## COMUNICACIÓN DEL PLAN DE TURISMO SOSTENIBLE

### SOS01\_01\_03\_R01

Se recomienda que el actual Plan de Acción de Sostenibilidad Turística incluya un plan de comunicación del mismo, apoyando en los medios con los que cuente la localidad. Este plan servirá para la sensibilización, la formación, la difusión medioambiental y también en la comunicación interna, para el desarrollo de los recursos humanos.

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

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

---

## **INVENTARIO DE INSTALACIONES PÚBLICAS VINCULADAS CON EL TURISMO**

### **SOS01\_01\_04\_R01**

Se recomienda disponer si no lo tienen ya de un inventario de las instalaciones públicas que se consideren destinadas u orientadas al turismo, con el objetivo de identificar posteriormente los edificios susceptibles de ser certificados en sostenibilidad o servicios certificados en calidad. Se recomienda incluir museos, centros de interpretación, oficinas de información turística, edificios patrimoniales, auditorios y teatros, etc.

---

## **PUBLICACIÓN EN WEB DE LA AGENDA URBANA**

### **SOS01\_01\_05\_R02**

Se aconseja publicar en la web municipal la Agenda Urbana de Ponferrada recientemente aprobada.

Este podría ser el canal de participación de la ciudadanía más ágil, teniendo presencia en cada una de las fases de la implementación de la Agenda Urbana:

- En la fase de diagnóstico, se divulga la iniciativa y se crea un diálogo entre ciudadanía y administración a través de la web para recoger propuestas de actuación.
  - El destino publicará el contenido de la Agenda Urbana de manera clara y accesible.
  - Se publicará también el presupuesto asociado a la Agenda Urbana.
  - Se publicarán los resultados del seguimiento y la evaluación de la Agenda. La web servirá también como instrumento para la retroalimentación de las actuaciones del plan por parte de la ciudadanía.
-

## **IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL EN SOSTENIBILIDAD**

### **SOS01\_01\_05\_R04**

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

---

### **CARRIL BICI EN EJES PRINCIPALES**

### **SOS01\_03\_04\_R03**

Ponferrada tiene una pequeña red de ciclovías en marcha, es recomendable su desarrollo en más ejes principales de manera que existan rutas seguras hacia los principales destinos de la localidad, como estaciones de transporte público, monumentos y sitios turísticos, áreas de actividad comercial, etc. La ampliación de la longitud de vías para bicicletas se acompañará de medidas de promoción de uso de la misma. Se recomienda obtener también información sobre el uso de la bicicleta como transporte y facilitar dicha información a través de distintos canales, favoreciendo una identificación positiva de los ciudadanos con ese tipo de movilidad sostenible.

---

### **RENOVACIÓN DEL 100% DE LA FLOTA DE AUTOBUSES PÚBLICOS**

### **SOS01\_03\_05\_R04**

Se recomienda incentivar a las empresas de transporte público a incorporar vehículos de bajas emisiones a su flota. Para ello incorporará en las licitaciones de servicios que la flota de autobuses se mantenga actualizada y se valorará positivamente aquellas empresas que tengan en su flota vehículos de baja emisión o eléctricos. Con esta medida se tratará de llegar al 100% de la flota de autobuses públicos renovada con modelos de bajas emisiones.

Se aconseja poner en marcha campañas informativas sobre las ventajas del uso de los autobuses públicos sostenibles como cartelería informativa, días de transporte gratis en ciertas rutas, etc. También es recomendable dirigir dichas campañas específicamente a turistas para incentivar el uso del transporte colectivo.

---

Se recomienda analizar la conveniencia de poner a disposición de los turistas un servicio público de alquiler de bicicletas. En el caso de que el destino valore no implantar un servicio público propio, se aconseja estudiar otras fórmulas como la de contratar el servicio con alguna empresa privada de alquiler de bicicletas. El servicio de bicicletas públicas deberá ser fácil de usar. Esto requiere que el abono sea fácilmente tramitable, pudiéndose ser de corta duración. El servicio de bicicletas se adaptará a las características especiales de la ciudad, pudiendo incluir bicicletas asistidas con motor.

Se aconseja promocionar el servicio de alquiler de bicicletas públicas en puntos de información turística, hoteles, y web. Las estaciones estarán bien señalizadas para que sean accesibles desde las rutas turísticas más importantes.

---

## **DISPOSICIÓN DE UN PLAN DE GESTIÓN DE VISITANTES**

### **SOS01\_04\_01\_R01**

Se recomienda disponer de un plan de gestión de visitantes con el objetivo de evitar o minimizar el impacto negativo del turismo sobre los recursos turísticos, y además como herramienta de distribución de los flujos turísticos en aras a distribuir los costes y beneficios del turismo en el destino. Este plan podría ser elaborado por separado o estar incluido dentro del plan estratégico de turismo del destino o del plan de marketing turístico.

La gestión de los visitantes debe contar con las medidas necesarias para paliar los posibles impactos negativos de los mismos sobre los recursos turísticos. Las medidas establecidas pueden ser globales o limitadas a determinados focos turísticos que aglutinan la mayoría de las visitas y que son los que requieren un mayor control y aplicación de medidas.

Muy recomendable elaborar un estudio previo para identificar los recursos que mayor impacto ambiental sufren por causa del turismo, con el objetivo de minimizar los efectos negativos de la presión turística en cada recurso, y si fuera necesario utilizar el control de aforos. Sería conveniente también, la medición de la capacidad de carga, en los meses de temporada alta o mayor afluencia de visitantes y en los lugares con mayor concentración de personas. Esta información sería de utilidad para la supervisión del turismo responsable y para la política de redistribución de flujos turísticos en el destino mediante acciones de marketing turístico, segmentación de demanda, etc.

