

TURISMO SOSTENIBLE Y PATRIMONIO

HERRAMIENTAS PARA
LA PUESTA EN VALOR
Y LA PLANIFICACIÓN

María José VIÑALS (dir.)

Marta MAYOR

Imma MARTÍNEZ-SANCHIS

Lola TERUEL

Pau ALONSO-MONASTERIO

Maryland MORANT

2017



TURISMO SOSTENIBLE Y PATRIMONIO

HERRAMIENTAS PARA LA
PUESTA EN VALOR Y
LA PLANIFICACIÓN

María José VIÑALS (dir.)

Marta MAYOR

Imma MARTÍNEZ-SANCHIS

Lola TERUEL

Pau ALONSO-MONASTERIO

Maryland MORANT

Esta publicación se realiza a requerimiento del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente de España.

Los contenidos y opiniones de esta publicación son responsabilidad exclusiva de las autoras y no necesariamente coinciden con las de las instituciones promotoras.

La reproducción y traducción con fines no comerciales está autorizada siempre que se cite la fuente original del trabajo.

Para referenciar esta publicación: Viñals, M.J. (dir.); Mayor, M.; Martínez-Sanchis, I.; Teruel, L.; Alonso-Monasterio, P. y Morant, M. (2017): *Turismo sostenible y patrimonio. Herramientas para la puesta en valor y la planificación*. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València. ISBN 978-84-9048-618-4

Edición

María José Viñals

Autoría

María José Viñals

Marta Mayor

Imma Martínez-Sanchis

Lola Teruel

Pau Alonso-Monasterio

Maryland Morant

Diseño cubiertas

I. Martínez-Sanchis, M.J. Viñals y M. Mayor

Imagen cubierta

M.J. Viñals y 123rf.com/ ostill / 123RF Foto de archivo

Editado por

Editorial Universitat Politècnica de València, 2017

Ref.:6400_01_01_01

Impresión

Byprint Percom S.L.

ISBN: 978-84-9048-618-4 (versión impresa)

Depósito Legal: V-1752-2017

 Este libro se distribuye bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento – No Comercial – No Derivada 4.0 internacional



La descarga de las fichas editables está disponible en http://bit.ly/2099_Fichas

AGRADECIMIENTOS

Esta obra ha sido inspirada por todos nuestros colegas, amigos y estudiantes de Antigua y Barbuda, Argentina, Australia, Colombia, Ecuador, Egipto, Estados Unidos, Francia, Grecia, Guatemala, Honduras, Italia, Jordania, Marruecos, Nicaragua, Portugal, Túnez, Uruguay y, por supuesto, España... hay una parte de vosotros en este libro... y también en nuestra mente y nuestro corazón...

Por otra parte, las autoras de este libro quieren expresar su gratitud al Dr. Carlos Baños, Dr. Cayetano Espejo, Dr. Ramón García Marín y Dr. Diego López Olivares por la revisión crítica que han realizado de este libro. También agradecemos al Dr. Fernando Vera su gentileza por haber preparado el prólogo del mismo.

Nuestro reconocimiento más sincero es para la Dra. Magdalena Bernués del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente por su constante apoyo y amistad durante todos estos años. Y también para M^a Remedios Pérez García de la Editorial de la Universitat Politècnica de València por su profesionalidad y buen talante. El equipo de Tragsatec ha colaborado asimismo en la edición de este trabajo.

Finalmente, queremos dedicar este libro al profesor Dr. Sam Ham de la *University of Idaho (USA)* por todo lo que aprendimos de él durante su estancia en nuestra universidad, por su gran aportación en relación a la visión de cómo conectar a las personas con el patrimonio, y porque es, a diario, una fuente de inspiración de nuestro quehacer científico y docente universitario.

Gracias a tod@s...

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| MENSAJE DEL RECTOR | 7 |
| PRÓLOGO..... | 9 |
| PRESENTACIÓN..... | 13 |
| 1. PATRIMONIO NATURAL..... | 17 |
| 2. PATRIMONIO CONSTRUIDO..... | 29 |
| 3. PATRIMONIO MUEBLE..... | 45 |
| 4. PATRIMONIO INTANGIBLE O INMATERIAL..... | 59 |
| 5. PAISAJE..... | 73 |
| 6. CLIMA..... | 85 |
| 7. EQUIPAMIENTOS RECREATIVOS..... | 97 |
| 8. PRESTATARIOS DE SERVICIOS..... | 107 |
| 9. ACTIVIDAD RECREATIVA Y PRODUCTO TURÍSTICO..... | 127 |
| 10. INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO..... | 141 |
| 11. DEMANDA TURÍSTICA..... | 151 |
| 12. PROCESOS PARTICIPATIVOS..... | 159 |
| 13. CAPACIDAD DE CARGA RECREATIVA..... | 167 |
| 14. COMUNICACIÓN TURÍSTICA..... | 177 |
| BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA..... | 189 |

Mensaje del Rector de la Universidad

El año 2017 tiene un especial significado para la Universitat Politècnica de València porque se cumplen 20 años de la puesta en marcha de los estudios oficiales de Turismo. A lo largo de este tiempo, se han configurado los cuadros docentes que han atendido las necesidades académicas de esta titulación, así como de otras que han incorporado los temas turísticos en sus planes de estudios. También se ha creado un núcleo de investigadores que, proviniendo de diversas escuelas y con formaciones de base diferentes, han aunado esfuerzos contribuyendo a dar una perspectiva integradora en sus aportaciones a la investigación turística que, además, ha sido reconocida a nivel internacional.

Por otra parte, este año 2017 ha sido declarado por las Naciones Unidas como 'Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo'. Por ello, la Organización Mundial del Turismo ha invitado a gobiernos, instituciones y organizaciones a debatir, reflexionar y contribuir sobre temas como: el crecimiento económico inclusivo y sostenible; el empleo y reducción de la pobreza; el uso eficiente de los recursos, la protección ambiental y el cambio climático; los valores culturales, la diversidad y el patrimonio; y la comprensión mutua para la paz y la seguridad.

La Universitat Politècnica de València ha aceptado de buen grado este reto y se une a esta celebración de la forma en que una institución académica mejor sabe hacer en estos casos que es contribuyendo a la transferencia del conocimiento a la sociedad y, en particular a gestores y responsables en materia turística. Este libro es la mejor respuesta que nuestra universidad podía dar a tan importante requerimiento. La sostenibilidad, como no podía ser de otra manera, ha estado presente en todos los ámbitos de este trabajo porque se entiende que no es posible ya otro modelo de desarrollo turístico que pueda garantizar la conservación y protección de los recursos ambientales y culturales, así como el progreso social y económico de los destinos.

Los temas sugeridos por la Organización Mundial de Turismo han sido la inspiración de este libro; pero además, hay que señalar que, siguiendo una metodología contrastada y rigurosa, se ha querido garantizar que las herramientas que se proponen sean fáciles de aplicar a las necesidades y situaciones de la vida real y, por tanto, se presenta en un formato (tanto impreso como digital) que pueda servir de instrumento práctico de planificación y gestión.

El grupo de investigación que ha preparado este libro está avalado por una trayectoria internacional de gran prestigio en el área de la puesta en valor turístico del patrimonio natural y cultural. Está constituido por profesoras e investigadoras de larga trayectoria en esta universidad, encabezado por la Dra. Viñals y la Dra. Teruel que han acompañado el desarrollo de los estudios y la investigación en Turismo desde sus inicios en 1997. A ellas se unen la Dra. Morant e investigadoras noveles como la Dra. Alonso-Monasterio, y Mtr. Martínez-Sanchis y Mtr. Mayor que han sido alumnas y másteres de esta universidad y se han entregado con gran ímpetu a las tareas de investigación en Turismo y Patrimonio.

Nos honra pues, que este libro contribuya al buen nombre que España tiene en los foros científicos internacionales en relación al Turismo; pero, sobre todo, nos gratifica poner este libro al alcance de todo tipo de usuarios que puedan beneficiarse de los contenidos y enseñanzas que en él se detallan para guiar el buen hacer de todos aquellos que aspiran a brindar emoción y experiencias turísticas memorables y de calidad a las personas.

Dr. Francisco J. Mora Mas
Rector de la Universitat Politècnica de València

Prólogo

En el ámbito de la producción científico-social sobre los procesos de planificación del turismo, se percibe un creciente interés por el análisis del papel del patrimonio y su valorización, como fundamento de nuevos productos, o como clave para la reinención de destinos consolidados, contextualizados desde nuevos paradigmas de consumo, en el marco de procesos que se desarrollan en el sistema turístico y que ponen especial énfasis en los usos turísticos de la cultura, la naturaleza, el paisaje y la identidad del territorio.

La importancia del patrimonio, como base para la creación de productos turísticos y de experiencias satisfactorias para el usuario, cuenta con abundantes aportaciones desde hace décadas, centradas en el aporte de metodologías de trabajo conducentes a la integración de los recursos en el proceso de configuración del producto. Ha sido así como se han puesto de manifiesto diferentes instrumentos y métodos para el diagnóstico del potencial turístico, orientados generalmente a planes de desarrollo de la actividad, con una clara vertiente aplicada. Además de las indicaciones para planificadores, en cuanto al modo de inventariar recursos turísticos y clasificarlos con una finalidad operativa (OMT, 1979), pasando por los textos clásicos de la planificación turística (Gunn, 1994), se han sucedido investigaciones centradas específicamente en el inventario y evaluación de recursos turísticos, de indiscutible utilidad para gestores, planificadores e investigadores (Bote, 1990; Leno Cerro, 1993). En todos los casos, el propósito es analizar el potencial turístico-recreativo mediante metodologías dedicadas al inventario de recursos, para llegar a determinar este potencial, considerando que los recursos son la materia prima del destino o producto (López Olivares, 1998). El avance ha venido desde el momento en que se ha pasado de los inventarios o catalogaciones de recursos, como fundamento del diagnóstico de potencialidades turísticas de un lugar, a la evaluación analítica de recursos, haciendo intervenir otros factores como son los equipamientos o la accesibilidad a los propios recursos y, sobre todo, haciendo estos inventarios en consonancia con las preferencias de los consumidores, lo que ha permitido llegar a la concreción de índices de potencialidad turística para territorios, de indiscutible interés para los planificadores del turismo.

En el caso concreto de los recursos patrimoniales, se entienden como parte nuclear del sistema turístico, a la vez que su valorización es una de las acciones clave para la planificación de la actividad, cada vez más desde presupuestos de sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos (López Olivares, 2013). La integración de estos recursos en la dinámica turística puede ser una oportunidad para potenciar su dimensión social, siempre que dicha integración se haga mediante una gestión eficiente y quede asegurado el uso sostenible y la protección de sus valores. En esta línea, ya desde los años 90 del pasado siglo, se suceden aportaciones relevantes de la investigación basadas en la planificación turística de los destinos patrimoniales (Troitiño y Troitiño, 2007).

La planificación de lugares turísticos requiere un cambio de actitudes por parte de los agentes públicos y privados y de los propios consumidores para sentar principios de desarrollo sostenible y preservar los recursos que sustentan la actividad y afianzan su competitividad. De este modo, las vías de trabajo habituales se resumen del siguiente modo:

- a) Cambio de actitudes de los turistas, mediante conductas que orienten la experiencia turística hacia modelos más sostenibles.
- b) Adecuación de los recursos para hacer frente a la presión del turismo, lo que implica un riesgo de artificialización creciente de los sitios y recursos turísticos.

- c) Desarrollo y aplicación de métodos y técnicas para la gestión y control de visitantes, mediante herramientas que permiten controlar los flujos de demanda y la regulación de la frecuentación.
- d) Medidas de apoyo en aspectos relativos a la educación y sensibilización de todos los agentes intervinientes en el sistema turístico; una vertiente que resulta prometedora, pero con resultados previsibles en el plazo medio y largo.

Desde esta visión del desarrollo sostenible del turismo y su relación con el patrimonio, tres aspectos fundamentales permiten entender el sentido de este libro. El primero es la naturaleza y función del patrimonio en la sociedad actual y el significado de las experiencias como parte del ocio y de la motivación turística. El segundo tiene que ver con el auge de nuevas modalidades de turismo y ocio relacionadas con la revalorización del patrimonio cultural desde perspectivas experienciales. Y un tercer aspecto es la necesaria gestión y uso social del patrimonio y la consiguiente oportunidad que, de la mano del turismo, deriva para recuperar, valorizar y activar elementos patrimoniales desde presupuestos de sostenibilidad y conservación. De ahí que resulte especialmente útil la aportación de técnicas que permitan integrar el patrimonio en el turismo.

La obra dirigida por la Dra. Viñals y en la que colaboran otras cinco autoras del mismo equipo, sistematiza años de experiencia y de labor investigadora aplicada a entornos y contextos geográficos muy diferentes, desde sitios Patrimonio de la Humanidad a humedales y áreas naturales protegidas y espacios costeros, en los que este grupo ha realizado aportaciones relevantes, en cuanto a métodos y herramientas de trabajo, como instrumento operativo para la valorización del patrimonio con fines turísticos, con una indiscutible utilidad y aplicabilidad en los procesos de planificación del turismo, a diferentes escalas espaciales.

Desde el ángulo paradigmático, la obra se incardina y sustenta en las contribuciones académicas relacionadas con el concepto del desarrollo sostenible de la actividad turística, por lo que pretende contribuir a entender el turismo como instrumento para la conservación y gestión del patrimonio y avanzar en métodos para la prevención de impactos o efectos no deseados, a la vez que el turismo se interpreta en aras del logro de una mejor calidad de vida para los residentes en las áreas de destino, como principal objetivo del desarrollo de esta actividad.

De los contenidos del presente libro, destaca y resulta de notable interés la sistematización de catorce fichas, con comentarios e instrucciones para su realización, a partir de la selección de unos elementos clave en el diagnóstico y en la planificación con fines turísticos.

Las fichas que configuran la parte primera del texto se centran en los diferentes tipos de recursos y elementos de la oferta turística, lo que permite disponer de un buen marco de análisis para el diagnóstico, base de la tarea de planificación. Entre los elementos seleccionados para las fichas, se introduce el paisaje como una de las cuestiones del inventario, entendido como recurso escénico con valor patrimonial; del mismo modo que se le otorga al clima y a sus elementos un papel relevante en la valorización turística. Completan este bloque de fichas, relativas a los recursos y al sistema de oferta, las que atañen a los equipamientos, prestatarios de servicios y producto turístico, intentando plasmar de este modo la cadena de valor y los componentes propios de la actividad turística.

Un segundo bloque de fichas está configurado por algunas de las herramientas que intervienen en la planificación turística, tales como la interpretación del patrimonio y la capacidad de carga. Sobre la interpretación del patrimonio, se le atribuye cada vez más valor por ser la herramienta que permite establecer la comunicación con el público, reveladora de los significados del bien patrimonial, generadora de sensaciones y emociones (Urry, 2008) y capaz de incrementar la calidad de la experiencia turística (Rico Cánovas, 2014). Pero también se incorporan elementos esenciales para hacer efectivo un modelo sostenible de planificación, como ocurre al integrar la

perspectiva de análisis desde el lado de la demanda, junto con la comunicación, entendida aquí como vertiente promocional de un destino, en el contexto de la sociedad de la información. En suma, un modelo de fichas que resulta especialmente útil, por su carácter eminentemente práctico y válido para el diagnóstico turístico.

En un contexto en el que abundan teorías referidas a la dimensión turística del patrimonio, junto con la divulgación de estudios y experiencias concretas, la aportación clave de la presente obra se centra en un planteamiento innovador, mediante el sistema de fichas de inventario para la valorización del patrimonio, desde una perspectiva integrada. Supone, además, un enfoque del patrimonio y de su gestión como recurso para la satisfacción de la experiencia turística, a través de una herramienta para la puesta en valor y planificación de sitios y elementos del patrimonio natural y cultural por parte del turismo, desde una visión sostenible.

Por tanto, desde la vertiente instrumental y aplicada, es una forma de contribuir al impulso de los procesos de despegue de la actividad turística en lugares que cuentan con potencialidades y que deben planificarse de un modo racional; como para la creación de nuevos productos en el marco de actuaciones y fórmulas para la renovación, cualificación y diversificación de destinos turísticos de larga trayectoria. En apretado balance final, cabe esperar que el texto sea un referente, desde las interacciones entre patrimonio, turismo y territorio, por lo que significa la aportación de un sistema integrado de fichas como instrumento práctico y operativo para el diagnóstico de potencialidades y la planificación turística.

Dr. J. Fernando Vera Rebollo
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas
Universidad de Alicante

PRESENTACIÓN

La presente obra tiene por objetivo poner a disposición del lector una serie de herramientas prácticas que pueden resultar de utilidad en diversos procesos de la puesta en valor y planificación turística de sitios y/o elementos del patrimonio natural y cultural, con la visión futura de un desarrollo sostenible a largo plazo.

Los motivos que han guiado el desarrollo de este trabajo se basan en la necesidad de gestionar el turismo desde un enfoque de conservación y protección del patrimonio, desde el reconocimiento de la importancia del patrimonio como motor de desarrollo local, de la necesidad de crear productos turísticos responsables y respetuosos con su entorno natural, cultural y social, y también, de brindar al turista una experiencia satisfactoria, memorable y de calidad en los destinos.

Además de los motivos expuestos, se percibía la necesidad de analizar de forma integral las relaciones entre los diversos campos de actuación del turismo, el territorio y el patrimonio, así como de clarificar los procesos, e incluso la terminología, en torno a la gestión y puesta en valor de destinos turísticos, especialmente los patrimoniales. Estos aspectos vienen señalándose, desde hace ya tiempo, como necesarios por la Organización Mundial del Turismo (OMT), por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos (ICOMOS), por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) y por otras muchas organizaciones internacionales de forma reiterada, aunque en la realidad parece todavía una meta lejana la consolidación de dichos aspectos. Se ha tenido muy presente, por otra parte, la irrupción irreversible de las nuevas tecnologías en el sector turístico y en el patrimonial, más allá de las tradicionales herramientas tecnológicas de comercialización. Los cambios tecnológicos actuales alcanzan en primera persona al consumidor y al propio patrimonio; y esto hay que tenerlo en cuenta a la hora de planificar y gestionar el turismo en entornos patrimoniales.

Las herramientas que se presentan en esta obra constituyen un instrumento de trabajo práctico aplicable a diversos ámbitos, como por ejemplo, en estudios sobre el diagnóstico del potencial turístico de un lugar, en los de aptitud turística de los recursos, en los de desarrollo de planes estratégicos y operativos, en la creación de productos turísticos, en sistemas de evaluación e indicadores turísticos, en planes de comunicación turística, entre otros.

El público objetivo al que va dirigido este manual son: planificadores y gestores de áreas protegidas o sitios patrimonio, gestores municipales, operadores turísticos, comunidades locales, actores interesados en el desarrollo turístico, consultores turísticos, miembros de organizaciones no gubernamentales, investigadores en turismo y patrimonio, y también estudiantes de turismo y de otras disciplinas relacionadas con el patrimonio y los recursos turísticos.

Los principios que han guiado el desarrollo de estas herramientas han sido: la sostenibilidad, la adaptabilidad y flexibilidad, la priorización y secuenciación, la calidad en la información, la participación y la actualización.

La sostenibilidad porque la esencia de este principio reside en la conservación y protección de los recursos patrimoniales, y esto es fundamental para poder desarrollar turísticamente un destino a largo plazo.