---

## **ESTUDIO AMBIENTAL DE LOS RECURSOS CON MÁS PRESIÓN TURÍSTICA**

### **SOS01\_04\_03\_R01**

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

---

## **RECURSOS TURÍSTICOS CON CERTIFICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD O**

### **CALIDAD SOS01\_04\_04\_R03**

Se aconseja analizar los recursos turísticos que no cuentan con certificaciones de sostenibilidad (Rainforest Alliance Certified, Green Key, Travellife, Biosphere, ISO14000...) o de calidad (SICTED, Q de calidad, Safe Tourism Certified...), para detectar cuales son los prioritarios para obtenerlas. El objetivo es avanzar en la certificación de recursos hasta alcanzar más del 70% de ellos con certificaciones de sostenibilidad o calidad. También estudiará la forma para promover el alto grado de certificación alcanzado a través de distintos medios de comunicación para anunciarse y posicionarse como destino de calidad y sostenible.

---

## **REDACCIÓN DE UN ESTUDIO DE CAPACIDAD DE CARGA SOBRE LOS**

### **ATRATIVOS TURÍSTICOS MÁS RELEVANTES DEL DESTINO**

#### **SOS01\_05\_01\_R01**

Se recomienda realizar un estudio de la carga de visitantes que soportan los recursos turísticos, identificando aquellos hitos que pueden resultar perjudiciales para su conservación o para su gestión.

Se deberá prestar especial atención a los picos de visitantes en determinados periodos y en determinados momentos del día, contrastarlo con otros recursos menos visitados e identificar los flujos de visitantes para tratar de reconducirlos, reduciendo la presión sobre los más visitados.

Establecer las medidas oportunas para generar nuevos flujos de visitantes que permitan un reparto más adecuado de la presión turística.

También es aconsejable realizar revisiones periódicas del estudio de carga sobre los recursos turísticos, manteniendo el control sobre el flujo de visitantes y atendiendo a los efectos perjudiciales de las visitas en los recursos y su entorno, actualizando el estudio en su caso e incorporando todos aquellos nuevos puntos que se incorporen al circuito turístico del destino. Se aconseja revisar las medidas correctoras empleadas y sus efectos, así como hacer partícipes a otros agentes (Administraciones) que puedan aportar al control turístico y medioambiental del destino.

---

## **CÁLCULO DE LA PRESIÓN HUMANA MÁXIMA EN EL DESTINO**

### **SOS01\_05\_02\_R01**

Se recomienda elaborar una metodología para calcular la presión humana máxima en el destino, donde se sumará la capacidad de la oferta residencial y turística en todas las modalidades de alojamiento, basándose en el Índice de Presión Humana (IPH).

Se aconseja realizar una revisión y actualización del cálculo de la presión humana en el destino, como mínimo con una frecuencia anual.

---

## **ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN FLOTANTE MENSUAL**

### **SOS01\_05\_03\_R01**

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

---

## **DISEÑO DE UN SISTEMA DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD**

### **SOS01\_06\_01\_R01**

Se recomienda elaborar una propuesta de indicadores de sostenibilidad con el objetivo de contar con un sistema de indicadores de sostenibilidad actualizado, dinámico e interrelacionado que ofrezca una visión integral del destino y que evalúe periódicamente la situación para posteriormente difundir los resultados.

---

## **ACTUALIZACIÓN PERIÓDICA DEL SISTEMA DE INDICADORES DE**

### **SOSTENIBILIDAD SOS01\_06\_02\_R01**

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

---

## **PUBLICACIÓN DE LOS INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD EN LA WEB**

### **MUNICIPAL SOS01\_06\_03\_R01**

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

---

## **INCORPORACIÓN DEL SISTEMA DE INDICADORES SOSTENIBLES AL**

### **PROGRAMA EUROPEO ETIS Y/O OBSERVATORIOS DE SOSTENIBILIDAD DE LA**

### **OMT SOS01\_06\_04\_R01**

Se recomienda integrar el sistema de indicadores [al programa europeo ETIS](#) y/o en los Observatorios de sostenibilidad de la OMT. Una vez incorporados, sería conveniente realizar un análisis del grado de cumplimiento del sistema de indicadores del destino con referencia a los indicadores de sostenibilidad propuestos por el ETIS, logro de objetivos y conclusiones del grado de incorporación de los indicadores ETIS que no estén todavía integrados.

---

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

### **SOS01\_07\_01\_R01**

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

---

## **MEJORA DE LA APORTACIÓN DEL BENEFICIO TURÍSTICO AL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL DESTINO**

### **SOS01\_07\_02\_R01**

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

---

## **ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES**

### **SOS01\_09\_01\_R01**

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

---

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

### **SOS01\_09\_02\_R01**

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

---

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

### **SOS01\_11\_01\_R01**

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

La actividad turística es estratégica y fundamental como motor económico nacional, regional y local, siendo una herramienta clave en la erradicación de la pobreza y las desigualdades sociales, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para el año 2030.

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

---

## **ACTIVACIÓN Y REFUERZO DEL PROGRAMA DE APOYO ECONÓMICO A PYMES TURÍSTICAS**

### **SOS01\_11\_02\_R01**

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

---

## IMPULSO A LAS CERTIFICACIONES EN SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

### SOS01\_11\_03\_R01

Se recomienda la redacción de un documento que sirva para informar a las empresas turísticas sobre las certificaciones de sostenibilidad, (ISO 14001, EMAS, Organismos de certificación acreditado por GSTC, EarthCheck, Rainforest Alliance, Green Globe, Bureau Veritas, Cero CO2 (Huella de Carbono), LEED certification, Travel Life, Green Destinations, Green Growth 2050, Vireo Srl, Biosphere, Green Key, Green Leaders, Green Leaf Eco-Standard ...). En este mismo documento se podrían reflejar las empresas turísticas que ya cuentan con certificación de sostenibilidad, debiendo tener como objetivo un mínimo de un 20% de empresas que dispongan de certificado.

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

Se debería incluir o recoger las acciones de fomento de la certificación en Sostenibilidad y Calidad turística en el plan estratégico de turismo. La apuesta por la Calidad va unida al compromiso por la Sostenibilidad, siendo así un destino competitivo. Ponferrada además es referencia en SICTED.

Siempre en este aspecto se detecta margen de mejora respecto a las certificaciones, formación y trabajo en calidad turística, seguramente debido a la situación provocada por la actual pandemia, por ello se aconseja en el seno del Consejo municipal de Turismo que se impulse la misma por parte de las empresas turísticas locales.

---

---

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

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

---

En este ámbito B. del eje de Gobernanza no se realizan recomendaciones al cumplir todos los indicadores correspondientes de forma satisfactoria.

---

---

## **SOSTENIBILIDAD. Ámbito C: Conservación y mejora del medioambiente**

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

---

### **IMPLANTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL DE FUGAS EN LA RED DE ABASTECIMIENTO DE AGUA CON EL OBJETIVO DE EFICIENCIA HÍDRICA**

**SUPERIOR AL 90%    SOS03\_21\_03\_R04**

Con el objetivo de lograr el máximo rendimiento de la red de abastecimiento y distribución de agua y una óptima gestión del servicio, se recomienda realizar un control del volumen de agua que se pierde en la red. Para ello se aconseja incorporar un sistema de control de fugas a la red de distribución basado en las nuevas tecnologías/uso de sensórica que permita una gestión inteligente de la red con el objetivo de reducir las fugas existentes en un 10%. Mejorando así la Eficiencia Hidráulica del sistema de distribución de agua al conseguir una eficiencia hídrica superior al 90%.

---

### **DISPOSICIÓN DE ESTUDIO DE HUELLA DE CARBONO Y FOMENTO DE ACCIONES DE MITIGACIÓN**

**SOS03\_24\_02\_R01**

Se recomienda el fomento de las certificaciones de mitigación de huella de carbono en el destino.

Y de forma previa realizar un inventario de las organizaciones que producen emisiones de GEI, para posteriormente poner en marcha las verificaciones de producto: Emisiones CO2 calculado, reducido o compensado.

Se aconseja impulsar certificaciones de mitigación de huella de CO2. En el marco de la Estrategia de adaptación al cambio Climático se aconseja un programa para estimular a las empresas turísticas a medir y reducir las emisiones de Gases

de Efecto Invernadero (GEI) y fomentar al sector turístico a participar en iniciativas de certificación, remisión y compensación de CO<sub>2</sub>, y adaptación al cambio climático, ejemplo de ello es el DTI Valencia que impulsa mecanismos de compensación de la huella de carbono. Importante la monitorización, es decir, cuantificar la reducción de las emisiones del destino, por ello las acciones para la reducción de las emisiones de GEI.

---

## **REALIZACIÓN DEL CÁLCULO DE LA HUELLA DE CARBONO EN EL DESTINO**

### **SOS03\_24\_03\_R01**

Se aconseja, como complemento al desarrollo de una Estrategia de adaptación al cambio Climático, realizar el cálculo de la huella de carbono de Ponferrada, en el que se identificarán todas las fuentes de emisión GEI y se obtendrán los puntos críticos para de esta forma definir las medidas de reducción del consumo, eficiencia energética y adaptación al cambio Climático.

Y en consecuencia implementar acciones para la reducción de GEI y disponer del cálculo comparativo anual. Con el objetivo de cuantificar la reducción de las emisiones del destino se recomienda implementar acciones para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y comparar los resultados de las emisiones anualmente.

---

## **CONSECUCCIÓN DE UN PORCENTAJE DE RESIDUOS URBANOS RECICLADOS**

### **SUPERIOR AL 45%**

### **SOS03\_26\_04\_R02**

Se recomienda desarrollar campañas periódicas de concienciación y sensibilización con el objetivo de potenciar el valor y la necesidad social del reciclaje, mejorar la calidad de la separación de residuos y aclarar las dudas a los residentes y visitantes.

La mejora en la cantidad y calidad del material reciclado se traduce en un beneficio ambiental que supone el ahorro de recursos naturales, de materias primas, de energía y disminución de emisiones a la atmósfera.

Se aconseja cumplir el objetivo europeo de reciclar el 50% de los residuos domésticos y se valora en este requisito superar el 45% con el criterio de incrementos continuos año a año.

---

---

## **SOSTENIBILIDAD. Ámbito D: Desarrollo socioeconómico y economía circular**

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

---

### **IMPULSO AL PLAN DE AYUDA A LAS PYMES DEL SECTOR TURÍSTICO**

#### **SOS04\_27\_02\_R02**

Una vez se cuenta con un Plan de ayudas para las PYMEs del destino, el paso siguiente sería un Plan de ayudas específico para las PYMES del sector turístico.

Se aconseja incluir ayudas a la promoción, capacitación y el apoyo a emprendimientos locales en turismo. Ponferrada promocionará la oferta turística local sostenible (incluyendo atracciones turísticas locales, productos km 0 como alimentación y bebidas, artesanía, artes interpretativas, productos agrícolas, etc.)

---

### **FOMENTO DE LA ADHESIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO AL PROGRAMA DE**

#### **APOYO A LAS PYMES**

#### **SOS04\_27\_03\_R01**

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

---

## **COMPRAS A PROVEEDORES QUE SIGAN BUENAS PRÁCTICAS EN**

### **SOSTENIBILIDAD SOS04\_28\_01\_R01**

Se recomienda priorizar por parte del Ente Gestor del destino las compras a proveedores que sigan buenas prácticas en sostenibilidad, con el objetivo de que las mismas sean más del 40% del total, para ello se aconseja incrementar el porcentaje de compras sostenibles en un 10% anualmente.

Se deben primar aquellos proveedores/subcontratistas que sigan buenas prácticas en materia de sostenibilidad, tanto en cuanto a productos como procesos, y comunicar este hecho a todos ellos, impulsando políticas de compras responsables, que prime a los proveedores locales, a las denominaciones de origen y al comercio justo. Estas medidas deben cumplirse por parte del organismo/s gestor y/o implicados de algún modo en el Sistema, y fomentarse, activamente, en el sector privado.

---

## **PROGRAMA DE APOYO A PRODUCTOS Y SERVICIOS LOCALES**

### **SOS04\_29\_01\_R01**

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

---

## **IMPULSO A EXPERIENCIAS TURÍSTICAS PROPIAS**

### **SOS04\_29\_02\_R01**

Se aconseja contar con un programa para promover la creación de experiencias turísticas propias del destino con el objetivo de dinamizar los recursos patrimoniales, las ferias, mercados, congresos, etc., y que difundirá a través de la página web turística.