La adaptabilidad y versatilidad se explica en el hecho de que las herramientas propuestas son genéricas y flexibles y pueden considerarse como un sistema completo para poder ser utilizado en su totalidad o adaptado parcialmente en procesos de planificación regional o local, aplicándose herramientas específicas para poner en valor atractivos singulares.

La priorización y secuenciación es un principio que tiene que ver con el orden en el que se aborda la aplicación de las herramientas.

La calidad de la información es un principio básico vinculado a la utilidad, veracidad y aplicabilidad de estas herramientas. Por ello, se hace siempre hincapié en referirse a fuentes primarias de documentación o documentos contrastados.

La participación es un principio transversal necesario para que todos los agentes interesados conozcan el trabajo que se lleva a cabo de primera mano, aporten sus puntos de vista y debatan desde el primer momento sobre todos los aspectos que les puedan interesar directamente. Por ello, además de una herramienta específica sobre el tema, se recomienda su uso de forma transversal en los procesos de aplicación de las herramientas de toma de decisiones.

La actualización es fundamental en un trabajo de este tipo ya que la planificación y gestión turística son procesos muy dinámicos que requieren una evaluación permanente para poder tomar las decisiones correctas. Por tanto, el seguimiento de los resultados y la actualización de los datos debe considerarse como tarea necesaria que forma parte de la programación ordinaria. En este sentido, esta obra, además de la presentación en formato físico, facilita un enlace a través de la Universitat Politècnica de València desde el que se pueden descargar las fichas en formato digital. El usuario puede acceder a partir del código QR o del URL que aparece en la página de créditos. Esta aplicación tiene una extensión limitada pero suficiente para cada campo de respuesta y permite incluir materiales gráficos en los apartados correspondientes.

En relación a la contribución científica de esta obra al ámbito académico, hay que destacar que los conceptos y aportaciones son resultado de la experiencia investigadora y docente del grupo de investigación en Turismo de la Universitat Politècnica de València, a lo largo de más de veinte años de trabajo desarrollando proyectos de turismo aplicados a realidades geográficas muy distintas en diversos países. Se ha manejado una enorme cantidad de conceptos y datos como es lo habitual en la puesta en valor, planificación y gestión del turismo, y el mayor mérito de este trabajo ha consistido en sistematizar e interrelacionar toda esta información y presentarla de forma ordenada para que pueda ser utilizada de forma eficiente.

El manual incluye catorce fichas relativas a diversos aspectos de la puesta en valor y planificación turística y la manera de utilizarlo de forma práctica es tomar la ficha correspondiente al tema que se va a desarrollar y seguir las sugerencias sobre la información a recabar que se propone en los distintos apartados y en la introducción a la misma. Los datos compilados tienen valor no solo descriptivo sino también prescriptivo, por lo que resultan de utilidad para realizar diagnósticos y propuestas estratégicas y operativas. Cada ficha va precedida de una introducción donde se explica cómo rellenar los diferentes apartados, se aclaran conceptos y se establece la utilidad de la ficha en el contexto de la puesta en valor y la planificación del turismo sostenible. Al concluir cada introducción se presenta una selección de bibliografía recomendada específica para profundizar en el tema si fuera necesario.

En aras de facilitar la evaluación de la información compilada, en algunas secciones aparecen respuestas que se pueden valorar en una escala del 1 al 5. Así, la suma de los valores obtenidos en diversas secciones puede servir de orientación en el diagnóstico turístico. En otras secciones

aparecen opciones de respuesta múltiple sin valor cuantitativo y que están representados por letras.

Los contenidos de las fichas son exhaustivos en algunos casos, pero hay que pensar que un buen análisis turístico requiere abordar una cantidad ingente de información de muy diversa índole y con muchos matices. El nivel con que pueda tratarse cada tema dependerá de muchos factores, pero lo que se pretende con cada ficha es ofrecer una visión de conjunto de los elementos, factores y variables más relevantes para poder realizar un diagnóstico prescriptivo de un sitio, de un atractivo o de un destino turístico. Por eso es importante también considerar la interrelación que existe entre las diversas fichas.

La información requerida para el cumplimiento de las fichas se puede obtener a partir del trabajo de campo, referencias bibliográficas y documentales y de entrevistas con actores involucrados y, en algunos casos, se precisará de un análisis experto posterior.

Las diferentes fichas pueden ser reagrupadas en dos grandes bloques. Un primer bloque que se refiere básicamente a los elementos de la oferta turística y que incluye, en primer lugar, las fichas de inventario de atractivos (naturales, culturales, paisajísticos y clima), de equipamientos, de prestatarios de servicios, de actividades recreativas y productos turísticos y la de interpretación del patrimonio.

El segundo bloque incorpora herramientas más directamente vinculadas a la planificación, como son la ficha sobre la demanda turística potencial y real, la de procesos participativos, la de capacidad de carga recreativa y la de comunicación.

En último lugar, aparece una compilación sobre bibliografía general referida a la puesta en valor y planificación turística del patrimonio para orientar el trabajo de los lectores.

Solo resta expresar la ilusión, emoción y determinación con la que se ha llevado a cabo esta obra e invitar a todos los interesados que en estos momentos tienen en sus manos este trabajo a que lo lean con espíritu crítico, utilicen sus herramientas y las vayan mejorando con el tiempo, y que compartan sus reflexiones y logros, pues es la forma en que se construye la ciencia.

Si así fuere, nuestro objetivo como investigadoras y profesoras universitarias quedaría satisfecho.

Las autoras

1

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PATRIMONIO NATURAL'

INTRODUCCIÓN

La primera herramienta para la puesta en valor turística del patrimonio es la realización de inventarios de los recursos y la correspondiente valoración intrínseca y turística. Esta ficha está concebida como un instrumento integral que incluye información muy diversa y de gran utilidad para el estudio de los elementos patrimoniales naturales. Los primeros apartados de la ficha son descriptivos y consisten en la compilación de datos relativos al recurso analizado; la segunda parte es más prescriptiva ya que implica una valoración del recurso en base a unos parámetros determinados. Al concluir la ficha, se dispone de una información preliminar con cierto carácter propositivo para la toma de decisiones.

La información para completar la ficha puede provenir tanto de la toma de datos directa como de fuentes documentales, que serán convenientemente reseñadas en el apartado bibliográfico.

Esta ficha incluye 13 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del sitio o elemento

El apartado 1 hace referencia a la denominación del sitio o elemento. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en torno a su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del elemento

En este apartado se identifican las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) y/o las UTM para poder localizar el elemento. Si se trata de un área habrá que consignar las de los puntos extremos o de la zona de acceso.

Hay que incluir necesariamente el nombre de la/s localidad/es donde se encuentra, la comarca o región y el país. En el caso de recursos supramunicipales o transfronterizos, hay que hacerlo constar adecuadamente.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el sitio o elemento para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se encuentra el elemento. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Accesibilidad y conexiones

La accesibilidad es una variable que contempla dos aspectos: por un lado, la posibilidad de acceder fácilmente a los atractivos y, por otro, se considera la posibilidad que tiene la zona de acceder a núcleos emisores de demanda.

Por ello, se sugiere constatar la distancia en kilómetros y las comunicaciones viales existentes para poder evaluar las oportunidades de realizar visitas en régimen excursionista y/o con pernoctación. Además de conocer el estado de la red vial, se trata también de reseñar otras posibilidades de transporte.

5. Tipo de elemento y descripción de sus atributos

El apartado 5 se dedica al análisis del elemento patrimonial. La primera cuestión es encuadrar el elemento en el grupo tipológico al que pertenece. En el cuadro NTL1, se presenta una clasificación orientativa de la gran variedad de elementos que se pueden considerar como patrimonio natural. El estudio del clima y del paisaje, debido a su importancia turística, se aborda en fichas diferentes.

La descripción del elemento incluye una aproximación cronológica de su formación en el caso de los recursos geológicos y paleontológicos y una consideración del estado de evolución de las masas forestales.

Además, se debe añadir información sobre el entorno inmediato del sitio o elemento y se adjuntará un plano que muestre las áreas disponibles para el uso público.

6. Evaluación del estado de conservación

En relación al estado actual del elemento, lo primero que procede es conocer su estado de conservación, y para ello se ofrece una escala de valoración cuya aplicación influye de forma notable en la consideración global del elemento y sus opciones de uso.

Es posible que el elemento haya estado sometido a actuaciones de restauración, por lo que será necesario describirlas someramente, indicando su fecha y mencionando las causas que ocasionaron la degradación.

Es muy importante constatar, si existen, estándares de conservación definidos para el elemento o el ecosistema, ya que constituyen la base para el establecimiento de los indicadores, la referencia para posibles restauraciones ecológicas y los límites a las opciones de uso. Un estándar de conservación, por ejemplo, es el número óptimo de aves que debe constituir una colonia, por debajo del cual puede interpretarse como resultado de un problema. El sistema de

indicadores servirá para llevar a cabo el seguimiento del estado de conservación del recurso. Es muy importante constatar la existencia de estos datos porque son herramientas clave de conservación sin cuya existencia no se puede poner en valor turístico un recurso.

Cuadro NTL1
Clasificación de atractivos naturales

| TIPO | ELEMENTOS |
|--------------------------------------|--|
| Geología | Formaciones geológicas singulares (plegamientos y estructuras) Lugares con un registro geológico excepcional Yacimientos minerales Yacimientos fosilíferos (bosques petrificados, yacimientos de dinosaurios, etc.) Otros |
| Geomorfología (formas de relieve) | Montañas (sierras, domos, mesetas, etc.) Formas kársticas (dolinas, cuevas con estalactitas y estalagmitas, etc.) Formas volcánicas (volcanes, estructuras prismáticas basálticas, etc.) Badlands Formas fluviales (valles, llanos aluviales, terrazas, meandros, barrancos, cañones, etc.) Formas litorales (islas, penínsulas, acantilados, playas, restingas, cordones y flechas arenosas, arrecifes, fiordos, bahías, calas, rías, zonas mareales, deltas, estuarios, etc.) Formas eólicas (desiertos, dunas, etc.) Formas glaciares (valles glaciares, morrenas, etc.) Lugares impactados por meteoritos Otros |
| Cuerpos hídricos | Mares y océanos Ríos (corrientes de agua, cataratas, cascadas, etc.) Glaciares Lagos, lagunas, humedales, áreas palustres, salares, etc. Acuíferos (fuentes, surgencias termales, geiseres, cenotes, etc.) Otros |
| Fenómenos astronómicos | Astros y estrellas Auroras boreales y australes Atardeceres/Amaneceres Eclipses Lluvias de meteoros Lluvias de estrellas fugaces Otros |
| Vegetación | Agrupaciones vegetales (bosques tropicales lluviosos y nubosos, bosques alpinos, bosques caducifolios, bosques mediterráneos, bosques de bambú, tundras, bosques de secuías gigantes, etc.) Zonas de especies o fenómenos particularmente atractivos (frutos silvestres, floraciones, plantas acuáticas, etc.) Árboles monumentales Otros |
| Fauna | Conjuntos faunísticos Especies raras (tortugas gigantes, osos panda, etc.) Ecosistemas de gran biodiversidad Ecosistemas con especies raras (arrecifes coralinos, etc.) Grupos migratorios de fauna (aves, ballenas, renos, mariposas, gacelas, cebras, etc.) Otros |

Como elemento complementario, se propone el análisis del estado de conservación del área circundante del recurso ya que constituye el fondo escénico en donde se enmarca el mismo. Este entorno paisajístico tiene que tener la misma calidad que el propio recurso, puesto que de otra manera mermaría sus posibilidades de atracción. Este análisis se llevará a cabo en la ficha de paisaje.

Además del estado de conservación, conviene identificar los posibles riesgos y/o amenazas existentes en relación a la conservación del elemento. En primer lugar, se sugiere analizar los posibles impactos derivados de las actividades de los sectores productivos existentes en la zona. Resulta necesario realizar una descripción detallada para poder abordar con conocimiento de causa este aspecto.

7. Reconocimiento social, científico y legal

Se hace referencia en este apartado al reconocimiento que la sociedad y la comunidad científica atribuyen al elemento. Así, desde el punto de vista social, el elemento analizado puede ser percibido como algo intrascendente para sus vidas, pero también puede resultar algo importante para ciertos individuos y/o colectivos e incluso llegar a ser algo esencial en sus vidas, que les infiere identidad y por ello muestran apego y aprecio.

Por otra parte, se valora el reconocimiento de la comunidad científica en términos de divulgación del conocimiento a diversas escalas.

Un aspecto importante para la puesta en valor radica en el régimen de propiedad de los elementos, ya que la titularidad privada limita notablemente las opciones para el uso público. Por ello, es muy importante consignar estos datos a fin de poder evaluar correctamente la factibilidad de su uso turístico.

Finalmente, en este apartado hay que identificar también las figuras de protección legal que detenta el elemento ya que no sólo constituyen un reconocimiento a sus valores y atributos, sino que establecen los términos legales en que debe basarse su gestión, especificando las normativas de aplicación. Hay que tener en cuenta que el elemento puede estar bajo el amparo de figuras protectoras no estrictamente ambientales, como son las urbanísticas, agrarias, etc., que hay también que considerar.

8. Valor patrimonial intrínseco del elemento desde el punto de vista geológico, geomorfológico, geográfico, hidrológico, paleontológico, biológico, ecológico, astronómico, etc.

A partir del apartado 8, comienza la parte evaluativa de la ficha. Establecer una medida de valor de los elementos es útil para fundamentar la toma de decisiones.

La valoración que se propone a partir de los diferentes criterios dará como resultado una evaluación preliminar que debe ser completada con un análisis experto posterior.

La primera valoración que se realiza es inherente a los valores y atributos del elemento (valor científico intrínseco). De este modo, un recurso geológico, geomorfológico, geográfico, hidrológico, paleontológico, biológico, ecológico y/o astronómico es evaluado según los criterios de: significancia, representatividad, singularidad y naturalidad/integridad y contextualización, aplicando una escala creciente de valor de 1 a 5. Para aplicar este baremo no existe una fórmula estandarizada dada la gran variedad de elementos existente de índole diversa; por tanto, cada caso debe tratarse de forma específica. En este apartado de la ficha, hay un texto aclaratorio sobre la definición del criterio y la pertinencia de su aplicación en cada caso.

Hay que señalar que una alta valoración intrínseca de un elemento no tiene por qué coincidir con una alta valoración turística. Así, por ejemplo, un elemento de alto valor ecológico puede que no tenga ningún atractivo para el público y viceversa.

9. Valor turístico del elemento patrimonial

Una vez conocido el valor intrínseco de un elemento, el análisis se centra en la evaluación turística que se realiza a partir de la aplicación de otros criterios tales como: atractividad, resistencia (vs. fragilidad/vulnerabilidad), disponibilidad, accesibilidad, factibilidad y valores educativos.

La fauna, por ejemplo, se deberá valorar bajo la perspectiva ecológica, pero de cara a la recreación interesa mucho conocer la vulnerabilidad de cada especie para intentar no impactarla con las actividades turísticas. Además, hay que tener en cuenta que, al tratarse de un recurso móvil, cualquier impacto repercutirá en una desaparición temporal o permanente de los lugares de observación.

Como en el apartado anterior, en la propia ficha viene una explicación aclaratoria para ayudar en la aplicación de los criterios. La valoración se realizará también en base a una escala creciente del 1 al 5. De la misma manera que sucedía con la valoración intrínseca, en este caso también se precisa de estudios en profundidad para establecer el valor de cada criterio. El método de análisis será también el desarrollo de trabajo de campo y el soporte bibliográfico.

Cabe mencionar que la atractividad es particularmente complicada de evaluar porque es un criterio con cierto carácter subjetivo y que puede variar dependiendo de los rasgos de personalidad y las preferencias de las diferentes audiencias. En general, los elementos de marcados atributos sensoriales y de clara visibilidad resultan más atractivos.

Con la aplicación de estos criterios se puede conocer la potencialidad existente para poner en valor turístico un elemento, dependiendo no solo de sus atributos propios, sino también de consideraciones económicas (inversiones en restauraciones, adaptaciones específicas, equipamientos de uso público, etc.) vinculadas a las administraciones responsables de su gestión, y también consideraciones sociales relacionadas con las comunidades locales.

10. Usos y gestión del elemento

Este apartado incluye la descripción de los usos actuales que se realizan en relación al elemento analizado, especificando la importancia que tiene para la comunidad local desde el punto de vista económico y social.

El segundo bloque de información de este apartado tiene por objetivo conocer todos aquellos organismos e instituciones que tienen competencias sobre la gestión del elemento, ya que es habitual que haya más de uno. Es importante saber si existen mecanismos de coordinación interinstitucionales que garanticen una coherencia gestora. También habrá que identificar cuál es el organismo responsable de la gestión y el modelo que se lleva a cabo (gestión directa, indirecta, etc.), y si las comunidades locales están involucradas en la misma de alguna manera.

Además, hay que identificar los instrumentos de gestión que existen para este elemento, indicando su fecha de redacción y vigencia, y también la existencia de programas de mantenimiento y el personal que se dedica a estas tareas.

Por otra parte, hay que registrar si se llevan a cabo visitas públicas u otro tipo de actividades de uso público y mencionar los materiales divulgativos existentes sobre el lugar.

Es importante incluir comentarios en relación a los recursos humanos que trabajan directamente relacionados con el elemento (plantilla dedicada a la conservación, difusión, mantenimiento, etc.). También resulta muy interesante conocer información acerca de los visitantes o turistas que han conocido el sitio (volumen de los flujos, rasgos de personalidad, satisfacción de la visita, aspectos mejor valorados de la visita, etc.), y los problemas existentes.

11. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

12. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

13. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del lugar o del elemento. Así, se incluirán fotografías, mapas, folletos, etc., citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Eagles, P.F.J.; McCool, S.F. y Haynes, Ch.D. (2002). *Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión*. Ed. PNUMA/OMT/UICN/ Ministerio de Medio Ambiente de España, 183 pp.

European Union (2013). *Guidelines on Wilderness in Nature 2000. Management of terrestrial wilderness and wild areas within the Nature 2000 Network*. Ed. European Commission, 98 pp.

Fyall, A.; Garrod, B.; Leask, A. y Wanhill, S. (eds.) (2008). *Managing Visitor Attractions. New directions*. Ed. Butterworth/Heinemann, 365 pp.

Liddle, M. (1997). *Recreation Ecology. The ecological impact of outdoor recreation and ecotourism*. Ed. Chapman & Hall, 639 pp.

Mallarach, J.M. (1999). *Creris i mètodes d'avaluació del patrimoni natural*. Generalitat de Catalunya, Departament de Medi Ambient, 106 pp.

PATRIMONIO NATURAL

1. DENOMINACIÓN DEL SITIO O ELEMENTO

Denominación del sitio o elemento

Otras denominaciones

2. DATOS DE INSPECCIÓN

Nombre del compilador

Fecha y lugar de recogida de datos

E-mail del compilador

Teléfono del compilador

3. LOCALIZACIÓN DEL ELEMENTO

Coordenadas¹

GEOGRÁFICAS

| | | | |
|---|---|----|--|
| ° | ' | '' | |
|---|---|----|--|

| | | | |
|---|---|----|--|
| ° | ' | '' | |
|---|---|----|--|

UTM (10x10)

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

Extensión superficial

Dirección

Localidad

Código Postal

Comarca/Región

País

Accesibilidad local
(medios de transporte público en el destino)

Mapa de localización

¹ Indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal.

4. ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES

| Centro/s emisor/es de demanda turística | Distancia al sitio o elemento | Rango de distancia ² | Tipo de carretera (autovía, nacional, rural, etc.) | Comunicaciones viales ³ (estado de las carreteras, frecuencia del transporte público, conectividad, etc.) |
|---|-------------------------------|---------------------------------|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Descripción y características de los accesos desde cada centro emisor de demanda

² Rango de distancia en kilómetros a ciudades o centros emisores de demanda turística: **1** - >200 km; **2** - 200-100 km; **3** - 100-50 km; **4** - <50 km; **5** - En el propio destino.

³ Comunicaciones viales: **1** - No hay conexión por carretera ni transporte público; **2** - Mala comunicación (carreteras en malas condiciones, sin conexión con transporte público, etc.); **3** - Medios de comunicación mínimos (carreteras secundarias, etc.); **4** - Medios de comunicación buenos (carreteras en buen estado, amplio horario de transportes públicos, etc.); **5** - Medios de comunicación excelentes (autovías, tren de alta velocidad, etc.)

| 5. TIPO DE ELEMENTO Y DESCRIPCIÓN DE SUS ATRIBUTOS | | |
|---|----------------------|---|
| Tipología ⁴ | <input type="text"/> | a - Formación geológica singular; b - Depósitos fósiles; c - Yacimiento mineral; d - Relieves; e - Formas fluviales; f - Formas edólicas; g - Formas costeras; h - Formas kársticas; i - Formas glaciales; j - Formas volcánicas; k - Mar, océano; l - Río, corriente, barranco; m - Lago, laguna; n - Cascada, fuente, manantial; o - Grupo faunístico; p - Vegetación y flora; q - Fenómeno astronómico; r - Otros (especificar en comentarios) |
| Características del elemento | | |
| Periodo de formación de las estructuras geológicas, geomorfológicas y/o paleontológicas | | |
| Estadio de evolución de las comunidades vegetales y/o faunísticas | | |
| Descripción del entorno inmediato | | |
| Planos esquemáticos del sitio (especificar áreas de uso público) | | |
| Comentarios | | |

⁴ Clasificación (ver tabla NTL1 en el texto introductorio)

| 6. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN | | |
|--|----------------------|---|
| 6.1. Estado de conservación actual | | |
| Estado de conservación | <input type="text"/> | 1 - Extinto; 2 - Casi desaparecido; 3 - Severamente degradado; 4 - Poco degradado; 5 - Sin degradaciones aparentes (prístino) |
| Acciones de restauración llevadas a cabo (descripción y fecha de intervención) | | |
| Estándares de conservación (especificar documentos de referencia existentes) | | |
| Sistema de indicadores (especificar documentos de referencia existentes) | | |
| Comentarios (indicar causas de degradación) | | |
| 6.2. Riesgos y amenazas | | |
| Riesgos y amenazas | <input type="text"/> | a - Agricultura intensiva; b - Ganadería intensiva; c - Pesca intensiva; d - Explotación forestal; e - Minería; f - Falta de planificación territorial; g - Cambios en el uso del suelo; h - Infraestructuras inadecuadas; i - Turismo masivo; j - Industria; k - Vandalismo; l - Falta de protección legal; m - Actividades y costumbres tradicionales en desuso; n - Caza furtiva; o - Falta de sensibilización por parte de las administraciones; p - Falta de aprecio por parte de las comunidades locales; q - Incendios; r - Cambio climático; s - Conflictos políticos y bélicos; t - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |

7. RECONOCIMIENTO SOCIAL, CIENTÍFICO Y LEGAL

7.1. Reconocimiento social y científico

| | | |
|---|----------------------|--|
| Reconocimiento social (percepción del valor del elemento por parte de la sociedad) | <input type="text"/> | 1 - Intrascendente para la gran mayoría de individuos; 2 - Poco trascendente para la mayoría de individuos; 3 - Trascendente para un número importante de individuos; 4 - Trascendente para la gran mayoría de individuos; 5 - Esencial para la mayoría de individuos (representa un sólido valor identitario social) |
| Reconocimiento científico (percepción del valor del elemento por parte de la comunidad científica) | <input type="text"/> | 1 - Desconocido; 2 - Conocido localmente; 3 - Conocido en la región; 4 - Documentado; 5 - Estudiado científicamente y divulgado |

7.2. Propiedad del elemento

| | | |
|---|----------------------|--|
| Régimen de propiedad | <input type="text"/> | a - Privado; b - Público; c - Mixto |
| Propietario del elemento y datos de contacto | <input type="text"/> | |

7.3. Estatus legal del elemento

| | | |
|---------------------------------|----------------------|---|
| Estatus legal | <input type="text"/> | 1 - No catalogado (sin protección); 2 - Catalogado (mínima protección legal / figura de protección local); 3 - Protección legal media (figura de protección regional); 4 - Protección legal alta (figura de protección nacional); 5 - Máxima protección legal (figura de protección internacional) |
| Normativas de aplicación | <input type="text"/> | |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

8. VALOR PATRIMONIAL INTRÍNSECO DEL ELEMENTO DESDE EL PUNTO DE VISTA GEOLÓGICO, GEOMORFOLÓGICO, GEOGRÁFICO, HIDROLÓGICO, PALEONTOLÓGICO, BIOLÓGICO, ECOLÓGICO, ASTRONÓMICO, ETC.

Establecer una evaluación del elemento en sí mismo (valor científico intrínseco), utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios:

| | | |
|-------------------------------|----------------------|---|
| Significancia | <input type="text"/> | Conjunto de valores científicos y funcionales de los ecosistemas, de la biodiversidad, de la geodiversidad y de los elementos naturales en general que definen la importancia de un sitio o elemento y que van más allá de su mero uso funcional. El valor científico tiene que ver básicamente con su interés y las características propias que presenta como perteneciente al tipo en el que ha sido incluido (Geología, Geomorfología, Hidrología, Paleontología, Biología, Ecología, Astronomía, etc.). Los valores funcionales se relacionan con las funciones y ecoservicios de los ecosistemas y elementos de la naturaleza. La significancia social o espiritual se refiere al apego actual entre el elemento y la comunidad. |
| Representatividad | <input type="text"/> | Es el grado en que el elemento presenta las características o atributos propios del tipo o ecosistema al que pertenece. Puede tener dos acepciones: la 'representatividad típica' cuando un elemento es frecuente o común, y en el sentido contrario, serían los rasgos excepcionales sólo representados en una minoría. |
| Singularidad | <input type="text"/> | Se establece en función de la rareza, escasez y/o unicidad que el elemento presenta en relación con las características propias del tipo al que pertenece, considerando la escala espacial de distribución del recurso (local, regional, nacional, internacional) y también los valores demográficos de las poblaciones (número de individuos). |
| Naturalidad/Integridad | <input type="text"/> | Naturalidad e Integridad suelen ir unidos en la evaluación del patrimonio natural. La naturalidad se refiere a la ausencia de alteración humana (espacio o elemento prístino, inalterado, etc.). La integridad es una medida que evalúa lo completo que se encuentra el elemento, sus atributos y procesos (integridad funcional). Este atributo se devalúa en función de los cambios y/o alteraciones que el elemento haya sufrido. Por tanto, hay que evaluar el grado en que el recurso incluye todos los elementos necesarios para expresar su valor y si tiene un tamaño (espacio y/o población) adecuado que permite la representación completa de las características y los procesos que transmiten su importancia. |
| Contextualización | <input type="text"/> | Hace referencia a la armonía que mantiene el elemento natural con otros elementos y con su entorno inmediato y también con el paisaje/ecosistema que lo alberga. Si el paisaje fuera un elemento relevante del conjunto hay que cumplimentar una ficha específica sobre el mismo. |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

| 9. VALOR TURÍSTICO DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|--|
| Establecer una valoración del elemento en base a su potencial turístico, utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios: | | |
| Atractividad | <input type="text"/> | Se refiere a parámetros de tipo estético, espiritual, emotivo y perceptual que se basan en atributos sensoriales físicos como la riqueza visual, audible, olfativa, gustativa, táctil y otras percepciones como la belleza, la grandiosidad, la originalidad, el simbolismo, la identidad, etc. que provocan emociones positivas y sentimientos de aprecio en las personas e, incluso, beneficios terapéuticos. |
| Resistencia (vs. Fragilidad/ Vulnerabilidad) | <input type="text"/> | Se define como la capacidad del elemento o ecosistema para hacer frente a una agresión; en el extremo opuesto está la fragilidad que se define como la susceptibilidad a la perturbación (impactos), normalmente de origen antrópico. La importancia de utilizar el criterio de resistencia reside en la consideración de la probabilidad de destrucción y/o degradación del elemento y su capacidad de regeneración tras sufrir una perturbación (resiliencia). La fragilidad es mayor cuando el elemento valorado es raro o cuando tiene una baja capacidad de adaptación y de recuperación. |
| Disponibilidad | <input type="text"/> | Tiene que ver con la posibilidad y/o frecuencia de observación y/o la estacionalidad de un recurso, así como los periodos especiales durante los que no pueden ser perturbados (nidificación, repoblación forestal, etc.). El clima es también un factor limitante si las actividades se realizan al aire libre. Este criterio pesa mucho en la evaluación, sobre todo en el caso de la fauna y los fenómenos atmosféricos, dependiendo de si la observación está garantizada, es usual, altamente estacional u ocasional. En el caso de recursos de carácter areal, la capacidad de carga recreativa determinará también la disponibilidad de espacio para acoger a visitantes. |
| Accesibilidad del elemento | <input type="text"/> | Se refiere a la facilidad para poder visitar el sitio o elemento, en términos de adaptaciones físicas y equipamientos para la visita. |
| Factibilidad | <input type="text"/> | Se usa para valorar las posibilidades de puesta en valor turístico del elemento. Tiene que ver con el buen estado de conservación del recurso, con la viabilidad económica (evaluación de costes y beneficios, costes de adquisición, costes de restauración, costes de gestión y mantenimiento, costes de las adaptaciones específicas necesarias, etc.), con la disponibilidad espacial y temporal del recurso, con la existencia de derechos, con los usos tradicionales, con las prácticas religiosas, con la capacidad de gestión del organismo competente (para garantizar su protección y/o puesta en valor), con los beneficios sociales y también con la actitud de los actores interesados y la comunidad (la aceptación de la población local suele ser uno de los criterios más decisivos para valorar la factibilidad). |
| Valores educativos | <input type="text"/> | Se considera básicamente el potencial que posee el sitio y/o elemento para proporcionar conocimiento científico en el ámbito de las Ciencias Naturales y de la Tierra (Ecología, Biología, Geología, Geomorfología, Geografía, Hidrología, Astronomía, etc.) y para facilitar la comprensión del mismo (potencial para la Interpretación). También se valoran aquellos aspectos que contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio (Educación Ambiental). |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

| 10. USOS Y GESTIÓN DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|--|
| 10.1. Uso actual del elemento | | |
| Usos existentes (conservación, explotación forestal, ganadería, pesca, agricultura, minería, usos hídricos, turismo, etc.) | <input type="text"/> | |
| Importancia socioeconómica de los usos actuales | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante; 2 - Importancia socioeconómica residual; 3 - Importancia socioeconómica relativa; 4 - Importante para la socioeconomía de la comunidad; 5 - Esencial para la socioeconomía de la comunidad |
| Comentarios | <input type="text"/> | |
| 10.2. Gestión del elemento | | |
| Autoridades/ Instituciones con competencias sobre el elemento (públicas y/o privadas) | <input type="text"/> | |
| Autoridad/Institución responsable de la gestión del elemento | <input type="text"/> | |
| Modelo de gestión | <input type="text"/> | a - Gestión directa; b - Gestión indirecta (concesión, arrendamiento, concierto, etc.); c - Otros (especificar en comentarios) |

EDITORIAL

| | | |
|--|----------------------|---|
| Instrumentos de gestión existentes | <input type="text"/> | a - Plan Director; b - Plan de Gestión del Uso Público; c - Plan para la Conservación de los Recursos Naturales; d - Plan de Usos; e - Plan de Puesta en Valor Turístico del Patrimonio Natural; f - Programa de Interpretación; g - Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible; h - Plan de Dinamización Turística; i - Planes Específicos (restauración, erradicación especies exóticas, etc.); j - Programa de Sensibilización; k - Otros (especificar en comentarios) |
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | | |
| Programas y tareas de mantenimiento | | |
| Implicación de los actores locales y la sociedad en la gestión | | |
| Tipos de visitas (si está abierto al público) | <input type="text"/> | a - Visita guiada/concertada; b - Visita libre; c - Eventos especiales; d - No existen |
| Materiales de divulgación (guías, mapas, folletos, señalización interpretativa, web, apps, etc.) | | |
| Comentarios (descripción del modelo de gestión, recursos humanos, visitantes, problemas de gestión, aspectos mejor valorados del sitio, etc.) | | |

11. COMENTARIOS ADICIONALES

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

13. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, folletos, etc.)

2

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PATRIMONIO CONSTRUIDO'

INTRODUCCIÓN

Los elementos del patrimonio construido son importantes referentes de los destinos turísticos y constituyen atractivos culturales destacados para los visitantes. Por ello, es necesario realizar el inventario y valoración intrínseca y turística de los mismos. Aquellos que se propone inventariar con esta ficha son elementos del patrimonio inmueble y, además, se incluyen otros vinculados a la ingeniería y a la arquitectura moderna.

Esta ficha está concebida como un instrumento integral que incluye información muy diversa y de gran utilidad para el estudio del patrimonio inmueble y de los elementos construidos. Los primeros apartados de la ficha son descriptivos y consisten en la compilación de datos relativos al elemento analizado; la segunda parte es más prescriptiva ya que implica una valoración del elemento en base a unos criterios determinados. Al concluir la ficha, se dispondrá de una información de gran utilidad para la toma de decisiones.

La información para completar la ficha puede provenir tanto de la toma de datos directa como de fuentes documentales, que deben ser convenientemente reseñadas en el apartado bibliográfico.

Esta ficha incluye 13 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del sitio o elemento

El apartado 1 hace referencia a la denominación del elemento. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del elemento

En este apartado se identifican las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) y/o las UTM para poder localizar el elemento.

Hay que incluir necesariamente el nombre de la/s localidad/es donde se encuentra, la comarca o región y el país. En el caso de recursos supramunicipales o transfronterizos, hay que hacerlo constar adecuadamente.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el sitio o elemento para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se encuentra el elemento. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Accesibilidad y conexiones

La accesibilidad es una variable que contempla dos aspectos: por un lado, la posibilidad de acceder fácilmente a los atractivos y, por otro, se considera la posibilidad que tiene la zona de acceder a núcleos emisores de demanda.

Por ello, se sugiere constatar la distancia en kilómetros y las comunicaciones viales existentes para poder evaluar las oportunidades de realizar visitas en régimen excursionista y/o con pernoctación. Además de conocer el estado de la red vial, se trata también de reseñar otras posibilidades de transporte.

5. Tipo de elemento y descripción de sus atributos

Enmarcar los elementos patrimoniales en una tipología tiene como objetivo facilitar y ordenar la amplia y diversa información que puede llegar a manejarse en un proceso analítico de estas características. Este hecho facilita la posterior toma de decisiones en las fases de puesta en valor turístico y de diseño de actividades y productos turísticos ya que los atractivos están clasificados desde un punto de vista temático.

Existen numerosas propuestas de clasificaciones tipológicas culturales y todas ellas son válidas, porque, como se ha visto, su finalidad es, sobre todo, la de organizar la información. Lo importante desde el punto de vista procedimental es que se clasifiquen y ordenen para gestionar eficientemente la información compilada. En este trabajo, se propone una clasificación de los elementos construidos en base a su valor arquitectónico, arqueológico, urbanístico, tecnológico, histórico, artístico, etnográfico, sociocultural, etc. De esta forma, los diversos elementos se agrupan en los siguientes tipos o dominios: a) Monumentos, edificios y sitios patrimoniales; b) Elementos del patrimonio arqueológico; c) Elementos urbanísticos; y d) Centros tecnológicos, obras de ingeniería y arquitectura moderna.

Una cuestión a tener en cuenta también es que los límites entre algunos grupos o tipos (arquitectónico/arqueológico, histórico/arqueológico, natural/etnográfico, etc.) son muy sutiles e incluir un elemento en uno u otro grupo dependerá de factores específicos locales.

- a) Monumentos¹, edificios y sitios patrimoniales: se incluye en este apartado (cuadro CST1) las construcciones producidas por el hombre que constituyen una unidad singular o conjunto de elementos reconocible por su valor arquitectónico, histórico, sociocultural, artístico, o etnográfico. Tal concepto comprende no solamente las grandes creaciones arquitectónicas de carácter civil, religioso, defensivo o productivo, sino también las obras modestas

¹ El concepto de 'monumento' hace años tenía un carácter conmemorativo, pero actualmente, se hace extensivo a otras construcciones con valor arquitectónico, artístico, arqueológico, histórico o similar.

(construcciones rurales tradicionales asociadas a civilizaciones o culturas) que, con el tiempo, han adquirido un significado cultural (patrimonio etnográfico). Además, se incluye en este grupo, los lugares históricos que son los escenarios (espacio geográfico) donde tuvieron lugar acontecimientos históricos significativos (por ejemplo, batallas, etc.) o que están ligados a tradiciones populares (por ejemplo, lugares ceremoniales o de culto, etc.), creaciones culturales o inspiracionales, etc.

También se incluye en este tipo, edificios industriales o similares, de valor histórico, arquitectónico y/o social.

Cuadro CST1
Monumentos, edificios y sitios patrimoniales

| TIPO | ELEMENTOS |
|---|--|
| Edificios civiles públicos | Casa consistorial, aduana, juzgados, correos, banco, parlamento, escuela, museo, casino, ópera, teatro, auditorio, biblioteca, mercado, estación ferroviaria, termas, etc. |
| Edificios residenciales | Palacio, casa de campo, edificio en altura, vivienda tradicional (barraca, palafito, etc.), viviendas obreras, etc. |
| Construcciones religiosas | Iglesia (ermita, basílica, catedral, capilla, etc.), convento, colegiata, monasterio, calvario, santuario, mezquita, vía crucis, campanario, sinagoga, abadía, templo, etc. |
| Construcciones defensivas | Castillo, ciudad amurallada, muralla (restos de muralla, torre, portal, etc.), torre de telegrafía, edificio fortificado, fuerte, cuartel, bunker, refugio, trinchera, galería subterránea, polvorín, casamata, etc. |
| Construcciones rurales tradicionales de valor etnográfico | Masía, alquería, pabellón de caza, granja, rancho ganadero, hacienda, almacén (silo, caseta de aperos, granero, etc.), corral, nevera, secadero, lavadero público, molino, bodegas, destilería, depósito de agua, (cisterna, aljibe, etc.), sistema de regadío (canal, azud, acequia, noria, etc.), caballerizas, etc. |
| Construcciones funerarias | Cementerio, necrópolis, mausoleo, panteón, catacumbas, tumba, etc. |
| Sitios o lugares históricos y elementos conmemorativos | Sitio histórico, arco del triunfo, memorial, obelisco, etc. |
| Elementos del patrimonio minero e industrial | Mina, viviendas mineras, instalaciones hidráulicas y de transporte (molinos, refineras, etc.), estructuras industriales singulares (factorías, naves, hangares, talleres, alto horno, chimenea, muelle de carga, embarcadero, almacén, silo, atarazana, tinglado, etc.), etc. |

- b) Elementos del patrimonio arqueológico: el patrimonio arqueológico es difícil de acotar debido a los aspectos comunes con otros patrimonios como el arquitectónico y monumental. Lo que le diferencia de otras tipologías es que el método principal de investigación e información de estos elementos patrimoniales es el análisis de los restos materiales a falta de documentación escrita.