Es por ello importante disponer de un programa de menos de 5 años orientado a promover la creación de experiencias turísticas propias. Sirva de ejemplo el DTI Valle del Jerte que ha implementado un piloto sobre Experiencias turísticas y Sector Primario en colaboración con SEGITTUR.

Y se puede considerar el [Modelo de Innovación Sostenible de Experiencias Agroturísticas](#) (MISEA) creado y diseñado por SEGITTUR, junto a una serie de herramientas de apoyo a los gestores públicos y tejido empresarial para impulsar la creación de experiencias turísticas vinculadas al sector primario en sus territorios, iniciativa desarrollada en colaboración con algunos destinos de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes.

---

## **GESTIÓN DE LA REDISTRIBUCIÓN DE FLUJOS TURÍSTICOS EN EL DESTINO**

### **SOS04\_30\_01\_R01**

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

---

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

### **SOS04\_31\_01\_R01**

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

---

## **FORMACIÓN EN SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA**

### **SOS04\_33\_01\_R01**

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

---

## **FOMENTO DE LA CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR DE LAS EMPRESAS**

### **DEL SECTOR TURÍSTICO SOS04\_34\_04\_R01**

Se recomienda desarrollar un programa/acciones para impulsar la conciliación familiar de los empleados del sector turístico privado local, que se incentiven a las empresas turísticas que dispongan de planes de conciliación para sus empleados en el marco de la responsabilidad social corporativa, intensificando la sensibilización del empresariado y acciones de formación en las propias empresas al respecto. Tras la implantación de las acciones las empresas se podrán acreditar por su compromiso con la conciliación, como clave de la calidad en el empleo.

El objetivo es que más del 80% de empresas del sector turístico cuenten con medidas orientadas a garantizar la conciliación de la vida laboral y familiar.

---

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

### **SOS04\_35\_01\_R01**

Se recomienda mantener colaboración entre el sector turístico y las escuelas o centros de turismo existentes en temas de desarrollo sostenible, ejemplo investigaciones en capacidad de carga, indicadores de sostenibilidad, etc. Se aconseja colaborar en las escuelas y centros de turismo (si existen) en actividades y programas relacionados con el desarrollo sostenible.

Además, se promoverá el concierto de visitas de estudiantes, oferta de prácticas laborales, etc.

---

## **DISPOSICIÓN DE UN SISTEMA DE RECOGIDA DE DENUNCIAS**

### **DIFERENCIADA**

#### **SOS04\_36\_05\_R01**

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

---

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

#### **SOS04\_38\_02\_R01**

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

---

# EJE ACCESIBILIDAD

---

## **ACCESIBILIDAD. Ámbito A: Gestión de la accesibilidad**

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

---

## **INCLUSIÓN DE LA ACCESIBILIDAD EN LOS DOCUMENTOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

### **ACC01\_02\_01\_R03**

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

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

---

## **INCLUSIÓN DE REFERENCIAS A LA ACCESIBILIDAD EN LOS DISTINTOS**

### **DOCUMENTOS DE PLANIFICACIÓN DEL DESTINO**

#### **ACC01\_02\_01\_R04**

Se considera necesario que también otros documentos de planificación, relacionados directa o indirectamente con la accesibilidad, en la movilidad y el urbanismo (entre ellos, Plan de Movilidad Urbana Sostenible, Plan General de Ordenación Urbana, Plan de Transporte Urbano, Agenda Urbana) o en otros ámbitos (Plan Estratégico de Cultura, Plan Estratégico de Deporte, etc.), contemplen de forma transversal en sus líneas estratégicas la accesibilidad universal y las necesidades de todas las personas.

---

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

#### **ACC01\_03\_01\_R01**

La dotación de medios es un elemento imprescindible para que la gestión no quede en un mero proyecto y para que la implantación sea posible.

La dotación de medios para la accesibilidad debe realizarse a nivel humano (personal dedicado parcial o totalmente a temas de accesibilidad), técnico (equipos que posibiliten el trabajo requerido: prestación de servicios...) y económico (inclusión de partidas o capítulos de forma sistemática en los presupuestos del destino).

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

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

---

## IMPULSO A LA FORMACIÓN EN MATERIA DE ACCESIBILIDAD UNIVERSAL Y TURISMO PARA EL PERSONAL DE LA CORPORACIÓN

### ACC01\_04\_01\_R01

Se considera necesario que el personal del destino que tenga algún tipo de relación directa o indirecta con la accesibilidad tenga una formación adecuada. Esto va más allá de la formación que cada uno tenga por su cualificación personal e implica que esta debe ser específica en relación a su puesto y estar actualizada.

Se proponen varios aspectos de mejora que podrían verse mejorados si se pusieran en marcha acciones formativas en dos líneas concretas:

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

- Creación de mesas o talleres de debate sobre las diferentes acciones que se están desarrollando a nivel nacional y cuáles son las mejores prácticas que se están llevando a cabo (en arquitectura, equipamientos y servicios) en otros destinos, para que puedan servir como ejemplo y transmisión de conocimiento entre los expertos.

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

Dicha formación deberá tener un carácter transversal (diferentes áreas), continuado (establecer periodicidad) y de calidad (contenidos mínimos suficientes).

---

## ELABORACIÓN DE INFORMES DE DIAGNÓSTICO DE ACCESIBILIDAD DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

### ACC01\_05\_01\_R01

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

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

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

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

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

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

---

## ELABORACIÓN DE INVENTARIO DE ACCESIBILIDAD DE LOS RECURSOS

### TURÍSTICOS DEL DESTINO

#### ACC01\_05\_02\_R01

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

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

En dicho inventario de recursos turísticos accesibles se debe identificar claramente cuáles son accesibles según las diferentes condiciones básicas de accesibilidad: movilidad, visión, audición o comprensión. Además, se pueden incorporar diferentes niveles (ejemplo: uso de forma autónoma, con dificultad o ayuda, muy difícil o imposible para personas con alguna dificultad) o referencias descriptivas de la instalación apoyándose en la documentación del diagnóstico técnico de accesibilidad.

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

---

## **CREACIÓN DE HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO DE LA ACCESIBILIDAD**

### **ACC01\_06\_01\_R03**

La Comisión de Accesibilidad existente no debería ser únicamente un organismo consultivo, sino que, para que su eficacia sea mayor en la accesibilidad del destino, esta debe también poder realizar un seguimiento tanto de acciones ya realizadas (mantenimiento) como de proyectos o planes en proceso (implementación).