Se trata de un patrimonio de gran interés turístico relacionado con asentamientos de periodos prehistóricos y con las grandes civilizaciones antiguas sobre las que se basa la historia de la humanidad.

Se ha incluido en este apartado (cuadro CST2) tres tipos: los yacimientos o sitios arqueológicos, entendidos como asentamientos o lugares con vestigios y/o construcciones, estructuras, monumentos, etc. relacionados con actividades humanas de épocas pasadas; las pinturas rupestres murales; y las zonas arqueológicas. Mientras que las pinturas rupestres se hayan básicamente en cuevas y abrigos de entornos naturales, los yacimientos y zonas arqueológicas pueden encontrarse en cualquier entorno, tanto natural como rural y/o urbano, incluso en ambientes acuáticos. La diferenciación que se ha establecido entre yacimiento y zona arqueológica se basa, fundamentalmente, en la extensión superficial y en la consideración de elemento individual frente a conjunto patrimonial.

Cuadro CST2
Elementos del patrimonio arqueológico

| TIPO | ELEMENTOS |
|---------------------------------|--|
| Yacimiento o sitio arqueológico | Asentamiento humano (hábitats, enterramientos, etc.) en área urbana o rural, yacimiento en cuevas, yacimiento submarino, yacimiento musealizado, etc. |
| Arte rupestre | Arte rupestre o parietal: dibujos, pictogramas (pintados en la superficie de cuevas y abrigos), grabados, petroglifos (grabados en la superficie de la roca), figuras en la superficie del suelo, etc. |
| Zona arqueológica | Conjunto arqueológico (arquitectónico y/o urbanístico), parque arqueológico, ruta arqueológica, etc. |

- c) Elementos urbanísticos: esta tipología incluye elementos espaciales con valor patrimonial relacionados con la estructura y desarrollo urbano. Se han incluido tres tipos: el trazado urbano (sistema vial), hitos urbanísticos, y barrios (cuadro CST3).

Cuadro CST3
Elementos urbanísticos

| TIPO | ELEMENTOS |
|---------------------------|--|
| Trazado urbano (red vial) | Ortogonal (reticular, en cuadrícula o damero), irregular, radiocéntrico, etc. |
| Hito urbanístico | Plaza, calle, zonas verdes (jardines botánicos, jardines históricos, corredores y anillos verdes, etc.), edificios emblemáticos, espacios públicos, etc. |
| Barrio | Centro histórico, barrio marinero, distrito financiero, zonas monumentales, barrios obreros, barrio universitario, etc. |

La mayoría de veces, la traza urbana obedece a las características del suelo donde se asienta el lugar y a la evolución histórica del espacio urbano, por ello tiene un valor patrimonial. En cuanto a los hitos urbanísticos, hay que mencionar su valor como elementos de referencia no solo para los visitantes sino para los residentes. Así, en esta tipología, además de elementos monumentales de los que ya se ha hablado en otro apartado, se incluyen plazas y calles, espacios públicos y zonas verdes. Entre estos últimos, hay que destacar, además de los jardines botánicos e históricos de indudable valor patrimonial, los corredores y anillos verdes que son una de las apuestas más importantes del urbanismo moderno que están transformando el aspecto de muchas ciudades y por ello tienen un gran valor social.

Finalmente, se trata la tipología referida a los barrios, considerados como espacios urbanos susceptibles de clara delimitación gracias a sus características comunes. Los barrios se pueden valorar por su significancia histórica, arquitectónica, etnográfica, antropológica, etc. Son de especial relevancia los ‘centros históricos’, pues constituyen un atractivo turístico de primera jerarquía en la mayoría de las ciudades y que deben ser abordados como un elemento urbanístico además del necesario tratamiento individualizado que se dedique a sus elementos patrimoniales (monumentos, construcciones, etc.).

- d) Centros tecnológicos, obras de ingeniería y arquitectura moderna: este último apartado incluye toda una serie de realizaciones recientes de gran valor social que, como se ha comentado al inicio, no fueron diseñadas para atraer visitantes, pero que constituyen referentes icónicos del territorio y las ciudades y, por tanto, se consideran como importantes atractivos turísticos. Se han agrupado en dos tipos (cuadro CST4): Centros tecnológicos, y obras de ingeniería y arquitectura moderna.

Cuadro CST4
Centros tecnológicos, obras de ingeniería y arquitectura moderna

| TIPO | ELEMENTO |
|--|-----------------------------------|
| Centros tecnológicos | Centro de lanzamientos espaciales |
| | Observatorio astronómico |
| | Observatorio vulcanológico |
| | Otros |
| Obras de ingeniería y arquitectura moderna | Presas |
| | Embalses |
| | Puentes |
| | Diques |
| | Acueductos |
| | Canales |
| | Islas artificiales |
| | Viaductos |
| | Torres de telecomunicaciones |
| | Rascacielos <i>Hi-Tech</i> |
| | Miradores en voladizo |
| Ascensores/Elevadores | |
| Otros | |

En la ficha, se propone la realización de una descripción física en la que se detallen las principales características del elemento construido, tanto de su exterior como de su interior. Se debe detallar su volumetría, especificando los materiales con los que está construido, las dependencias más importantes que integran el elemento, el sistema constructivo, elementos

ornamentales, colores, etc. También se debe añadir una breve descripción del entorno o paisaje inmediato en el que se encuentra el elemento y adjuntar croquis o plano.

Además, en este apartado, se incluye la cronología del bien inmueble, haciendo referencia al año de construcción y posteriores intervenciones relevantes y el estilo artístico-arquitectónico con el que se identifica.

6. Evaluación del estado de conservación

En relación al estado actual del elemento, lo primero que procede es conocer su estado de conservación y para ello se ofrece una escala de valoración cuya aplicación influye de forma notable en la consideración global del elemento y sus opciones de uso.

Es posible que el elemento haya estado sometido a actuaciones de restauración por lo que será necesario describirlas, someramente, indicando su fecha y mencionando las causas que ocasionaron su deterioro. Además, también hay que hacer referencia a las alteraciones y/o pérdida de funcionalidad que haya sufrido el elemento.

Es muy importante constatar, si existen, estándares de conservación para el elemento ya que constituyen la base para el establecimiento de los indicadores de seguimiento. Los estándares son la referencia para preservar la significancia y los valores del sitio, así como su integridad estructural y su calidad estética.

El sistema de indicadores servirá para llevar a cabo el seguimiento del estado de conservación del elemento. Los indicadores muestran las tendencias de cambio de los estándares y son de gran utilidad para realizar comparaciones de la situación *ex-ante* a la implantación de las actividades turísticas y con posterioridad a las mismas. Por ejemplo, para detectar afecciones a la integridad del edificio resultan de utilidad los indicadores como: 'número de estructuras dañadas o desaparecidas', 'número de fracturas, fisuras y/o grietas', 'número de colapsos y caídas de bloques', 'número de desprendimientos de los revestimientos', etc. En relación a la calidad estética, se propone utilizar, entre otros: 'número de *graffiti* y pintadas', 'presencia de basuras', 'presencia de vegetación espontánea', 'presencia de materiales alóctonos', etc.

Además, se propone un análisis simplificado del estado de conservación del área o paisaje circundante del elemento ya que constituye el fondo escénico donde se enmarca el mismo. Este entorno paisajístico debe tener la misma calidad que el propio elemento analizado ya que, de otra manera, merma sus posibilidades de atracción. Este análisis se llevará a cabo en la ficha de paisaje.

Además del estado de conservación, conviene identificar los posibles riesgos y/o amenazas existentes en relación a la conservación del elemento. En primer lugar, se sugiere analizar los posibles impactos derivados de las actividades de los sectores productivos existentes en la zona. Resulta necesario realizar una descripción detallada para poder abordar con conocimiento de causa este aspecto.

7. Reconocimiento social, científico y legal

Se hace referencia en este apartado al reconocimiento que la sociedad y la comunidad científica al elemento o conjunto de elementos. Así, desde el punto de vista social, el elemento puede ser percibido como algo intrascendente para sus vidas, pero también puede resultar algo importante para ciertos individuos y/o colectivos e incluso puede llegar a ser algo esencial en sus vidas, que les infiere identidad y por ello muestran apego y aprecio.

Por otra parte, se valora el reconocimiento científico en términos de divulgación del conocimiento a diversas escalas.

Un aspecto importante para la puesta en valor radica en el régimen de propiedad de los elementos, ya que la titularidad privada limita notablemente las opciones para el uso público. Por ello, es muy importante consignar estos datos a fin de poder evaluar correctamente la factibilidad de su uso turístico.

Finalmente, en este apartado hay que identificar las figuras de protección legal que detenta el elemento ya que no sólo constituyen un reconocimiento a sus valores y atributos, sino que establecen los términos legales en que debe basarse su gestión, especificando las normativas de aplicación. Hay que tener en cuenta que el elemento puede estar bajo el amparo de figuras protectoras no estrictamente culturales, como son las urbanísticas, ambientales, etc., que hay también que considerar.

8. Valor patrimonial intrínseco del elemento o conjunto de elementos desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, etnográfico, artístico, histórico, sociocultural, científico, tecnológico, etc.

A partir del apartado 8, comienza la parte evaluativa de la ficha. Establecer una medida de valor del elemento es útil para fundamentar la toma de decisiones.

La valoración que se propone a partir de los diferentes criterios dará como resultado una evaluación preliminar que debe ser completada con un análisis experto posterior.

La primera valoración que se realiza es inherente a los valores y atributos del propio elemento (valor intrínseco). De este modo, un elemento es evaluado según los criterios de: significancia, representatividad, singularidad, integridad, autenticidad y contextualización, aplicando una escala creciente de valor de 1 a 5. Para aplicar este baremo no existe un método estandarizado dada la gran variedad de elementos existente de índole diversa; por tanto, cada caso debe tratarse de forma específica. En este apartado de la ficha, hay un texto aclaratorio sobre la definición del criterio y la pertinencia de su aplicación en cada caso.

Hay que señalar que una alta valoración intrínseca de un sitio o elemento no tiene por qué coincidir con una alta valoración turística. Así, por ejemplo, un elemento con mucha significancia social o histórica, puede que no tenga ningún atractivo para el público visitante.

9. Valor turístico del elemento

Una vez conocido el valor intrínseco de un sitio o elemento, el análisis se centra en la evaluación turística que se realiza a partir de la aplicación de otros criterios tales como: atractividad, resistencia (vs. fragilidad/vulnerabilidad), disponibilidad, accesibilidad, factibilidad y valores educativos.

Como en el apartado anterior, en la propia ficha viene una explicación aclaratoria para ayudar en la aplicación de los criterios. La valoración se realizará también en base a una escala creciente del 1 al 5. De la misma manera que sucedía con la valoración intrínseca, en este caso se precisa de estudios en profundidad para establecer el valor de cada criterio. El método de análisis será también el desarrollo de trabajo de campo y soporte bibliográfico.

Cabe mencionar que la atractividad es particularmente complicada de evaluar porque es un criterio con cierto carácter subjetivo y que puede variar dependiendo de los rasgos de

personalidad y las preferencias de las diferentes audiencias. En general, los elementos de marcados atributos sensoriales y de clara visibilidad resultan más atractivos.

Con la aplicación de estos criterios se puede conocer la potencialidad existente para poner en valor turístico un elemento, dependiendo no solo de sus atributos propios, sino también de consideraciones económicas (inversiones en restauraciones, adaptaciones específicas, equipamientos de uso público, etc.) vinculadas a las administraciones responsables de su gestión, y también consideradas sociales relacionadas con las comunidades locales.

10. Usos y gestión del elemento

Este apartado incluye la descripción de los usos actuales que se llevan a cabo en relación al elemento analizado, especificando la importancia que tiene para la comunidad local desde el punto de vista económico y social.

El segundo bloque de información de este apartado tiene por objetivo conocer todos aquellos organismos e instituciones que tienen competencias sobre la gestión del elemento, ya que es habitual que haya más de uno. Es importante saber si existen mecanismos de coordinación interinstitucional que garanticen una coherencia de la labor gestora. También habrá que identificar cuál es el organismo responsable de la gestión y el modelo que se lleva a cabo (gestión directa, indirecta, etc.) y si las comunidades locales están involucradas en la misma de alguna manera.

Además, hay que identificar los instrumentos de gestión que existen para este elemento, indicando su fecha de redacción y vigencia, y también la existencia de programas de mantenimiento y el personal que se dedica a estas tareas.

Se debe mencionar, a su vez, los materiales divulgativos existentes sobre el elemento y es importante incluir comentarios en relación a los recursos humanos que trabajan directamente relacionados con el elemento (plantilla dedicada a la conservación, difusión, mantenimiento, etc.), problemas existentes, etc. También resulta interesante conocer información sobre el volumen de los flujos de visitantes, sus rasgos de personalidad, satisfacción de la visita, aspectos mejor valorados de la visita, etc.

11. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

12. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

13. Documentos gráficos

La ficha incluirá aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del lugar o del elemento o conjunto de elementos. Así, se incluirán fotografías, mapas, folletos, etc. citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Ballart, J. (2002). *El patrimonio histórico y arqueológico*. Ed. Ariel, 268 pp.
- Ballart, J. y Tresserras, J.J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Ed. Ariel, 224 pp.
- English Heritage (2013). *Practical Building Conservation: Conservation Basics*. Ed. Ashgate, 384 pp.
- Querol, M.A. (2010). *Manual de Gestión del Patrimonio cultural*. Ed. Akal, 541 pp.
- Troitiño, M.A. (2008). *Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*. Universidad Internacional de Andalucía: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, 276 pp.
- UNESCO (1972). *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. General Conference of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 17th session.
- World Tourism Organization (2004). *Tourism at World Heritage Sites*. Ed. UNWTO, 123 pp.

PATRIMONIO CONSTRUIDO

1. DENOMINACIÓN DEL SITIO O ELEMENTO

Denominación del sitio o elemento

Otras denominaciones

2. DATOS DE INSPECCIÓN

Nombre del compilador

Fecha y lugar de recogida de datos

E-mail del compilador

Teléfono del compilador

3. LOCALIZACIÓN DEL ELEMENTO

Coordenadas¹

GEOGRÁFICAS

| | | | | | |
|---|---|----|---|---|----|
| ° | ' | '' | ° | ' | '' |
|---|---|----|---|---|----|

UTM (10x10)

| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|

Extensión superficial

Dirección

Localidad

Código Postal

Comarca/Región

País

Accesibilidad local
(medios de transporte público en el destino)

Mapa de localización

¹ Indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal.

4. ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES

| Centro/s emisor/es de demanda turística | Distancia al sitio o elemento | Rango de distancia ² | Tipo de carretera (autovía, nacional, rural, etc.) | Comunicaciones viales ³ (estado de las carreteras, frecuencia del transporte público, conectividad, etc.) |
|---|-------------------------------|---------------------------------|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Descripción y características de los accesos desde cada centro emisor de demanda

² Rango de distancia en kilómetros a ciudades o centros emisores de demanda turística: **1** - >200 km; **2** - 200-100 km; **3** - 100-50 km; **4** - <50 km; **5** - En el propio destino

³ Comunicaciones viales: **1** - No hay conexión por carretera ni transporte público; **2** - Mala comunicación (carreteras en malas condiciones, sin conexión con transporte público, etc.); **3** - Medios de comunicación mínimos (carreteras secundarias, etc.); **4** - Medios de comunicación buenos (carreteras en buen estado, amplio horario de transportes públicos, etc.); **5** - Medios de comunicación excelentes (autovías, tren de alta velocidad, etc.)

5. TIPO DE ELEMENTO Y DESCRIPCIÓN DE SUS ATRIBUTOS

| | | |
|---|----------------------|--|
| Tipología⁴ | <input type="text"/> | a - Monumentos, edificios y sitios patrimoniales (edificios civiles públicos, edificios residenciales, construcciones religiosas, construcciones defensivas, construcciones rurales tradicionales de valor etnográfico, construcciones funerarias, sitios o lugares históricos y elementos conmemorativos, elementos del patrimonio minero e industrial); b - Elementos del patrimonio arqueológico (yacimientos o sitios arqueológicos, arte rupestre, zona arqueológica); c - Elementos urbanísticos (trazado urbano, hito urbanístico, barrio); d - Centros tecnológicos, obras de ingeniería y arquitectura moderna; e - Otros (especificar en comentarios) |
| Características del elemento (constructivas y funcionales, volumetría, materiales, adaptaciones físicas, etc.) | | |
| Fecha de construcción (método, técnica, referencias o registros históricos utilizados para datar el elemento) | | |
| Estilo artístico/arquitectónico | <input type="text"/> | a - Clásico; b - Medieval; c - Islámico; d - Románico; e - Gótico; f - Renacentista; g - Barroco; h - Rococó; i - Neoclásico; j - Ecléctico; k - Modernista; l - Arquitectura moderna; m - Otros (especificar en comentarios) |
| Descripción del entorno inmediato | | |
| Planos esquemáticos del sitio (especificar áreas de uso público) | | |
| Comentarios | | |

⁴ Clasificación (ver tablas CST1, CST2, CST3 y CST4 en el texto introductorio)

6. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN

6.1. Estado de conservación actual

| | | |
|---|----------------------|--|
| Estado de conservación | <input type="text"/> | 1 - Desaparecido; 2 - Casi desaparecido; 3 - Severamente degradado; 4 - Poco degradado; 5 - Sin degradaciones aparentes |
| Comentarios (indicar causas de degradación) | | |
| Acciones de restauración llevadas a cabo (descripción y fecha de intervención) | | |
| Estándares de conservación (especificar documentos de referencia existentes) | | |
| Sistema de indicadores (especificar documentos de referencia existentes) | | |

6.2. Riesgos y amenazas

| | | |
|---------------------------|----------------------|---|
| Riesgos y amenazas | <input type="text"/> | a - Cambios en el uso del suelo; b - Alteración del área circundante; c - Actividades y costumbres tradicionales en desuso; d - Conflictos políticos y bélicos; e - Degradación por factores ambientales (meteorización, contaminantes, etc.); f - Falta de mantenimiento; g - Falta de protección legal; h - Falta de barreras físicas o elementos de protección; i - Turismo masivo; j - Vandalismo; k - Abandono; l - Falta de aprecio por parte de las comunidades locales; m - Falta de sensibilización por parte de las administraciones; n - Vulnerabilidad de las técnicas constructivas; o - Intervenciones inadecuadas; p - Expolio; q - Apropiación indebida; r - Falta de planificación territorial/urbana; s - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |

7. RECONOCIMIENTO SOCIAL, CIENTÍFICO Y LEGAL

7.1. Reconocimiento social y científico

| | | |
|---|----------------------|--|
| Reconocimiento social (percepción del valor del elemento por parte de la sociedad) | <input type="text"/> | 1 - Intrascendente para la gran mayoría de individuos; 2 - Poco trascendente para la mayoría de individuos; 3 - Trascendente para un número importante de individuos; 4 - Trascendente para la gran mayoría de individuos; 5 - Esencial para la mayoría de individuos (representa un sólido valor identitario social) |
| Reconocimiento científico (percepción del valor del elemento por parte de la comunidad científica) | <input type="text"/> | 1 - Desconocido; 2 - Conocido localmente; 3 - Conocido en la región; 4 - Documentado; 5 - Estudiado científicamente y divulgado |

7.2. Propiedad del elemento

| | | |
|---|----------------------|---|
| Régimen de propiedad | <input type="text"/> | a - Privado; b - Público; c - Mixto (especificar en comentarios) |
| Propietario del elemento y datos de contacto | <input type="text"/> | |

7.3. Estatus legal del elemento

| | | |
|---------------------------------|----------------------|---|
| Estatus legal | <input type="text"/> | 1 - No catalogado (sin protección); 2 - Catalogado (mínima protección legal o figura de protección local); 3 - Protección legal media (figura de protección regional); 4 - Protección legal alta (figura de protección nacional); 5 - Máxima protección legal (figura de protección internacional) |
| Normativas de aplicación | <input type="text"/> | |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

8. VALOR PATRIMONIAL INTRÍNSECO DEL ELEMENTO DESDE EL PUNTO DE VISTA ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO, URBANÍSTICO, TECNOLÓGICO, HISTÓRICO, ARTÍSTICO, ETNOGRÁFICO, SOCIOCULTURAL, CIENTÍFICO, ETC.

Establecer una evaluación del elemento en sí mismo (valor científico intrínseco), utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios:

| | | |
|--------------------------|----------------------|--|
| Significancia | <input type="text"/> | Conjunto de valores científicos, históricos, socioculturales y artísticos que definen la importancia de un sitio o elemento y que van más allá de su mero uso funcional. El valor científico tiene que ver básicamente con su interés y las características propias que presenta como perteneciente al tipo en el que ha sido incluido (Arquitectura, Arqueología, Urbanismo, Tecnología, etc.). Se establece en base al diseño, materialidad, forma, estilo y construcción. El valor histórico se relaciona con los vínculos existentes entre el elemento patrimonial y el registro de los acontecimientos a lo largo del tiempo, o con algún hecho, idea o personaje histórico relevante para la sociedad. El valor artístico se debe al hecho de ser considerado como una obra sobresaliente fruto de la creatividad y expresión de las personas. La significancia social o espiritual se refiere al apego actual entre el elemento y la comunidad. |
| Representatividad | <input type="text"/> | Es el grado en que el elemento presenta las características o atributos propios del tipo cultural al que pertenece. Puede tener dos acepciones: la 'representatividad típica' cuando un elemento es frecuente o común y, en el sentido contrario, serían los rasgos excepcionales sólo representados en una minoría. |
| Singularidad | <input type="text"/> | Se establece en función de la rareza, originalidad y/o unicidad que el elemento presenta en relación con las características propias del tipo al que pertenece, considerando la escala espacial de distribución del elemento (local, regional, nacional, internacional) y también el número de elementos similares existentes (escasez, exigüidad). |
| Integridad | <input type="text"/> | Es una medida de la plenitud o totalidad de los elementos y atributos que integran el elemento inmueble, para garantizar que mantiene su significancia. Este atributo se devalúa en función de los cambios y alteraciones que el elemento haya sufrido. |
| Autenticidad | <input type="text"/> | La autenticidad (o genuinidad) se basa en la veracidad del diseño, los materiales, la estructura, el entorno, etc. del elemento en relación a su creación original. Este atributo se devalúa en función de los cambios y/o alteraciones que el elemento haya sufrido. |
| Contextualización | <input type="text"/> | Hace referencia a la armonía que mantiene el elemento cultural con otros elementos y con su entorno inmediato (otros edificios, trazado urbanístico original, etc.) y también con el paisaje que lo alberga. Si el paisaje fuera un elemento relevante del conjunto hay que cumplimentar una ficha específica sobre el mismo. |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

| 9. VALOR TURÍSTICO DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|--|
| Establecer una valoración del elemento en base a su potencial turístico, utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios: | | |
| Atractividad | <input type="text"/> | Se refiere a parámetros de tipo estético, espiritual, emotivo y perceptual que se basan en atributos sensoriales físicos como la riqueza visual, audible, olfativa, táctil y otras percepciones como la belleza, la grandiosidad, la originalidad, el simbolismo, la identidad, etc. que provocan emociones positivas y sentimientos de aprecio en las personas. |
| Resistencia (vs. Fragilidad/ Vulnerabilidad) | <input type="text"/> | Se define como la capacidad del elemento para hacer frente a una agresión; en el extremo opuesto está la fragilidad que se define como la susceptibilidad a la perturbación (impactos), de origen antrópico o ambiental. La importancia de utilizar el criterio de resistencia reside en la consideración de la probabilidad de destrucción y/o degradación del elemento. La fragilidad es mayor cuando el elemento valorado es raro. |
| Disponibilidad | <input type="text"/> | Tiene que ver con la posibilidad y/o frecuencia de observación y/o tiempo de operatividad de un elemento en un área determinada. En el caso del patrimonio inmueble lo que más influye son los accesos, aspectos de gestión de horarios y, sobre todo, factores externos como el clima. La capacidad de carga recreativa determinará también la disponibilidad de espacio para acoger a visitantes. |
| Accesibilidad del elemento | <input type="text"/> | Se refiere a la facilidad para poder visitar el sitio o elemento, en términos de adaptaciones físicas y equipamientos para la visita. |
| Factibilidad | <input type="text"/> | Se usa para valorar las posibilidades de puesta en valor turístico del elemento. Tiene que ver con el buen estado de conservación del elemento, con la viabilidad económica (evaluación de costes y beneficios, costes de adquisición, costes de restauración, costes de gestión y mantenimiento, costes de las adaptaciones específicas necesarias, etc.), con la disponibilidad espacial y temporal del elemento, con la existencia de derechos, con los usos tradicionales, con las prácticas religiosas, con la capacidad de gestión del organismo competente (para garantizar su protección y/o puesta en valor), con los beneficios sociales y también con la actitud de los actores interesados y la comunidad (la aceptación de la población local suele ser uno de los criterios más decisivos para valorar la factibilidad). |
| Valores educacionales | <input type="text"/> | Se considera básicamente el potencial que posee el sitio y/o elemento para proporcionar conocimiento científico en el ámbito de la Historia, la Arquitectura, el Urbanismo, la Arqueología, las Bellas Artes, etc., y para facilitar la comprensión del mismo (potencial para la Interpretación). También se valoran aquellos aspectos que contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio. |
| Funcionalidad | <input type="text"/> | Se refiere a la operatividad de los edificios y espacios urbanos, especialmente si ésta está relacionada con los usos originales para los que fueron diseñados. Además, se valorará si siguen siendo lugares de referencia para la comunidad local que interactúa con los bienes patrimoniales de forma regular y cotidiana, pudiendo de esta manera atribuir a este patrimonio un valor social añadido. |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

| 10. USOS Y GESTIÓN DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|--|
| 10.1. Uso original del elemento | | |
| Usos originales (defensivo, religioso, asistencial, financiero, administrativo, agrícola, etc.) | <input type="text"/> | |
| 10.2. Uso actual del elemento | | |
| Usos existentes (religioso, turístico, administrativo, docente, residencial, cultural, etc.) | <input type="text"/> | |
| Importancia socioeconómica de los usos actuales | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante; 2 - Importancia socioeconómica residual; 3 - Importancia socioeconómica relativa; 4 - Importante para la socioeconomía de la comunidad; 5 - Esencial para la socioeconomía de la comunidad |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

| 10.3. Gestión del elemento | |
|---|---|
| Autoridades/ Instituciones con competencias sobre el elemento (públicas y/o privadas) | |
| Autoridad/Institución responsable de la gestión del elemento | |
| Modelo de gestión | <input type="text"/> a - Gestión directa; b - Gestión indirecta (concesión, arrendamiento, concierto, etc.); c - Otros (especificar en comentarios) |
| Instrumentos de gestión existentes | <input type="text"/> a - Plan Director; b - Plan de Conservación del Patrimonio Construido; c - Plan de Gestión del Uso Público; d - Plan de Conservación del Centro Histórico; e - Plan de Gestión del Patrimonio Cultural; f - Plan Nacional para la Implementación de la Convención de Patrimonio Mundial de la UNESCO; g - Plan de Puesta en Valor Turístico del Patrimonio; h - Programa de Interpretación; i - Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible; j - Plan de Dinamización Turística; k - Programa de Sensibilización; l - Planes Específicos (restauración, etc.); m - Otros (especificar en comentarios) |
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | |
| Programas y tareas de mantenimiento | |
| Implicación de los actores locales y la sociedad | |
| Tipos de visitas y flujos de visitantes (si está abierto al público) | <input type="text"/> a - Visita guiada/concertada; b - Visita libre; c - Evento especial; d - No existen |
| Materiales de divulgación (guías, mapas, folletos, señalización interpretativa, web, apps, etc.) | |
| Comentarios (descripción del modelo de gestión, recursos humanos, problemas de gestión, visitantes, aspectos mejor valorados del sitio, etc.) | |

11. COMENTARIOS ADICIONALES

| |
|--|
| |
|--|

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

| |
|--|
| |
|--|

13. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, folletos, etc.)

| |
|--|
| |
|--|

3

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PATRIMONIO MUEBLE'

INTRODUCCIÓN

Los bienes culturales muebles son aquellos elementos movibles, testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza que tienen un valor arqueológico, etnográfico, natural, artístico, histórico, sociocultural, científico, tecnológico y, también arquitectónico.

Constituyen un atractivo turístico considerado individualmente o en agrupación. Una agrupación es un conjunto de elementos o colecciones temáticas que, habitualmente, se presentan en museos. El patrimonio mueble constituye una parte importante de la oferta de los destinos turísticos, como es el caso de los museos arqueológicos o las pinacotecas.

En esta ficha se propone específicamente el análisis de los elementos muebles; en el caso de que el edificio que alberga una colección o elemento mueble tenga valor patrimonial se realizará también la ficha correspondiente a los elementos del patrimonio construido.

La información para completar la ficha puede provenir tanto de la toma de datos directa como de fuentes documentales, que serán convenientemente reseñadas en el apartado bibliográfico.

Esta ficha incluye 13 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del elemento o conjunto de elementos

El apartado 1 hace referencia a la denominación del elemento, conjunto de elementos o colección. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se realiza la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del elemento o conjunto de elementos

En este apartado se recogen los datos para localizar el elemento o conjunto de elementos tanto en su lugar de origen como en su localización actual.

Se identifican las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) y/o las UTM del punto de acceso principal.

Hay que incluir necesariamente el nombre de la localidad donde se encuentra, la comarca o región y el país.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el elemento o conjunto de elementos para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se encuentra el elemento o conjunto de elementos. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Accesibilidad y conexiones

La accesibilidad es una variable que contempla dos aspectos: por un lado, la posibilidad de acceder fácilmente a los atractivos y, por otro, se considera la proximidad a núcleos emisores de demanda.

Por ello, se sugiere constatar la distancia en kilómetros y las comunicaciones viales existentes para poder evaluar las oportunidades de realizar visitas en régimen excursionista y/o con pernoctación. Además de conocer el estado de la red vial, se trata también de reseñar otras posibilidades de transporte.

5. Tipo de elemento o conjunto de elementos y descripción de sus atributos

Enmarcar los elementos patrimoniales en una tipología tiene como objetivo facilitar y ordenar la amplia y diversa información que puede llegar a manejarse en un proceso analítico de estas características. Este hecho facilita la posterior toma de decisiones en las fases de puesta en valor turístico y de diseño de actividades y productos turísticos ya que los atractivos están clasificados desde un punto de vista temático.

Existen numerosas propuestas de clasificaciones tipológicas culturales y todas ellas son válidas, porque, como se ha visto, su finalidad es, sobre todo, la de organizar la información. Lo importante desde el punto de vista procedimental es que se clasifiquen y ordenen para gestionar eficientemente la información compilada. En este trabajo, se propone una clasificación de los elementos muebles en base a su valor arqueológico, etnográfico, natural, artístico, histórico, sociocultural, científico, tecnológico, arquitectónico, etc.

De este modo, la diversidad de elementos muebles se puede agrupar en (cuadro MBL1): elementos arqueológicos, objetos de interés antropológico etnológico, elementos naturales, obras de arte, antigüedades de significancia histórica y/o social, elementos relacionados con la tecnología y las ciencias, elementos de carácter documental, y elementos procedentes del desmantelamiento de monumentos históricos.

Hay que recordar que muchos de estos objetos tienen una estrecha relación con sus valores intangibles y que, en ocasiones, resulta complejo establecer los límites entre algunos grupos o tipos (por ejemplo, natural/etnográfico, etc.). Otra cuestión importante a señalar es que las colecciones y los objetos exhibidos en museos puede que no sean originarias del lugar y se correspondan con culturas o artistas foráneos. A efectos turísticos, este hecho no resulta relevante, ya que lo que se valora fundamentalmente es el poder de atracción que tiene el elemento como recurso turístico, aunque es evidente que los objetos únicos, contextualizados en su lugar de origen, presentan un mayor valor intrínseco dada su significancia.

Cuadro MBL1
Clasificación de elementos muebles

| TIPO | ELEMENTOS |
|---|--|
| Elementos arqueológicos | Artefactos, objetos y estatuaria lítica, de madera, de hueso, de metal, de cerámica, etc. Elementos textiles Pinturas rupestres o grabados sobre losetas de piedra sueltas Huesos humanos o de animales Momias Restos de navíos y/o estructuras arquitectónicas que se encuentran en medios acuáticos Otros |
| Objetos de interés antropológico o etnológico | Objetos relacionados con grupos étnicos, población indígena o con la cultura tradicional de un lugar (objetos rituales, utilaje y ajuar doméstico, artesanías, etc.) |
| Elementos naturales | Restos paleontológicos Meteoritos Minerales y gemas Otros |
| Obras de arte | Pinturas y dibujos y grabados Esculturas Obra gráfica seriada (carteles, estampas, ilustraciones, etc.) Artes decorativas (orfebrería, cerámica, vidrieras, etc.) Instalaciones artísticas Otros |
| Antigüedades de significancia histórica y/o social | Elementos relacionados con el culto (ornamentos litúrgicos, indumentaria religiosa, etc.) Elementos de uso funerario (urnas, sepulcros, etc.) Elementos de la vida cotidiana (mobiliario, objetos de decoración, indumentaria, joyas, etc.) Objetos militares (armas, corazas, condecoraciones, indumentaria militar, banderas, etc.) Instrumentos musicales Elementos numismáticos y filatélicos (monedas, sellos de correo, etc.) Obras conmemorativas (esculturas, bustos, columnas, fuentes, placas, obeliscos, inscripciones, etc.) Otros |
| Elementos relacionados con la tecnología y las ciencias | Utensilios, instrumentos, herramientas de trabajo, equipos tecnológicos y máquinas Vehículos (aviones, globos, buques, canoas, carretas, tractores, carrozas, bicicletas, motocicletas, locomotoras, trenes, automóviles, etc.) Otros |
| Elementos de carácter documental | Libros (textos manuscritos, códices, incunables, papiros, etc.) Publicaciones seriadas (periódicos, anuarios, revistas y memorias, etc.) Archivos administrativos (decretos, registros, resoluciones, actas, expedientes, libros parroquiales, libros de cuentas, protocolos notariales, inventarios, boletines oficiales, etc.) Partituras musicales Mapas y otros materiales cartográficos Fotografías y negativos fotográficos Soportes sonoros y grabaciones musicales (discos, cintas, etc.) Producciones audiovisuales (obras cinematográficas, producciones de video o de TV, etc.) Recursos electrónicos (discos de ordenador, CD-Rom, etc.) Objetos digitales y creaciones multimedia Otros |
| Elementos procedentes del desmantelamiento de monumentos históricos | Restos de estructuras (capiteles, columnas, etc.) Elementos ornamentales (artesonados, zócalos, yeserías, etc.) Elementos funcionales (campanas, relojes de campanario, puertas, etc.) Otros |

En la ficha, se propone la realización de una descripción física en la que se detallen las principales características del elemento o conjunto de elementos. Se debe aportar sus dimensiones, peso, materiales, si es una pieza o pertenece a una colección, acabados, iconografía e inscripciones, colores, etc. También se debe añadir una breve descripción del contexto escenográfico en el que se encuentra el elemento o conjunto de elementos.

Además, en este apartado, se incluye la cronología del elemento o conjunto de elementos.

6. Evaluación del estado de conservación

En relación al estado actual del elemento o conjunto de elementos, lo primero que procede es conocer su estado de conservación y para ello se ofrece una escala de valoración cuya aplicación influye de forma notable en la consideración global del elemento o conjunto de elementos y sus opciones de uso.

Es posible que el elemento haya estado sometido a actuaciones de restauración por lo que será necesario describirlas, someramente, indicando su fecha y mencionando las causas que ocasionaron su deterioro. Además, también hay que hacer referencia a las alteraciones y/o pérdida de funcionalidad que haya sufrido el elemento o conjunto de elementos.

Además del estado de conservación, conviene identificar los posibles riesgos y amenazas existentes en relación a la conservación del elemento o conjunto de elementos. Los elementos y colecciones están expuestos al riesgo de deterioro como resultado de las malas condiciones de almacenamiento, exposición, transporte y ambientales (iluminación, temperatura e higrometría desfavorables, contaminación atmosférica, etc.). Además, hay que recordar que, entre las principales amenazas, se encuentra la falsificación y el del tráfico ilegal de antigüedades.

7. Reconocimiento social, científico y legal

Se hace referencia en este apartado al reconocimiento que la sociedad y la comunidad científica atribuyen al elemento o conjunto de elementos. Así, desde el punto de vista social, el elemento puede ser percibido como algo intrascendente para sus vidas, pero también puede resultar algo importante para ciertos individuos y/o colectivos e incluso puede llegar a ser algo esencial en sus vidas, que les infiere identidad y por ello muestran apego y aprecio.

Por otra parte, se valora el reconocimiento científico en términos de divulgación del conocimiento a diversas escalas.

Un aspecto importante para la puesta en valor radica en el régimen de propiedad de los elementos, ya que la titularidad privada limita notablemente las opciones para el uso público. Por ello, es muy importante consignar estos datos a fin de poder evaluar correctamente la factibilidad de su uso turístico.

Finalmente, en este apartado hay que identificar las figuras de protección legal que detenta el elemento o conjunto de elementos ya que no sólo constituyen un reconocimiento a sus valores y atributos, sino que establecen los términos legales en que debe basarse su gestión, especificando las normativas de aplicación.

8. Valor patrimonial intrínseco del elemento o conjunto de elementos desde el punto de vista arqueológico, etnográfico, natural, artístico, histórico, sociocultural, científico, tecnológico, arquitectónico, etc.

A partir del apartado 8, comienza la parte evaluativa de la ficha. Establecer una medida de valor del elemento o conjuntos de elementos es útil para fundamentar la toma de decisiones.

La valoración que se propone a partir de los diferentes criterios dará como resultado una evaluación preliminar que debe ser completada con un análisis experto posterior.

La primera valoración que se realiza es inherente a los valores y atributos del propio elemento (valor intrínseco). De este modo, un elemento o conjunto de elementos mueble es evaluado según los criterios de: significancia, representatividad, singularidad, integridad, autenticidad y contextualización, aplicando una escala creciente de valor de 1 a 5. Para aplicar este baremo no existe un método estandarizado dada la gran variedad de elementos existente de índole diversa; por tanto, cada caso debe tratarse de forma específica. En este apartado de la ficha, hay un texto aclaratorio sobre la definición del criterio y la pertinencia de su aplicación en cada caso.