Un ejemplo podría ser la creación de una herramienta de seguimiento de las acciones de accesibilidad realizadas con un protocolo de inspección periódica, a realizar por técnicos competentes en la materia. Mediante esta tarea se podría revisar el estado de mantenimiento de la accesibilidad de: avisadores acústicos en semáforos, señalización de plazas de aparcamiento para Personas de Movilidad Reducida, juegos infantiles inclusivos, etc.. Será necesario definir periodos, personal que inspecciona, qué y cómo inspeccionar, procedimiento de gestión posterior. Debería ser una tarea a coordinar por la Comisión de Accesibilidad.

---

## **IDENTIFICACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS DE EMERGENCIAS ACCESIBLES**

### **ACC01\_07\_01\_R01**

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

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

---

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

### **ACC01\_07\_02\_R01**

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

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

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

---

## **ELABORACIÓN DE PROTOCOLOS DE ACCESIBILIDAD ANTE SITUACIONES EXCEPCIONALES PARA NO RESIDENTES**

### **ACC01\_07\_03\_R01**

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

Las líneas de trabajo serán:

- 1- Disposición de un protocolo de seguridad con opciones de información accesibles a los turistas sobre asistencia, facilidades para el traslado a centro hospitalario, regreso a domicilio, repatriación, ...
- 2- Disposición de un sistema que permita vigilar la seguridad sanitaria de los visitantes (situaciones de riesgo) y facilitar su atención. Este será accesible.

3- Tener en cuenta la accesibilidad y las diferentes necesidades de las personas en eventuales medidas de seguridad que se adopten.

4- Disposición de canales accesibles (al menos dos) para la comunicación de situaciones de emergencia: visual, auditivo o táctil, por ejemplo.

---

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

### **ACC01\_09\_01\_R01**

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

Ej.1: Ayudas para inversión en obras que redunden en la mejora de la movilidad y accesibilidad;

Ej.2: Ayudas para la puesta en marcha de medidas de mejora de la accesibilidad a través de soluciones tecnológicas e innovadoras.

---

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

### **ACC01\_09\_02\_R01**

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

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

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

---

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

### ACC01\_10\_02\_R01

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

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

---

## **ACCESIBILIDAD. Ámbito B: Implantación de la accesibilidad**

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

---

### **MEJORAS EN LA ACCESIBILIDAD WEB**

#### **ACC02\_12\_01\_R01**

Aunque algunos criterios de accesibilidad hayan sido trabajados, es necesario subsanar los errores para posibilitar la navegación a personas con alguna discapacidad, exigiendo la aplicación del concepto de accesibilidad a los equipos de desarrollo de las páginas Webs municipales, siguiendo las pautas WCAG 2.0 de la WAI (Web Accessibility Initiative) del W3C (World Wide Web Consortium), en especial la web de Turismo de Ponferrada.

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

- Proporcionar a todas las imágenes un texto alternativo cuya descripción refleje la información que se desea transmitir. Si la imagen es decorativa, el texto alternativo estará vacío. Si las imágenes llevan texto en su interior, la descripción debe poder transmitir la información visual de manera textual.
- Estructurar correctamente todos los encabezados de las páginas, siguiendo una jerarquía con un único nivel superior y sin saltos entre niveles, de forma que un lector de pantalla pueda navegar sin problemas.
- Proporcionar a todos los enlaces un texto comprensible, ninguno puede estar vacío. Cuando el enlace es una imagen, esta debe de tener un texto alternativo correcto.
- Alertar de los enlaces que abren nuevas ventanas.

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

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

### **ACC02\_13\_01\_R01**

Se recomienda incluir información sobre la accesibilidad de la oferta turística del destino presente en la web de turismo, puesto que esta información es necesaria.

La información sobre accesibilidad del destino debería permitir que el turista pueda realizar una valoración previa a la visita, por lo que no es suficiente indicar que un recurso es accesible o no, sino que habrá que describir o enunciar las características básicas de accesibilidad existentes.

Se recomienda integrar la información obtenida del diagnóstico de accesibilidad turística (por ejemplo, mediante un enlace).

---

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

### **ACC02\_13\_01\_R02**

Se recomienda resaltar más la información sobre la accesibilidad de la oferta turística del destino, en la aplicación de turismo de Ponferrada. Se recomienda que esta información esté detallada, se actualice con frecuencia e incluya los principales recursos del destino, tanto propios como de gestión privada.

Se aconseja que la información sobre la accesibilidad en destino reúna tres criterios fundamentales:

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

## **IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS PARA FACILITAR LA INTERACCIÓN**

### **ACCESIBLE EN LAS RESERVAS, COMPRAS E INFORMACIÓN**

#### **ACC02\_13\_02\_R01**

Se considera necesario que los canales dispuestos, en la fase previa al viaje, para solicitar citas, ampliar información, reservar o comprar productos/servicios promovidos por el destino o que formen parte de su oferta, permitan a todas las personas el acceso y el uso, en igualdad de condiciones.

Para ello, dichos canales deberán contemplar diferentes formas de interacción entre el turista y el destino/proveedor del servicio, además de cumplir unas condiciones de accesibilidad, en función del medio usado (p. ej. accesibilidad web, si el canal es la página web).

A título de ejemplo, para realizar la reserva de una actividad, se pondrá a disposición la información en la correspondiente página web, mediante un servicio telefónico, un servicio de mensajería instantánea, una dirección de correo electrónico y también contemplando la atención presencial en puntos de información (oficinas de turismo, taquillas, etc.).

---

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

### **ACC02\_14\_01\_R03**

En los puntos de atención e información turística del destino (oficinas de turismo, ventanillas, taquillas de venta al público, mostradores de información, etc.) se deberán proporcionar medios informativos accesibles, alternativos al material en formato texto y a la información verbal del personal, como contenidos y otro tipo de información en braille y en Lectura Fácil.