Hay que señalar que una alta valoración intrínseca de un elemento o conjunto de elementos no tiene por qué coincidir con una alta valoración turística.

9. Valor turístico del elemento o conjunto de elementos

Una vez conocido el valor intrínseco de un elemento o conjunto de elementos, el análisis se centra en la evaluación turística que se realiza a partir de la aplicación de otros criterios tales como: atractividad, resistencia (vs. fragilidad/vulnerabilidad), disponibilidad, accesibilidad, factibilidad y valores educativos.

Como en el apartado anterior, en la propia ficha viene una explicación aclaratoria para ayudar en la aplicación de los criterios. La valoración se realizará también en base a una escala creciente del 1 al 5. De la misma manera que sucedía con la valoración intrínseca, en este caso se precisa de estudios en profundidad para establecer el valor de cada criterio. El método de análisis será también el desarrollo de trabajo de campo y soporte bibliográfico.

Cabe mencionar que la atractividad es particularmente complicada de evaluar porque es un criterio con cierto carácter subjetivo y que puede variar dependiendo de los rasgos de personalidad y las preferencias de las diferentes audiencias. En general, el elemento o conjunto de elementos de marcados atributos sensoriales y de clara visibilidad resultan más atractivos.

Con la aplicación de estos criterios se puede conocer la potencialidad existente para poner en valor turístico un elemento, dependiendo no solo de sus atributos propios, sino también de consideraciones económicas (inversiones en restauraciones, ampliación de colecciones, adquisición de fondos, etc.) vinculadas a las administraciones responsables de su gestión, y también consideraciones sociales relacionadas con las comunidades locales.

10. Usos y gestión del elemento o conjunto de elementos

Este apartado incluye la descripción de los usos actuales que se llevan a cabo en relación al elemento o conjunto de elementos analizados, especificando la importancia que tiene para la comunidad local desde el punto de vista económico y social.

El segundo bloque de información de este apartado tiene por objetivo conocer todos aquellos organismos e instituciones que tienen competencias sobre la gestión del elemento o conjunto de elementos, ya que es habitual que haya más de uno. Es importante saber si existen mecanismos de coordinación interinstitucional que garanticen una coherencia de la labor gestora. También habrá que identificar cuál es el organismo responsable de la gestión y el modelo que se lleva a cabo (gestión directa, indirecta, etc.) y si las comunidades locales están involucradas en la misma de alguna manera.

Además, hay que identificar los instrumentos de gestión que existen para este elemento o colección, indicando su fecha de redacción y vigencia, y también la existencia de programas de mantenimiento y el personal que se dedica a estas tareas.

Se debe mencionar, a su vez, los materiales divulgativos existentes sobre el elemento o conjunto de elementos.

Es importante incluir comentarios en relación a los recursos humanos que trabajan directamente relacionados con el elemento (plantilla dedicada a la conservación, mantenimiento, etc.), problemas existentes, etc. Por otra parte, hay que hacer constar si el elemento o conjunto de elementos está en exposición pública en la localización actual y qué tipo de visita se puede realizar. También resulta interesante conocer información sobre el volumen de los flujos de visitantes, sus rasgos de personalidad, satisfacción de la visita, aspectos mejor valorados de la visita, etc.

11. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

12. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

13. Documentos gráficos

La ficha incluirá aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del elemento o conjunto de elementos. Así, se incluirán fotografías, catálogos, mapas, folletos, etc. citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

López Sorzano, M.C.; García Schiller, C. y Serpa Isaza, E. (2005). *Manual para inventarios de bienes culturales muebles*. Ed. Ministerio de Cultura de Colombia, 81 pp.

Ministry for the Arts of the Australian Government (2015). *Australian Best Practice Guide to Collecting Cultural Material*. Ed. Commonwealth of Australia, 38 pp.

- Office of Environment and Heritage (1999). *An introduction to movable heritage. Objects in their place*. NSW Heritage Office (Australia), 8 pp.
- Querol, M.A. (2010). *Manual de Gestión del Patrimonio cultural*. Ed. Akal, 541 pp.
- Ramos, M. (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. Ediciones Trea, S.L., 468 pp.
- UNESCO (1978). *Recomendación sobre la protección de los Bienes Culturales Muebles*. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en su 20ª reunión. París, 1978.

PATRIMONIO MUEBLE

1. DENOMINACIÓN DEL ELEMENTO O CONJUNTO DE ELEMENTOS

| | |
|---|--|
| Denominación del elemento o conjunto de elementos | |
| Otras denominaciones | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. LOCALIZACIÓN ACTUAL DEL ELEMENTO O CONJUNTO DE ELEMENTOS

| | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Coordenadas ¹ | GEOGRÁFICAS | | | | UTM (10x10) | | | |
| | <input type="text"/> |
| Dirección | | | | | | | | |
| Localidad | | | | | Código Postal | | | |
| Comarca/Región | | | | | País | | | |
| Accesibilidad local (medios de transporte público en el destino) | | | | | | | | |
| Mapa de localización | | | | | | | | |

¹ Indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal.

4. ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES

| Centro/s emisor/es de demanda turística | Distancia al lugar de ubicación actual del elemento | Rango de distancia ² | Tipo de carretera (autovía, nacional, rural, etc.) | Comunicaciones viales ³ (estado de las carreteras, frecuencia del transporte público, conectividad, etc.) |
|---|---|---------------------------------|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| | |
|--|--|
| Descripción y características de los accesos desde cada centro emisor de demanda | |
|--|--|

² Rango de distancia en kilómetros a ciudades o centros emisores de demanda turística: **1** - >200 km; **2** - 200-100 km; **3** - 100-50 km; **4** - <50 km; **5** - En el propio destino

³ Comunicaciones viales: **1** - No hay conexión por carretera ni transporte público; **2** - Mala comunicación (carreteras en malas condiciones, sin conexión con transporte público, etc.); **3** - Medios de comunicación mínimos (carreteras secundarias, etc.); **4** - Medios de comunicación buenos (carreteras en buen estado, amplio horario de transportes públicos, etc.); **5** - Medios de comunicación excelentes (autovías, tren de alta velocidad, etc.)

| 5. TIPO DE ELEMENTO O CONJUNTO DE ELEMENTOS Y DESCRIPCIÓN DE SUS ATRIBUTOS | | |
|---|---|---|
| Tipología ⁴ | <div style="border: 1px solid black; width: 60px; height: 20px; margin: 0 auto;"></div> | <p>a - Elementos arqueológicos (artefactos, objetos y estatuaria lítica, de madera, de hueso, de metal, de cerámica, elementos textiles, pinturas rupestres o grabados sobre losetas de piedra, huesos humanos o de animales, momias, restos de navíos, etc.); b - Elementos naturales (restos paleontológicos, meteoritos, minerales y gemas, etc.); c - Objetos de interés antropológico o etnográfico (objetos rituales, utillaje y ajuar doméstico, artesanías, etc.); d - Obras de arte (pinturas, dibujos y grabados, esculturas, obra gráfica seriada, artes decorativas, instalaciones artísticas, etc.); e - Antigüedades de significancia histórica y/o social (elementos relacionados con el culto, elementos de uso funerario, elementos de la vida cotidiana, objetos militares, instrumentos musicales, elementos numismáticos y filatélicos, obras conmemorativas, etc.); f - Elementos relacionados con la tecnología y las ciencias (utensilios, instrumentos, herramientas de trabajo, equipos tecnológicos y máquinas, vehículos, etc.); g - Elementos de carácter documental (libros, publicaciones seriadas, archivos administrativos, partituras musicales, mapas y otros materiales cartográficos, fotografías y negativos fotográficos, soportes sonoros y grabaciones musicales, producciones audiovisuales, recursos electrónicos, etc.); h - Piezas desmanteladas de edificios y monumentos o restos arqueológicos (restos de estructuras, elementos ornamentales, elementos funcionales, etc.); i - Otros (especificar en comentarios)</p> |
| Descripción y características del elemento o conjunto de elementos (lugar de descubrimiento o de fabricación del elemento; dimensiones; peso de monedas y objetos de metales preciosos; tipo de materiales; pertenencia a un lote o conjunto; asociación a personas o eventos en el caso de elementos históricos; inscripciones; etiquetas y otras marcas; etc.) | | |
| Fecha de creación (método, técnica, referencias o registros históricos utilizados para datar el elemento o conjunto de elementos) | | |
| Contexto expositivo (descripción y planos esquemáticos del lugar donde está emplazado el elemento) | | |
| Comentarios | | |

⁴Clasificación (ver tabla MBL1 en el texto introductorio)

6. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN

6.1. Estado de conservación actual

| | | |
|---|----------------------|--|
| Estado de conservación | <input type="text"/> | 1 - Desaparecido; 2 - Severamente degradado; 3 - Degradado; 4 - Poco degradado; 5 - Sin degradaciones aparentes |
| Comentarios (indicar causas de degradación) | | |
| Acciones de restauración llevadas a cabo (descripción y fecha de las principales restauraciones) | | |

6.2. Riesgos y amenazas

| | | |
|------------------------------------|----------------------|--|
| Tipos de riesgos y amenazas | <input type="text"/> | a - Especulación; b - Expolio; c - Hurto; d - Falta de mantenimiento; e - Falta de protección legal; f - Falta de aprecio por parte de las comunidades locales; g - Falta de sensibilización por parte de la administración; h - Intervenciones inadecuadas; i - Vulnerabilidad de las técnicas de elaboración y/o de los materiales; j - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |

7. RECONOCIMIENTO SOCIAL, CIENTÍFICO Y LEGAL

7.1. Reconocimiento social y científico

| | | |
|---|----------------------|--|
| Reconocimiento social (percepción del valor del elemento o conjunto de elementos por parte de la sociedad) | <input type="text"/> | 1 - Intrascendente para la gran mayoría de individuos; 2 - Poco trascendente para la mayoría de individuos; 3 - Trascendente para un número importante de individuos; 4 - Trascendente para la gran mayoría de individuos; 5 - Esencial para la mayoría de individuos (representa un sólido valor identitario social) |
| Reconocimiento científico (percepción del valor del elemento o conjunto de elementos por parte de la comunidad científica) | <input type="text"/> | 1 - Desconocido; 2 - Conocido localmente; 3 - Conocido en la región; 4 - Documentado; 5 - Estudiado científicamente y divulgado |

7.2. Propiedad del elemento o conjunto de elementos

| | | |
|---|----------------------|--|
| Régimen de propiedad | <input type="text"/> | a - Privado; b - Público; c - Otras (especificar en la siguiente casilla si se trata de donaciones, cesiones, etc.) |
| Propietario del elemento o conjunto de elementos y datos de contacto | | |

7.3. Estatus legal del elemento o conjunto de elementos

| | | |
|---------------------------------|----------------------|---|
| Estatus legal | <input type="text"/> | 1 - No catalogado (sin protección); 2 - Catalogado (mínima protección legal o figura de protección local); 3 - Protección legal media (figura de protección regional); 4 - Protección legal alta (figura de protección nacional); 5 - Máxima protección legal (figura de protección internacional) |
| Normativas de aplicación | | |
| Comentarios | | |

8. VALOR PATRIMONIAL INTRÍNSECO DEL ELEMENTO O CONJUNTO DE ELEMENTOS DESDE EL PUNTO DE VISTA ARQUEOLÓGICO, ETNOGRÁFICO, NATURAL, ARTÍSTICO, HISTÓRICO, SOCIOCULTURAL, CIENTÍFICO, TECNOLÓGICO, ARQUITECTÓNICO, ETC.

Establecer una valoración del elemento o conjunto de elementos en sí mismo (valor científico intrínseco), utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios:

| | | |
|--------------------------|----------------------|---|
| Significancia | <input type="text"/> | Conjunto de valores científicos, técnicos, históricos, arqueológicos, etnológicos, artísticos y socioculturales que definen la importancia de un elemento y que van más allá de su mero uso funcional. El valor científico tiene que ver básicamente con su interés y las características propias que presenta como perteneciente al tipo en el que ha sido incluido (Artesanía, Tecnología, Arqueología, Etnología, Arquitectura, etc.). El valor histórico se relaciona con los vínculos existentes entre el elemento patrimonial y el registro de los acontecimientos a lo largo del tiempo, o con algún hecho, idea o personaje histórico relevante para la sociedad. El valor artístico se debe al hecho de ser considerado como una obra sobresaliente fruto de la creatividad y expresión de las personas. La significancia social o espiritual se refiere al apego actual entre el objeto y la comunidad. |
| Representatividad | <input type="text"/> | Es el grado en que el elemento presenta las características o atributos propios del tipo cultural al que pertenece. Puede tener dos acepciones: la 'representatividad típica' cuando un elemento es frecuente o común y, en el sentido contrario, serían los rasgos excepcionales sólo representados en una minoría. |
| Singularidad | <input type="text"/> | Se establece en función de la rareza, originalidad y/o unicidad que el elemento presenta en relación con las características propias del tipo al que pertenece en base al número de elementos similares existentes (escasez, exigüidad). |
| Integridad | <input type="text"/> | Es una medida de la plenitud o totalidad de los elementos y atributos que integran el elemento mueble para garantizar que mantiene su significancia. Este atributo se devalúa en función de los cambios y alteraciones que el elemento haya sufrido. |
| Autenticidad | <input type="text"/> | La autenticidad (o genuinidad) se basa en la veracidad del elemento. En el ámbito del Arte y las Antigüedades, la autenticidad es muy importante ya que determina el valor de los objetos. Este atributo se devalúa en función de los cambios y/o alteraciones que el elemento haya sufrido. |
| Contextualización | <input type="text"/> | Este criterio hace referencia a la armonía que mantiene el elemento con otros elementos y con su contexto expositivo. Es especialmente importante en este caso ya que el patrimonio mueble forma parte integral de la significancia de un lugar y/o de los grupos culturales o comunidades a los que está asociado. |
| Comentarios | | |

9. VALOR TURÍSTICO DEL ELEMENTO O CONJUNTO DE ELEMENTOS

Establecer una valoración del elemento o conjunto de elementos en base a su potencial turístico, utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios:

| | | |
|---|----------------------|---|
| Atractividad | <input type="text"/> | Se refiere a parámetros de tipo estético, espiritual, emotivo y perceptual que se basan en atributos sensoriales físicos como la riqueza visual, audible, olfativa, gustativa, táctil y otras percepciones como la belleza, la grandiosidad, la genuinidad, la originalidad, el simbolismo, la identidad, etc. que provocan emociones positivas y sentimientos de aprecio en las personas. |
| Resistencia (vs. Fragilidad/ Vulnerabilidad) | <input type="text"/> | Se define como la capacidad del elemento para hacer frente a una agresión; en el extremo opuesto está la fragilidad que se define como la susceptibilidad a la perturbación (impactos), de origen antrópico o ambiental. La importancia de utilizar el criterio de resistencia reside en la consideración de la probabilidad de destrucción y/o alteración y/o daños al elemento. La fragilidad es mayor cuando el elemento valorado es raro, exiguo o único. |
| Disponibilidad | <input type="text"/> | Tiene que ver con la posibilidad y/o frecuencia de observación. En el caso del patrimonio mueble, la disponibilidad dependerá de la existencia de equipamientos museográficos que presenten adecuadamente estos elementos (museos, museos de sitios, ecomuseos, centros de interpretación, casas museo, etc.) |
| Accesibilidad del elemento o conjunto de elementos | <input type="text"/> | Se refiere a la facilidad para poder llegar y conocer el elemento bien sea en el lugar de origen o en las instalaciones o equipamientos donde se encuentra actualmente ubicado. |
| Factibilidad | <input type="text"/> | Se usa para valorar las posibilidades de puesta en valor turístico del elemento. Tiene que ver con el buen estado de conservación del elemento, con la viabilidad económica (evaluación de costes y beneficios, adquisición de fondos y ampliación de colecciones, costes de restauración, costes de gestión y mantenimiento, etc.), con la capacidad de gestión del organismo competente (para garantizar su conservación, protección y/o puesta en valor), con los beneficios sociales y también con la actitud de la comunidad y/o de los propietarios del elemento. |
| Valores educacionales | <input type="text"/> | Se considera básicamente el potencial que poseen los elementos para proporcionar conocimiento científico y técnico en el ámbito del Arte, la Ciencia y la Tecnología, la Arqueología, la Etnología, la Arquitectura, etc. y para facilitar la comprensión del mismo (potencial para la Interpretación). También se valoran aquellos aspectos que contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio. En esta apreciación intervienen factores diversos como que la presentación de los objetos sea lo más contextualizada posible y ofrezca posibilidades para la investigación científica (consulta de archivos, bibliotecas, laboratorios, etc.) |
| Comentarios | | |

10. USOS Y GESTIÓN DEL ELEMENTO O CONJUNTO DE ELEMENTOS

10.1. Uso actual del elemento o conjunto de elementos

| | | |
|---|----------------------|--|
| Importancia socioeconómica de los usos actuales | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante; 2 - Importancia socioeconómica residual; 3 - Importancia socioeconómica relativa; 4 - Importante para la socioeconomía de la comunidad; 5 - Esencial para la socioeconomía de la comunidad |
| Comentarios | | |

10.2. Gestión del elemento o conjunto de elementos

| | | |
|--|----------------------|---|
| Autoridades/Instituciones con competencias sobre el elemento o conjunto de elementos (públicas y/o privadas) | | |
| Autoridad/Institución responsable de la gestión del elemento o conjunto de elementos | | |
| Modelo de gestión | <input type="text"/> | a - Gestión directa; b - Gestión indirecta (concesión, arrendamiento, concierto); c - Otros (especificar en comentarios) |
| Instrumentos de gestión existentes | <input type="text"/> | a - Plan de Conservación y Gestión de las Colecciones artísticas; b - Programa de Interpretación; c - Planes Específicos (restauración, etc.); d - Plan de gestión de museos; e - Otros (especificar en comentarios) |
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | | |
| Programas y tareas de mantenimiento | | |
| Implicación de los actores locales y la sociedad | | |
| Tipos de visitas (si está abierto al público) | <input type="text"/> | a - Visita guiada/concertada; b - Visita libre; c - Evento especial; d - No existen |
| Materiales de divulgación (catálogos, guías, folletos, web, apps, etc.) | | |
| Comentarios (descripción del modelo de gestión, recursos humanos, problemas de gestión, visitantes, aspectos mejor valorados del elemento o conjunto de elementos, etc.) | | |

11. COMENTARIOS ADICIONALES

| |
|--|
| |
|--|

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

| |
|--|
| |
|--|

13. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, folletos, catálogos, etc.)

| |
|--|
| |
|--|

4

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PATRIMONIO INTANGIBLE O INMATERIAL'

INTRODUCCIÓN

El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales, sino que incluye toda una serie de expresiones inmateriales (sin sustancia física), de naturaleza intelectual, fruto de la creación y pensamiento humano, o de carácter emocional (emociones, sentimientos, sensibilidades, evocaciones, etc.) que representan el valor subyacente de otros elementos patrimoniales tangibles (etnográficos, artísticos, etc.) o lugares (históricos, etc.), y que son la esencia y el carácter espiritual del elemento. Estas expresiones o manifestaciones se asocian a un grupo cultural con las que el grupo se identifica y reconoce, tienen un valor identitario y son conocidas como Patrimonio intangible o inmaterial.

Se trata de un patrimonio 'vivo', ligado a la herencia y la memoria, resultado de continuos procesos de interacción social e intercambio intercultural, y con capacidad de transformación. Se hereda de generaciones precedentes, se recrea constantemente y se transmite a los descendientes, caracterizándose por la vigencia y la continuidad en el tiempo y por su valor identitario. Se plasman en expresiones y manifestaciones, conocimientos y saberes, celebraciones, patrones de comportamiento, etc. Son históricamente relevantes y/o socialmente significantes y la UNESCO las ha recogido en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Este acervo cultural intangible se ha convertido en un atractivo turístico importante para muchos destinos ya que cada vez más turistas buscan el encuentro con culturas diferentes y así, disfrutar en vivo de experiencias únicas y personales a partir de la interacción y entendimiento con comunidades y colectivos detentores de valores patrimoniales de gran significancia. Se considera que este tipo de actividades promueve el diálogo y el aprecio de otras culturas y, por ende, fomenta la tolerancia. No obstante, hay que tener presente los derechos que amparan a los detentores de este patrimonio, especialmente a los pueblos indígenas, tal como reconoce la Organización de Naciones Unidas en su Declaración de los Derechos de los Pueblos indígenas.

La información para completar esta ficha puede provenir tanto de la toma de datos directa (entrevistas en profundidad, encuestas, talleres, etc.) como de fuentes documentales, que serán convenientemente reseñadas en el apartado bibliográfico.

Esta ficha incluye 13 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del elemento

El apartado 1 hace referencia a la denominación del elemento. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en torno a su designación. También hay que reseñar el nombre por el que es conocido el grupo humano o colectivo con el que está vinculado el elemento del patrimonio intangible analizado y la/s persona/s que han facilitado la información.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del elemento

En este apartado se identifican las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) o las UTM para la localización del área geográfica donde se ubican las comunidades o grupos sociales que detentan las expresiones del patrimonio intangible.

Hay que incluir necesariamente la dirección en la que se desarrolla, el nombre de la/s localidad/es, la comarca o región y el país. En el caso de elementos intangibles supramunicipales o transfronterizos, hay que hacerlo constar adecuadamente.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el elemento para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se desarrolla la expresión inmaterial. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Accesibilidad y conexiones

La accesibilidad es una variable que contempla dos aspectos: por un lado, la posibilidad de acceder fácilmente al área geográfica o lugar y, por otro, se considera la proximidad a núcleos emisores de demanda.

Por ello, se sugiere constatar la distancia en kilómetros y las comunicaciones viales existentes para poder evaluar las oportunidades de realizar visitas en régimen excursionista y/o con pernoctación. Además de conocer el estado de la red vial, se trata también de reseñar otras posibilidades de transporte.

5. Tipo de elemento y descripción de sus atributos

Enmarcar los elementos patrimoniales en una tipología tiene como objetivo facilitar y ordenar la amplia y diversa información que puede llegar a manejarse en un proceso analítico de estas características. Este hecho facilita la posterior toma de decisiones en las fases de puesta en valor turístico y de diseño de actividades y productos turísticos ya que los atractivos están clasificados desde un punto de vista temático. En este trabajo, se propone una clasificación de los elementos intangibles (cuadro INT1) en base a su valor antropológico, sociológico, etnográfico, cultural, artístico, histórico, etc.

Cuadro INT1
Clasificación de elementos intangibles

| TIPO | ELEMENTOS |
|--|---|
| Manifestaciones y expresiones artísticas y escénicas | Literatura Música Danza Teatro Otros |
| Expresiones lúdicas y celebraciones | Celebraciones (fiestas populares, rituales, festividades religiosas, festejos estacionales, ceremonias sociales, etc.) Deportes (deportes populares, competiciones tradicionales, etc.) Juegos infantiles Otros |
| Tradiciones y expresiones orales | Lenguas y dialectos Topónimos Expresiones orales (leyendas, proverbios, refranes, adivinanzas, cuentos, poemas, sortilegios, plegarias, etc.) Memoria local vinculada a acontecimientos y lugares históricos (narraciones, historias, etc.) Piezas musicales y canciones populares anónimas (canciones de cuna, cantos de amor, villancicos, canciones infantiles, etc.) Otros |
| Usos y prácticas sociales | Creencias y prácticas rituales y religiosas Prácticas comunitarias tradicionales Patrones de comportamiento (usos, costumbres, modos de vida, etc.) Tradiciones populares Formas alimentarias Técnicas culinarias Otros |
| Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo | Conocimientos científicos y humanísticos tradicionales Conocimientos ecológicos tradicionales Saberes y usos de los pueblos indígenas Conocimientos y prácticas de medicina tradicional Otros |
| Saberes y técnicas sobre métodos y actividades productivas tradicionales | Técnicas artesanales tradicionales Formas de asentamiento y técnicas constructivas tradicionales Oficios tradicionales Técnicas y saberes productivos tradicionales Otros |
| Sistemas tradicionales de gobernanza | Instituciones tradicionales Reglas o normas tradicionales Sistemas jurídicos consuetudinarios Sistemas de valores sociales Organizaciones sociales tradicionales Otros |

Existen numerosas propuestas de clasificaciones tipológicas y todas ellas son válidas, porque, como se ha visto, su finalidad es, sobre todo, la de organizar la información. Lo importante desde el punto de vista procedimental es que se clasifiquen y ordenen los datos para gestionar eficientemente la información compilada.

De este modo, los diversos elementos del patrimonio intangible se agrupan en: manifestaciones y expresiones artísticas y escénicas, expresiones lúdicas y celebraciones, tradiciones y expresiones orales, usos y prácticas sociales, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, saberes y técnicas sobre métodos y actividades productivas tradicionales, y sistemas tradicionales de gobernanza.

Una vez clasificado el elemento, se propone la realización de una descripción de las características del mismo, indicando cual es el origen de la manifestación o expresión, cómo se transmite, que personas detentan este patrimonio intangible, entre quiénes se transmite, etc. Se deben incluir también comentarios sobre el contexto histórico para conocer las asociaciones que el elemento tiene con personas u objetos tangibles (por ejemplo, la indumentaria de una festividad con la música y danzas, gastronomía, etc. o, las técnicas constructivas con las viviendas tradicionales, etc.). Adicionalmente, hay que reseñar si el elemento intangible se produce de forma ordinaria a diario o está sujeto a un calendario. Es importante añadir los registros históricos existentes acerca del elemento tradicional.

6. Evaluación del estado de conservación

En relación al estado actual del elemento patrimonial, es importante conocer el estado de autenticidad con que se conserva y para ello, se ofrece una escala de valoración cuya aplicación influye de forma notable en la consideración global del mismo.

Este apartado también hace referencia a las modificaciones y transformaciones que haya sufrido el elemento, así como las acciones de recuperación llevadas a cabo, siendo conveniente indicar la fecha de realización y una descripción somera de las mismas.

Además, hay que identificar los posibles riesgos y amenazas existentes en relación a la conservación del elemento. Por ejemplo, las expresiones y tradiciones orales corren peligro de banalización debido a la globalización y los usos sociales estandarizados; los rituales y actos festivos pueden verse afectados por la modernización de las comunidades, la emigración de los jóvenes, así como la participación descontrolada de turistas en eventos tradicionales; las técnicas artesanales tradicionales pueden verse afectadas por la producción en serie o la falta de interés de las generaciones más jóvenes.

7. Reconocimiento social, científico y legal

Se hace referencia en este apartado al reconocimiento que la sociedad y la comunidad científica atribuye al elemento. Así, desde el punto de vista social, el elemento puede ser percibido como algo intrascendente para sus vidas, pero también puede resultar algo importante para ciertos individuos y/o colectivos e incluso llegar a ser algo esencial en sus vidas, que les confiere identidad y por ello muestran apego y aprecio.

Por otra parte, se valora el reconocimiento de la comunidad científica en términos de divulgación del conocimiento a diversas escalas.

En relación a la propiedad intelectual y reconocimiento legal, el caso del patrimonio cultural intangible es particular y existen instrumentos legales incluso internacionales que recogen estos

derechos. En el caso de los conocimientos tradicionales, expresiones culturales tradicionales y manifestaciones de las ciencias, tecnologías y culturas de los pueblos indígenas, los detentores de este patrimonio tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su patrimonio cultural y su propiedad intelectual.

En este apartado hay que identificar las figuras de protección que detenta el elemento ya que no sólo constituyen un reconocimiento a sus valores y atributos, sino que establecen los términos legales en que debe basarse su gestión, especificando las normativas de aplicación al elemento.

8. Valor patrimonial intrínseco del elemento desde el punto de vista antropológico, sociológico, etnográfico, cultural, artístico, histórico, etc.

A partir del apartado 8, comienza la parte evaluativa de la ficha. Establecer una medida de valor de los elementos es útil para fundamentar la toma de decisiones. La valoración que se propone a partir de los diferentes criterios dará como resultado una evaluación preliminar que debe ser completada con un análisis experto posterior.

La primera valoración que se realiza es inherente a los valores y atributos del propio elemento (valor intrínseco). De este modo, un elemento cultural intangible es evaluado según los criterios de: significancia, singularidad, autenticidad y contextualización, aplicando una escala creciente de valor de 1 a 5. Para aplicar este baremo no existe una fórmula estandarizada dada la gran variedad de elementos existente de índole diversa; por tanto, cada caso debe tratarse de forma específica. En este apartado de la ficha, hay un texto aclaratorio sobre la definición del criterio y la pertinencia de su aplicación en cada caso.

Hay que señalar que una alta valoración intrínseca de un elemento no tiene por qué coincidir con una alta valoración turística. Así, por ejemplo, un elemento con mucha significancia para la comunidad, como por ejemplo un ritual, no tiene por qué ser atractivo para el público.

9. Valor turístico del elemento patrimonial

Una vez conocido el valor intrínseco del elemento intangible, el análisis se centra en la evaluación turística que se realiza a partir de la aplicación de otros criterios tales como: atractividad, resistencia, disponibilidad, accesibilidad del elemento, factibilidad y valores educacionales.

Como en el apartado anterior, en la propia ficha viene una explicación aclaratoria para ayudar en la aplicación de los criterios. La valoración se realizará también en base a una escala creciente del 1 al 5. De la misma manera que sucedía con la valoración intrínseca, en este caso, también se precisa de estudios en profundidad para establecer el valor de cada criterio.

Hay que mencionar que la atractividad es particularmente complicada de evaluar porque es un criterio con carácter subjetivo y que puede variar dependiendo de los rasgos de personalidad y preferencias de las diferentes audiencias. En general, los recursos de marcados atributos sensoriales y de clara visibilidad resultan más atractivos.

Además, también hay que señalar que el patrimonio cultural intangible es frágil por naturaleza, ya que depende del conocimiento o las prácticas de las comunidades, pudiendo estar en peligro de desaparición si éstas no se encargan de transmitirlo o mantenerlo.

La aplicación del criterio de factibilidad en el caso del patrimonio intangible tiene claros vínculos con la actitud y el consentimiento de las comunidades respecto a su voluntad de compartir sus expresiones y prácticas tradicionales con personas ajenas a su grupo social.

10. Usos y gestión del elemento

Este apartado incluye la descripción de los usos actuales que se realizan en relación al elemento patrimonial, especificando la importancia que tiene para la comunidad local desde el punto de vista socioeconómico.

El segundo bloque de información tiene por objetivo conocer todos aquellos organismos e instituciones y a la propia comunidad detentora del patrimonio intangible ya que todos ellos tienen competencias sobre la gestión del elemento, y es habitual que haya más de uno. Es importante saber si existen mecanismos de coordinación interinstitucionales que garanticen una coherencia de la labor gestora. También habrá que identificar cuál es el organismo o grupo responsable de la gestión y el modelo que se lleva a cabo y si las comunidades locales están involucradas en la misma de alguna manera.

Además, hay que identificar los instrumentos de gestión que existen para este elemento, indicando su fecha de redacción y vigencia, y también la existencia de programas de mantenimiento y el personal que se dedica a la gestión del lugar.

Es importante incluir comentarios en relación al personal dedicado a la salvaguardia y gestión del patrimonio inmaterial, problemas de gestión, etc.

11. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores. En este caso, hay que hacer constar el consentimiento que la comunidad ha dado para recabar estos datos y si ha habido alguna restricción al respecto.

12. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

13. Documentos gráficos

La ficha incluirá aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del elemento intangible. Así, se incluirán fotografías, folletos, etc. citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Hernández, B. y Salge, M. (2007). *Manual para la implementación del Proceso de identificación y recomendaciones de salvaguardia de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial*. Ed. Ministerio de Cultura de Colombia/Instituto Colombiano de Antropología e Historia/Comité de Patrimonio Inmaterial de Colombia, 43 pp.
- Noboa, E. (coord.) (2013). *Guía metodológica para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. Ed. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador, 89 pp.
- Organización de las Naciones Unidas (2007). *Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas* (Nueva York, septiembre 2007).
- Smith, L. y Akagawa, N. (eds.) (2009). *Intangible Heritage*. Ed. Routledge, Francis and Taylor Group, 311 pp.
- UNESCO (2003). *International Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage* (Paris, October 17, 2003).
- UNESCO (2011). *Identifying and Inventorying Intangible Cultural Heritage*, Ed. UNESCO/Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 16 pp.
- UNTWO (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. Ed. World Tourism Organization, 130 pp.

PATRIMONIO INTANGIBLE

1. DENOMINACIÓN DEL ELEMENTO

| | |
|---|--|
| Denominación del elemento | |
| Otras denominaciones | |
| Comunidad o grupo social al que se asocia | |
| Persona entrevistada y datos de contacto | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. LOCALIZACIÓN DEL ELEMENTO

| | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Coordenadas ¹ | GEOGRÁFICAS | | | | UTM (10x10) | | | |
| | <input type="text"/> |
| Dirección | | | | | | | | |
| Localidad | | | | | Código Postal | | | |
| Comarca/Región | | | | | País | | | |
| Área geográfica | | | | | | | | |
| Accesibilidad local (medios de transporte público en el destino) | | | | | | | | |
| Mapa de localización | | | | | | | | |

¹ Si se trata de un evento puntual, indique las coordenadas geográficas o UTM del sitio, y si se trata de una técnica, conocimiento, tradición, etc. indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal del área.

4. ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES

| Centro/s emisor/es de demanda turística | Distancia al lugar donde tiene lugar la manifestación | Rango de distancia ² | Tipo de carretera (autovía, nacional, rural, etc.) | Comunicaciones viales ³ (estado de las carreteras, frecuencia del transporte público, conectividad, etc.) |
|---|---|---------------------------------|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Descripción y características de los accesos desde cada centro emisor de demanda

² Rango de distancia en kilómetros a ciudades o centros emisores de demanda turística: **1** - >200 km; **2** - 200-100 km; **3** - 100-50 km; **4** - <50 km; **5** - En el propio destino

³ Comunicaciones viales: **1** - No hay conexión por carretera ni transporte público; **2** - Mala comunicación (carreteras en malas condiciones, sin conexión con transporte público, etc.); **3** - Medios de comunicación mínimos (carreteras secundarias, etc.); **4** - Medios de comunicación buenos (carreteras en buen estado, amplio horario de transportes públicos, etc.); **5** - Medios de comunicación excelentes (autovías, tren de alta velocidad, etc.)

| 5. TIPO DE ELEMENTO Y DESCRIPCIÓN DE SUS ATRIBUTOS | | |
|--|----------------------|--|
| Tipología ⁴ | <input type="text"/> | <p>a - Manifestaciones y expresiones artísticas y escénicas (literatura, música, danza, teatro, etc.); b - Expresiones lúdicas y celebraciones (celebraciones, deportes, juegos infantiles, etc.); c - Tradiciones y expresiones orales (lenguas, dialectos, topónimos, expresiones orales, memoria local vinculada a acontecimientos y lugares históricos, piezas musicales, canciones populares anónimas, etc.); d - Usos y prácticas sociales (creencias, prácticas rituales y religiosas, prácticas comunitarias tradicionales, patrones de comportamiento, tradiciones populares, formas alimentarias, técnicas culinarias, etc.); e - Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo (conocimientos científicos y humanísticos tradicionales, conocimientos ecológicos tradicionales, saberes y usos de los pueblos indígenas, conocimientos y prácticas de medicina tradicional, etc.); f - Saberes y técnicas sobre métodos y actividades productivas tradicionales (técnicas artesanales tradicionales, formas de asentamiento y técnicas constructivas tradicionales, oficios tradicionales, técnicas y saberes productivos tradicionales, etc.); g - Sistemas tradicionales de gobernanza (instituciones tradicionales, reglas o normas tradicionales, sistemas jurídicos consuetudinarios, sistemas de valores sociales, organizaciones sociales tradicionales, etc.); h - Otros (especificar en comentarios)</p> |
| Descripción y características del elemento (origen y período de datación, modos de transmisión, personas que desempeñan un papel fundamental en la creación y la transmisión del patrimonio cultural inmaterial, etc.) | | |
| Contexto histórico (asociaciones a personas, acontecimientos, apego a objetos o lugares, etc.) | | |
| Programación (práctica diaria, evento periódico, ocurrencia ocasional, etc.) | | |
| Comentarios | | |

⁴ Clasificación (ver tabla INT1 en el texto introductorio)

| 6. EVALUACIÓN DEL ESTADO ACTUAL DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|---|
| 6.1. Estado actual del elemento | | |
| Estado del elemento | <input type="text"/> | <p>1 - Prácticas intangibles en desuso; 2 - Prácticas intangibles parcialmente desaparecidas; 3 - Prácticas intangibles banalizadas; 4 - Prácticas intangibles parcialmente banalizadas; 5 - Prácticas intangibles genuinas en uso</p> |
| Comentarios (transformaciones a través del tiempo, causas de banalización, etc.) | | |
| Trabajos de recuperación | | |
| 6.2. Riesgos y amenazas | | |
| Tipos de riesgos y amenazas | <input type="text"/> | <p>a - Turismo masivo; b - Actividades y costumbres tradicionales en desuso; c - Banalización de las celebraciones; d - Falta de protección legal; e - Falta de aprecio por parte de las comunidades locales; f - Falta de sensibilización por parte de las administraciones; g - Migración a gran escala; h - Cambios en el uso del suelo; i - Cambio climático; j - Globalización; k - Estereotipificación; l - Mercantilización; m - Descontextualización; n - Falta de inventario; o - Amenazas a la transmisión; p - Falta de medidas de salvaguarda; q - Amenazas a la recreación; r - Disneyficación; s - Gentrificación; t - Otros (especificar en comentarios)</p> |
| Comentarios | | |

7. RECONOCIMIENTO SOCIAL, CIENTÍFICO Y LEGAL

7.1. Reconocimiento social y científico

| | | |
|---|----------------------|--|
| Reconocimiento social (percepción del valor del elemento por parte de la sociedad) | <input type="text"/> | 1 - Intrascendente para la gran mayoría de individuos; 2 - Poco trascendente para la mayoría de individuos; 3 - Trascendente para un número importante de individuos; 4 - Trascendente para la gran mayoría de individuos; 5 - Esencial para la mayoría de individuos (representa un sólido valor identitario social) |
| Reconocimiento científico (percepción del valor del elemento por parte de la comunidad científica) | <input type="text"/> | 1 - Desconocido; 2 - Conocido localmente; 3 - Conocido en la región; 4 - Documentado; 5 - Estudiado científicamente y divulgado |

7.2. Estatus legal del elemento

| | | |
|---------------------------------|----------------------|--|
| Estatus legal | <input type="text"/> | 1 - No catalogado (sin protección); 2 - Catalogado (mínima protección legal o figura de protección local); 3 - Protección legal media (figura de protección regional o tiene derechos de propiedad intelectual a nivel nacional); 4 - Protección legal alta (figura de protección nacional); 5 - Máxima protección legal (figura de protección internacional o tiene derechos de propiedad intelectual a nivel internacional) |
| Normativas de aplicación | | |
| Comentarios | | |

8. VALOR PATRIMONIAL INTRÍNSECO DEL ELEMENTO DESDE EL PUNTO DE VISTA ANTROPOLÓGICO, SOCIOLÓGICO, ETNOLÓGICO, HISTÓRICO, ARTÍSTICO, CULTURAL, ETC.