Asimismo, es recomendable disponer de audioguías y signoguías; el material audiovisual debería contar con subtítulos y la información textual y verbal, complementada por lengua de signos. Para reducir el ruido ambiente y permitir a todas las personas con audífono u otro tipo de prótesis auditiva recibir una información sonora más limpia y nítida, los puntos de atención e información del destino deben contar con la instalación de un bucle de inducción magnética.

---

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

### **ACC02\_14\_01\_R04**

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

---

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

### **ACC02\_16\_02\_R04**

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

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

La normativa de obligado cumplimiento detalla las consideraciones técnicas mínimas a considerar en estos aspectos, que a su vez se pueden implantar y mejorar con otras normas y guías sobre accesibilidad.

---

## **MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL SERVICIO DE TAXI DEL DESTINO EN CUANTO A LA DOTACIÓN DE VEHÍCULOS ACCESIBLES**

### **ACC02\_16\_04\_R02**

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

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

---

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

### **ACC02\_16\_04\_R04**

El servicio de taxi es una de las alternativas básicas de transporte local para los colectivos más vulnerables en cuanto a la accesibilidad (gente mayor, personas con discapacidad) por lo que es preciso considerar la accesibilidad de este servicio en lo referente a la promoción del mismo a través de ayudas económicas.

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

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

## **MEJORA GENERAL DE LA ACCESIBILIDAD EXISTENTE EN LOS ENTORNOS NATURALES DE INTERÉS TURÍSTICO DEL DESTINO**

### **ACC02\_17\_02\_R01**

Se recomienda trabajar en el diseño y ejecución de un proyecto de mejora de la accesibilidad en los espacios naturales del destino, incluyendo:

- Accesibilidad previa: con información en la web sobre la accesibilidad del entorno.
  - Accesibilidad en el punto de llegada (Centro de Información o inicio de recorrido) con información sobre tiempos, dificultades, servicios y facilidades que se ofrecen, etc.
  - Accesibilidad en los itinerarios: con adaptación de rutas ante diferentes discapacidades (física, sensorial, cognitiva,) así como facilidades generales en todos los itinerarios (ej. puntos de descanso para turistas mayores, señalización durante el recorrido para facilitar la orientación a todas las personas...).
-

## **MEJORA DE LA SEÑALIZACIÓN PEATONAL URBANA**

### **ACC02\_17\_03\_R03**

La señalización en la calle es fundamental para la orientación de los turistas que no conocen la ciudad: nombres de calles, localización de puntos de interés, mapas urbanos.

En muchos casos es insuficiente o inexistente, aprovechando la señalización para vehículos que no está pensada ni ubicada para los peatones. Por lo tanto, se propone:

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

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

---

## **MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN EL MOBILIARIO URBANO**

### **ACC02\_17\_04\_R01**

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

Por tanto, la propuesta se concretaría en un Plan de renovación progresiva del mobiliario urbano donde se implemente una proporción de elementos accesibles (ej.: bancos con respaldo y reposabrazos, papeleras de fácil detección, fuentes bebedero de fácil uso desde una silla de ruedas, ...).

Este plan deberá definir los tipos de mobiliario urbano considerados, así como las zonas, dotación (porcentaje) y temporalización (fases) de dicha renovación. Esta propuesta podría integrarse dentro de un Plan de Accesibilidad o considerarse como plan independiente.

---

## **MEJORA DE LA FACILIDAD DE USO E INTERACCIÓN CON LOS ELEMENTOS**

### **URBANOS**

#### **ACC02\_17\_04\_R02**

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

- Los parquímetros: con altura adecuada de pantalla y monedero/lector de tarjetas, con instrucciones fáciles de leer y comprender, con sistema de emisión de ticket de fácil realización, con posibilidad de alternativa de pago desde el teléfono móvil.
  - Los cajeros automáticos: deberán posibilitar la aproximación y el alcance (horizontal y vertical) y no suponer un obstáculo al resto de peatones.
  - Las cabinas de aseo: además de dimensiones y señalización adecuadas, deberán tener instrucciones claras, tiempo suficiente de uso y posibilidad de aviso de emergencia.
- 

## **MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD DE LAS ZONAS DE JUEGO INFANTIL**

#### **ACC02\_17\_04\_R04**

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

- Punto de acceso: a través de recinto vallado, con indicaciones de utilización: edades de uso, aviso en caso de emergencia, ...
  - Itinerarios entre elementos de juego: con las consideraciones de cualquier itinerario accesible teniendo en cuenta que no se debe invadir la zona de uso adyacente de los elementos de juego (ej. área de barrido de un columpio o desembarque de un tobogán).
  - Elementos de juego accesibles y con espacio suficiente para la aproximación, con suelo adecuado, instrucciones sencillas (pictogramas, lectura fácil) y utilización intuitiva. Tendrán un uso inclusivo y contarán con un margen de seguridad que permita un margen de error.
  - Elementos de descanso para los acompañantes (bancos accesibles).
-

## **MEJORAS DE ACCESIBILIDAD EN LA LOCALIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LA OFICINA DE TURISMO**

### **ACC02\_17\_05\_R02**

La oficina de turismo, sea una construcción independiente o integrada en un edificio, debe resultar de muy fácil localización e identificación para el usuario. Para ello se debe cuidar:

- Señalización direccional en las calles próximas, indicando la localización de la oficina.
  - Rotulación grande y clara de la propia oficina de turismo (letra "i" de información) visible desde diferentes puntos de aproximación.
  - Identificación fácil de la puerta de acceso y, si hubiera acceso alternativo accesible, este deberá estar también señalizado direccionalmente desde la puerta principal y en la puerta alternativa.
- 

## **MEJORAS EN EL ACCESO DE LA OFICINA DE TURISMO**

### **ACC02\_17\_05\_R03**

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

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

## **MEJORAS DE ACCESIBILIDAD EN LOS ELEMENTOS DE INTERACCIÓN DE LA OFICINA DE TURISMO**

### **ACC02\_17\_05\_R06**

En los casos en los que existan elementos de interacción con el turista (ej. pantalla digital) estos deberán atender a las consideraciones de accesibilidad de cualquier elemento de interacción con el usuario. Entre ellas:

- Fácil identificación: color contrastado, identificación con rótulo claro y pictograma de información (letra "i").
  - Posibilidad de aproximación y alcance: espacio previo suficiente sin bloquear el paso, sin pedestales y con posibilidad de aproximación de silla de ruedas. Alcance visual a la pantalla para todos los usuarios (ej. niño) así como botones a altura adecuada.
  - Fácil utilización: Uso intuitivo o con instrucciones de uso.
- 

## **MEJORAS GENERALES DE ACCESIBILIDAD EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN EL ESPACIO PÚBLICO**

### **ACC02\_17\_06\_R01**

Tal y como se refleja en la Orden TMA/851/2012, "todo sistema de señalización y comunicación que contenga elementos visuales, sonoros o táctiles, a disposición de las personas en los espacios públicos urbanizados, deberá incorporar los criterios de diseño para todos a fin de garantizar el acceso a la información y comunicación básica y esencial a todas las personas". Así, los puntos de información turística en el espacio público urbano deben considerar las necesidades de accesibilidad correspondientes en lo referente a:

- Fácil identificación: color contrastado, identificación con pictograma de información.
  - Fácil aproximación y alcance: espacio de uso sin bloquear el paso, alcance visual y táctil en horizontal y vertical.
  - Fácil interacción con el usuario: de uso intuitivo o con instrucciones de uso.
-

## **POSIBILIDAD DE VISITA EN PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DIFICULTADES DE VISIÓN ACC02\_17\_07\_R02**

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

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

## **POSIBILIDAD DE VISITA EN PUNTOS DE INTERÉS TURÍSTICO PARA PERSONAS CON DIFICULTADES DE AUDICIÓN ACC02\_17\_07\_R03**

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

- Se ofrezca la información también en formatos alternativos al auditivo (visuales, textuales).
- Se ofrezca la información en lengua de signos o mediante signoguías.

- Dispongan de bucle de inducción magnética el mostrador de recepción, las salas con sistemas de megafonía, los sistemas de amplificación usados en las visitas guiadas.
  - Exista una señalización clara y fácilmente comprensible.
  - La información en lectura fácil puede ser de ayuda también para personas con dificultades de audición.
- 

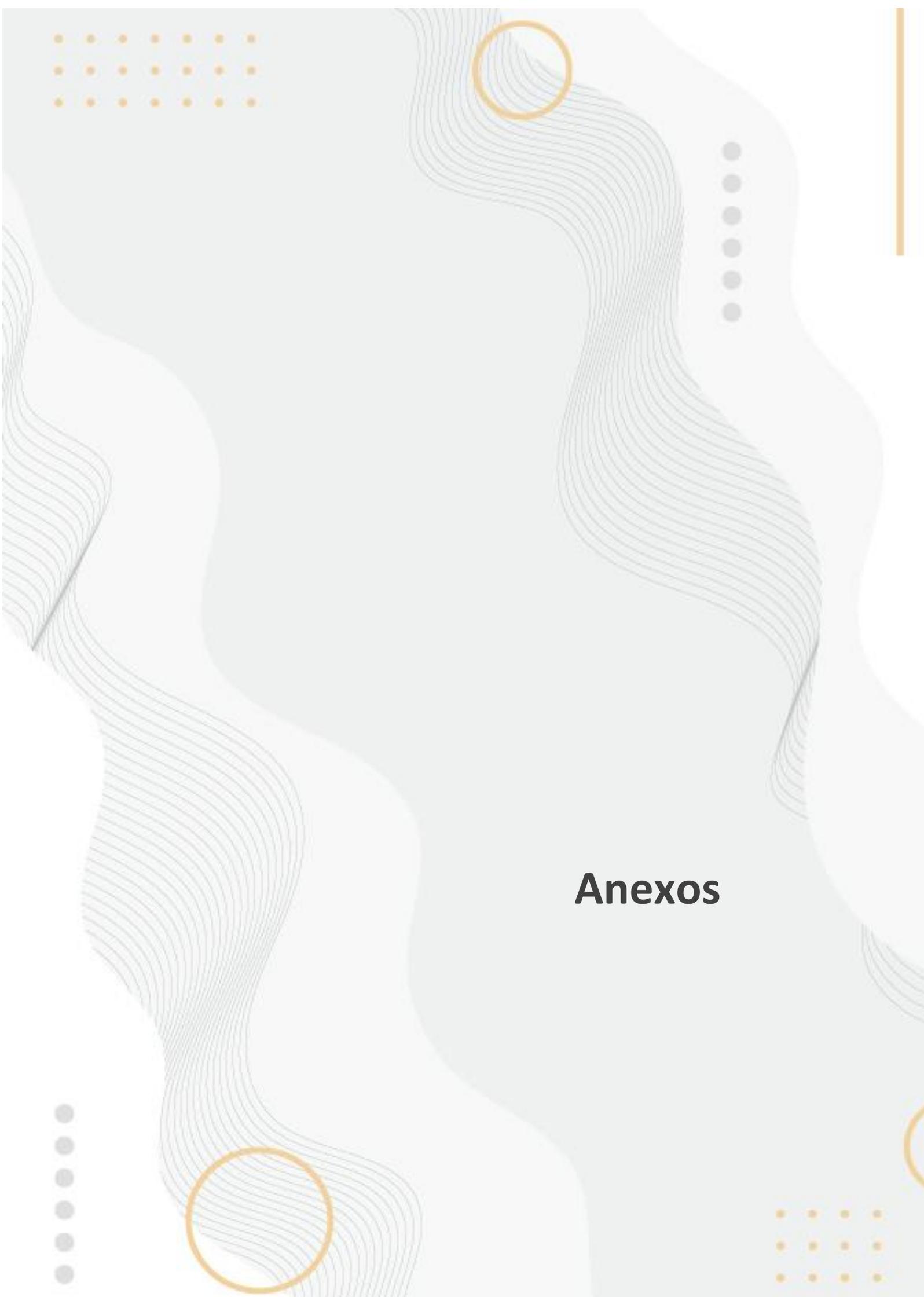
## **MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN LA PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ACTIVIDADES Y EVENTOS DE GRAN CONCURRENCIA : ACCESO A ESCENARIOS, CARROZAS, PÓDIUM, ESTRADOS**

### **ACC02\_17\_08\_R02**

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

A título de ejemplo:

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



# Anexos

# Anexo 1.

## 1. Metodología de diagnóstico DTI

### COMPOSICIÓN Y CÁLCULO

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

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

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



GOBERNANZA

- » Visión estratégica e implementación
- » Eficiencia en la gestión
- » Responsabilidad y control
- » Transparencia y participación



INNOVACIÓN

- » Gestión / Gobernanza innovadora
- » Actividades de innovación
- » Ecosistema de innovación



TECNOLOGÍA

- » Tecnologías aplicadas a la Gobernanza
- » Infraestructuras Tecnológicas y Conectividad
- » Tecnologías para la Gestión Inteligente del Turismo



SOSTENIBILIDAD

- » Gestión de la sostenibilidad turística
- » Conservación, mejora y recuperación del patrimonio cultural
- » Desarrollo socioeconómico y economía circular
- » Conservación y mejora del medioambiente



ACCESIBILIDAD

- » Gestión de la accesibilidad en el Destino
- » Implantación de la accesibilidad en el DTI

## LISTADO DE REQUISITOS

En los cuadros siguientes se detallan los requisitos por ejes:

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

# INNOVACIÓN

## ÁMBITO A. GESTIÓN/GOBERNANZA INNOVADORA

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

## ÁMBITO B. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

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

## ÁMBITO C. ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

<b>INN03_09</b>	Impulso del ecosistema de innovación en el destino
-----------------	--

# TECNOLOGÍA

## ÁMBITO A. TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GOBERNANZA

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

## ÁMBITO B. INFRAESTRUCTURAS TECNOLÓGICAS Y CONECTIVIDAD

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

## ÁMBITO C. TECNOLOGÍAS PARA LA GESTIÓN INTELIGENTE

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

# SOSTENIBILIDAD

## ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

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

## ÁMBITO B. CONSERVACIÓN, MEJORA Y RECUPERACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL

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

## ÁMBITO C. CONSERVACIÓN Y MEJORA DEL MEDIOAMBIENTE

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

## ÁMBITO D. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y ECONOMÍA CIRCULAR

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

# ACCESIBILIDAD

## ÁMBITO A. GESTIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

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

## ÁMBITO B. IMPLANTACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD

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

## INDICADORES QUE NO APLICAN

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

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

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

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

## 2. Recogida y fuentes de información

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

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

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

## 3. Cambios metodológicos y comparabilidad

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

La revisión metodológica realizada responde a cuatro objetivos:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Anexo 2.

### Definiciones de conceptos DTI

#### GOBERNANZA

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

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

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

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

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

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

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

## INNOVACIÓN

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

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

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

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

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

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

## TECNOLOGÍA

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

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

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

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

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

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

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

## **SOSTENIBILIDAD**

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

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

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

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

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

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

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

**Desarrollo Sostenible.** El desarrollo sostenible se basa en tres factores: sociedad, economía y medio ambiente. Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades. La Agenda 2030 contiene los Objetivos de

Desarrollo Sostenible, una serie de metas comunes para proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas. Fuente: ONU. Informe de Brundtland.

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

## ACCESIBILIDAD

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

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

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

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

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

Deambulaci3n: Acci3n de desplazarse de un sitio a otro. Puede ser horizontal (pasillos, calles, etc.) y vertical (escaleras, rampas, ascensores...); Aprehensi3n: Acci3n de coger o asir una cosa, llevando impl3cito la acci3n de alcanzar lo que vaya a ser asido; Localizaci3n: Acci3n de averiguar el lugar o momento preciso en el que est3 algo, alguien o puede acontecer un suceso; Comunicaci3n: Acci3n de intercambio de la informaci3n.

**Diseño universal o diseño para todas las personas.** La actividad por la que se conciben o proyectan desde el origen, y siempre que ello sea posible, entornos, procesos, bienes, productos, servicios, objetos, instrumentos, programas, dispositivos o herramientas, de tal forma que puedan ser utilizados por todas las personas, en la mayor extensi3n posible, sin necesidad de adaptaci3n ni diseño especializado. El «diseño universal o diseño para todas las personas» no excluir3 los productos de apoyo para grupos particulares de personas con discapacidad, cuando lo necesiten.

**Discapacidad.** Situaci3n que resulta de la interacci3n entre las personas con deficiencias previsiblemente permanentes y cualquier tipo de barreras que limiten o impidan su participaci3n plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las dem3s.

**Personas con discapacidad.** Personas que tengan deficiencias f3sicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participaci3n plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las dem3s.

**S.I.A.** S3mbolo Internacional de Accesibilidad.

## Anexo 3.

### Propuesta plantilla Plan de Acción

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

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

Este documento o la versión elegida por el destino deben completarse en el siguiente mes tras la entrega de este informe con el objetivo de planificar los pasos a continuación e iniciar la ejecución del plan de acción, entrando en el ciclo 2 de la metodología.

## Anexo 4.

### Agradecimientos

SEGITTUR agradece la participación y colaboración en la recogida de información para el **Informe Diagnóstico y Plan de Acción de Ponferrada 2024** a las siguientes personas e instituciones sin cuya implicación y dedicación no hubiera sido posible esta edición:

#### **Ayuntamiento de Ponferrada:**

Doña Laura Rubio Hurtado. Área de turismo.

Don Miguel Reguera Vidal. Área de Turismo.

Don José María Beltrán. Jefe del Servicio de Innovación y Territorio Inteligente, Administración Electrónica, Oficina de Transparencia y Protección de Datos.

Doña Maica López de Prado. Coordinadora de Cultura.

Don Francisco Javier García Bueso. Técnico de Patrimonio. Director Museos.

Doña Candelas Guevara Huidobro. Arquitecta Municipal. Urbanismo-Servicio de Arquitectura.

Don Francisco Jordán Benavente. Técnico de Medio Ambiente.

Doña Noelia Domínguez Villalibre. Técnico Especialista en Movilidad.

Doña Victoria Álvarez López. Concejalía de Medio Ambiente

Don Iván Alonso Rodríguez. Concejal de Turismo.

Don Marco Antonio Morala López. Alcalde de Ponferrada.

Además de al resto de áreas, concejales y técnicos municipales.