Establecer una evaluación del elemento en sí mismo (valor científico intrínseco), utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios:

| | | |
|--------------------------|----------------------|---|
| Significancia | <input type="text"/> | Importancia del elemento intangible para la comunidad en la medida en que define su sentimiento de pertenencia y/o identidad, que va más allá del mero uso funcional. El sentido de pertenencia se refiere a la emoción y el sentimiento de apego colectivo derivado de la interacción con un lugar o elemento. La identidad cultural colectiva viene dada por ciertos elementos, costumbres, territorios, especies, saberes, etc., que comparten todos los miembros del grupo y que los identifica, pues los asumen como parte de ellos, de su entorno, de su forma de vida, de su educación, etc. |
| Singularidad | <input type="text"/> | Se establece en función del carácter distintivo que el elemento presenta en relación con las características propias del tipo al que pertenece, considerando la escala espacial de distribución del elemento (local, regional, nacional, internacional) y también el número de personas que detentan este patrimonio intangible (escasez, exigüidad). La etnicidad es un rasgo de la singularidad cuyas principales manifestaciones tienen que ver, principalmente, con sus rasgos culturales (religión, mitos, costumbres, lengua, memorias de un pasado colectivo, etc.) más que con los fenotípicos. |
| Autenticidad | <input type="text"/> | Es la condición que vincula el elemento a sus rasgos originales y a su contexto espacial y social. En el extremo opuesto está la simulación que no corresponde a una expresión auténtica. Es difícil de establecer ya que el patrimonio intangible evoluciona con el tiempo de la mano de las comunidades que lo detentan. |
| Contextualización | <input type="text"/> | Este criterio hace referencia a la armonía, apego e interacciones y asociaciones que mantienen vivas las relaciones entre el patrimonio intangible y los elementos materiales, los lugares y/o las comunidades, formas de vida y los elementos que le han dado identidad. |
| Comentarios | | |

| 9. VALOR TURÍSTICO DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|---|
| Establecer una valoración del elemento en base a su potencial turístico, utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios: | | |
| Atractividad | <input type="text"/> | Se refiere a parámetros de tipo estético, espiritual, emotivo y perceptual que se basan en atributos sensoriales físicos como la riqueza visual, audible, olfativa, gustativa, táctil y otras espirituales como la vitalidad, el optimismo, el simbolismo, la interactividad, el modo lúdico y el celebrativo, etc. que provocan emociones positivas y sentimientos de aprecio en las personas. |
| Resistencia (vs. Fragilidad/ Vulnerabilidad) | <input type="text"/> | Se define como la capacidad del elemento para transmitir los valores identitarios de generación en generación; en el extremo opuesto está la fragilidad que se define como la susceptibilidad a la distorsión, banalización y/o mercantilización. La importancia de utilizar el criterio de resistencia reside en la consideración de la probabilidad de desaparición y/o banalización. |
| Disponibilidad | <input type="text"/> | Tiene que ver con la posibilidad y/o frecuencia de observación y del tamaño del grupo cultural con el cual está asociado el elemento intangible. Hay que considerar si esta práctica o saber tradicional se recrea de forma permanente en la vida diaria bajo una perspectiva dinámica o si es un evento periódico u ocasional. |
| Accesibilidad del elemento | <input type="text"/> | Se refiere a la facilidad para poder contactar y poder compartir experiencias con las comunidades y aprender sobre la cultura local, la historia y las tradiciones. |
| Factibilidad | <input type="text"/> | Se usa para valorar las posibilidades de puesta en valor turístico del elemento. Tiene que ver con la disponibilidad espacial y temporal del elemento, con la existencia de derechos, con los usos tradicionales, con las prácticas religiosas, con la capacidad de gestión del organismo competente, comunidades u organizaciones interesadas (para asegurar su protección y/o mejora turística en condiciones de respeto y acuerdo por parte de la población local); y con la actitud de los actores locales y las comunidades (consentimiento de la comunidad) ya que la aceptación por parte de la población local suele ser uno de los criterios más decisivos para evaluar la viabilidad, particularmente en el caso del patrimonio intangible. |
| Valores educacionales | <input type="text"/> | Se considera básicamente el potencial que posee el elemento para proporcionar conocimiento científico en el ámbito de la Antropología, Sociología, Etnología, Historia, etc., y para facilitar la comprensión del mismo (potencial para la Interpretación). También se valoran aquellos aspectos que contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio. |
| Comentarios | | |

| 10. USOS Y GESTIÓN DEL ELEMENTO | | |
|--|----------------------|---|
| 10.1. Uso actual del elemento | | |
| Importancia socioeconómica de los usos actuales | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante; 2 - Importancia socioeconómica residual; 3 - Importancia socioeconómica relativa; 4 - Importante para la socioeconomía de la comunidad; 5 - Esencial para la socioeconomía de la comunidad |
| Comentarios | | |
| 10.2. Gestión del elemento | | |
| Autoridades/ Comunidades/ Organizaciones asociadas con competencias sobre el elemento | | |
| Organismo/ comunidad/ organización responsable de la recreación del elemento | | |
| Modelo de gestión | | |
| Instrumentos de gestión existentes | <input type="text"/> | a - Plan de Acción para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial; b - Plan de Gestión del Patrimonio Cultural; c - Plan Nacional para la Implementación de la Convención de Patrimonio Mundial de la UNESCO; d - Programa de Salvaguardia y Dinamización del Patrimonio Vivo; e - Plan de Puesta en Valor Turístico del Patrimonio; f - Programa de Interpretación; g - Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible; h - Plan de Dinamización Turística; i - Planes Específicos (recuperación, etc.); j - Programa de Sensibilización; k - Otros (especificar en comentarios) |

| | | |
|--|----------------------|---|
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | | |
| Implicación de los actores locales y la sociedad (practicantes, portadores, protectores y defensores, etc.) | | |
| Manifestación abierta al público (número de asistentes, etc.) | <input type="text"/> | a - Visita guiada/concertada; b - Visita libre; c - Evento participativo; d - No es pública |
| Materiales de divulgación (guías, folletos, web, apps, etc.) | | |
| Comentarios (recursos humanos, problemas de gestión, etc.) | | |

11. COMENTARIOS ADICIONALES (especifique que se ha obtenido el consentimiento de la comunidad/grupo para la recopilación e inventario de los datos y las posibles restricciones para su uso)

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

13. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, folletos, registros audiovisuales, etc.)

5

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PAISAJE'

INTRODUCCIÓN

El paisaje es un recurso escénico con carácter patrimonial y puede ser analizado y evaluado desde diferentes puntos de vista, entre ellos el turístico. Constituye un elemento de atracción por sí solo y, además, es el marco escénico contextual en el que se sitúan otros atractivos turísticos y a los que el paisaje les da un valor añadido.

El concepto de paisaje viene recogido en la Convención Europea del Paisaje (2000) del Consejo de Europa, en su Art.1 a), que lo define como: “cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos”. Como se observa, es un concepto que va más allá de las definiciones de ‘territorio’ o ‘ecosistema’, ‘unidad geomorfológica’, etc. que se refieren a su dimensión física, sino que también incluye la componente de ‘percepción de un espacio por parte de observadores’, incorporando, de este modo una visión subjetiva y cultural basada en la experiencia sensorial. Asimismo, incluye una dimensión causal al ser reflejo de la interacción de numerosos factores.

En esta ficha, se aborda el análisis del paisaje desde una perspectiva integral de todos los componentes físicos e intangibles que lo configuran; además, se propone toda una serie de criterios de evaluación basados, fundamentalmente, en sus atributos visuales (estéticos y plásticos) y en sus asociaciones a fenómenos relevantes (de carácter histórico, social, cultural, espiritual, simbólico, etc.) que pueden ser aplicados de forma objetiva, con rigor y validez científica más allá de las preferencias subjetivas de los observadores.

Hay que recordar que en esta ficha solo han sido abordados aspectos de los estudios de paisajismo útiles para un análisis turístico, dejando aparte otros componentes que se tratan en estudios de impacto ambiental, de ordenación del territorio u otros sociológicos u antropológicos, donde el foco de atención sobre el paisaje recae en otros componentes y funciones.

Los primeros apartados de la ficha con descriptivos y consisten en la compilación de datos relativos a los componentes del paisaje; la segunda parte es más prescriptiva ya que implica una valoración del recurso en base a unos parámetros determinados. Al concluir la ficha, se dispone de una información preliminar con cierto carácter propositivo para la toma de decisiones.

La información para completar la ficha puede provenir tanto de la toma de datos directa como de fuentes documentales, que serán convenientemente reseñadas en el apartado bibliográfico.

Esta ficha incluye 14 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del paisaje

El apartado 1 hace referencia a la denominación del sitio. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en torno a su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del paisaje

En este apartado se incluye el nombre de la/s localidad/es donde se encuentra el paisaje, la comarca o región y el país. En el caso de paisajes supramunicipales o transfronterizos hay que hacerlo constar adecuadamente.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el paisaje para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se encuentra el paisaje. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Accesibilidad y conexiones

La accesibilidad es una variable que contempla dos aspectos: por un lado, la posibilidad de acceder fácilmente a los atractivos y, por otro, se considera la posibilidad que tiene la zona de acceder a núcleos emisores de demanda.

Por ello, se sugiere constatar la distancia en kilómetros y las comunicaciones viales existentes para poder evaluar las oportunidades de realizar visitas en régimen excursionista y/o con pernoctación. Además de conocer el estado de la red vial, se trata de reseñar otras posibilidades de transporte.

5. Delimitación y caracterización de las cuencas visuales

Dado que el paisaje se define, como hemos visto, desde la perspectiva de la percepción humana, la delimitación del mismo se lleva a cabo a partir de parámetros visuales que definen su perímetro aproximado. Por ello, la unidad de estudio ha sido la cuenca visual (CV) que se proyecta a partir de un punto de observación (PO).

De este modo, lo primero que importa es identificar los diferentes puntos de observación (PO) desde donde el paisaje puede ser observado y consignar las coordenadas geográficas y/o UTM

de dichos puntos. También hay que reseñar información sobre la accesibilidad a cada punto de observación y los posibles factores limitantes para su observación (altura relativa de visión sobre el plano observado, si se trata de un punto fijo o móvil, etc.), ya que esta información permite establecer una jerarquía en cuanto al grado de idoneidad de observación de cada punto. El número total de puntos de observación existentes dará una idea de la intervisibilidad (o visibilidad recíproca) del paisaje, lo que a su vez tiene que ver, en gran medida, con su fragilidad visual.

Una cuenca visual (CV) es el área visible que hay desde un punto de observación. El ojo humano permite una visión binocular de 120° - 130°; de esta forma, si el área visible desde un punto de observación presenta un ángulo menor porque existen barreras visuales en los bordes laterales de la cuenca (laderas de un valle, edificios a ambos lados de una calle, etc.) se trata de una cuenca visual del tipo 'vista', mientras que si excede este ángulo estaremos frente a una 'cuenca panorámica'.

Otro parámetro interesante a consignar es el alcance o longitud entre el punto de observación y el límite de la cuenca visual. Hay que recordar que la distancia hasta la que es capaz de enfocar el ojo humano es el infinito; sin embargo, en el supuesto de un campo visual a nivel del suelo (considerando que la altura desde la que se observa es la de los ojos a 1,70 m), sin accidentes que impidan la visión (hacia el mar, por ejemplo), la curvatura de la Tierra limita la distancia, estableciéndola en unos 5 km. Si, en vez de hacia el horizonte, se dirige la mirada hacia objetos de cierta altura (montañas, por ejemplo) la visión presenta un alcance mayor.

El potencial de observación de la cuenca es el resultado de combinar el número de puntos de observación, su alcance, el tipo y forma de la cuenca (la cuenca panorámica tiene mayor potencial) y las condiciones de visibilidad, ya que algunos elementos obstruyen de forma permanente la visión (barreras visuales como relieves, edificios, etc.), mientras que otros constituyen una intrusión ocasional como el caso de las condiciones atmosféricas, las personas, objetos móviles, etc.

De esta forma, el potencial de observación puede considerarse, en un momento dado, como un riesgo ya que a mayor potencial de observación se incrementa también la fragilidad visual.

En este bloque de información se solicita la inclusión de un esquema cartográfico del área a estudiar desde el punto de vista paisajístico con la localización de los puntos de observación y las cuencas visuales, teniendo en cuenta que un atractivo puede ser punto de observación en sí mismo hacia su entorno adyacente.

El último apartado de este bloque corresponde a la caracterización de las cuencas visuales y hace referencia a la composición. Así, se describirán los componentes o elementos que integran el paisaje, tanto los naturales como los ambientales, artificiales y humanos, distribuidos según tres planos de visión (corto, medio y largo) que dan lugar a diversos grados de nitidez en la observación. Finalmente, se describirá la estructura compositiva en función de los elementos más destacados del conjunto y/o de los patrones estructurales que se detectan.

6. Tipo y carácter del paisaje

En este apartado se define el tipo de paisaje a partir de la dominancia de los componentes que lo configuran. Existe una gama amplia de tipos paisajísticos que van desde los paisajes naturales prístinos hasta los urbanos evolucionados; de esta forma, se identificará el tipo al que más se aproxime y se detallarán sus características.

Es importante señalar el periodo principal en que el paisaje adquirió las características que le infieren significancia y si todavía resultan determinantes en su caracterización (paisaje vestigio), o si se trata de un paisaje dinámico o activo que evoluciona constantemente.

En la segunda parte, se analizan los atributos sensoriales del paisaje y las asociaciones existentes a hechos o eventos históricos, culturales, artísticos, científicos, sociales, espirituales, etc. que le confieren significancia. Entre los atributos sensoriales, además de los visuales (armonía, color, forma, línea, textura, movimiento, etc.), que son los más representativos y descriptores del valor plástico, se incluyen los atributos sonoros que tienen su propia identidad y son inseparables de esa circunstancia, ese lugar y ese momento (paisaje sonoro o sonidos que acompañan a un determinado paisaje), olfativos y táctiles (sensaciones térmicas, viento, lluvia, etc.), considerados todos ellos como un valor añadido fundamental de la percepción.

7. Evaluación del estado de conservación

En primer lugar, se procederá a valorar el estado de conservación actual ya que este parámetro se asocia a la calidad del paisaje. Los criterios a utilizar para esta evaluación son: la integridad global desde la perspectiva visual, la integridad funcional y la significancia. Esta valoración global se obtiene a partir de la evaluación individual del estado de los diversos componentes que configuran el paisaje.

Las causas que han provocado la degradación o alteración del paisaje y las acciones de restauración llevadas a cabo deben describirse para poder identificar las medidas correctivas y preventivas.

Además, se debe hacer referencia a los riesgos y amenazas que pueden ser causa de afección a la calidad del paisaje en un futuro.

8. Reconocimiento social, científico y legal

Se hace referencia en este apartado al reconocimiento que la sociedad y la comunidad científica atribuyen al paisaje. Así, desde el punto de vista social, el paisaje puede ser percibido como algo intrascendente para sus vidas hasta ser algo importante para ciertos individuos y/o colectivos o llegar a ser algo esencial en sus vidas que les infiere identidad y, por ello, muestran apego y aprecio.

Por otra parte, se valora el reconocimiento científico en términos de divulgación del conocimiento a diversas escalas.

Finalmente, en este apartado hay que identificar también las figuras de protección legal que detenta el paisaje ya que no sólo constituyen un reconocimiento a sus valores y atributos, sino que establecen los términos legales en que debe basarse su gestión. Hay que tener en cuenta que el paisaje y sus componentes pueden estar bajo el amparo de figuras protectoras no estrictamente ambientales, como son las urbanísticas, agrarias, etc., que hay también que considerar.

9. Valor patrimonial intrínseco del paisaje

En este apartado comienza la parte evaluativa de la ficha. Establecer una medida de valor del elemento es útil para fundamentar la toma de decisiones. La valoración que se propone a partir

de los diferentes criterios dará como resultado una evaluación preliminar que debe ser completada con un análisis experto posterior.

La primera valoración que se realiza es inherente a los valores y atributos del propio paisaje (valor intrínseco). De este modo, un paisaje es evaluado según los criterios de: significancia, representatividad, singularidad, integridad/autenticidad, aplicando una escala creciente de valor de 1 a 5. Para aplicar este baremo no existe un método estandarizado dada la gran variedad de elementos existente de índole diversa. Además, es evidente que esta valoración es compleja y reviste cierta subjetividad ya que no profundiza en exceso en el análisis de cada criterio, pero es cierto que el objetivo de este manual es poder hacer un primer diagnóstico de aproximación al paisaje que nos desvele aquellas facetas que tienen que ser investigadas posteriormente más en profundidad a partir de un análisis experto. Por ello, cada caso debe tratarse de forma específica. En este apartado de la ficha, hay un texto aclaratorio sobre la definición del criterio y la pertinencia de su aplicación en cada caso.

Hay que señalar que una alta valoración intrínseca de un sitio o elemento no tiene por qué coincidir con una alta valoración turística. Así, por ejemplo, un paisaje con mucha significancia social o histórica, puede que no tenga ningún atractivo para el público visitante.

10. Valor turístico del paisaje

La valoración que se realiza del paisaje en este apartado es desde la perspectiva turística; por ello, los criterios de evaluación utilizados han sido: atractividad, capacidad de absorción visual, disponibilidad, accesibilidad, factibilidad y valores educativos, que son criterios eminentemente de valor turístico. En la ficha hay un texto aclaratorio sobre la definición de cada criterio y la pertinencia de su aplicación en cada caso. La valoración se realizará también en base a una escala creciente del 1 al 5.

Hay que mencionar que algunos valores como la atractividad son complicados de evaluar porque implican un cierto carácter subjetivo, por lo que puede variar dependiendo de los rasgos de personalidad y preferencias de las diferentes audiencias. No obstante, los paisajes con marcados atributos sensoriales y de clara visibilidad resultan más atractivos. El potencial de observación es otro factor que condiciona la valoración ya que de ello depende la fragilidad paisajística; así, a mayor intervisibilidad y accesibilidad, mayor fragilidad.

Con la aplicación de estos criterios se puede conocer la potencialidad existente para poner en valor turístico el paisaje y para incrementar el valor de otros atractivos a los que se asocia.

11. Usos y gestión del paisaje

Este apartado incluye la descripción de los usos actuales que se realizan en el paisaje analizado, especificando la importancia que tiene ese paisaje para la comunidad local desde el punto de vista económico y social.

El segundo bloque de información de este apartado tiene por objetivo conocer todos aquellos organismos e instituciones que tienen competencias sobre la gestión del paisaje, ya que es habitual que haya más de uno. Es importante saber si existen mecanismos de coordinación interinstitucionales que garanticen una coherencia gestora. También habrá que identificar cuál es el organismo responsable de la gestión y el modelo que se lleva a cabo (gestión directa, indirecta, etc.) y si las comunidades locales están involucradas en la misma de alguna manera.

Además, hay que identificar los instrumentos de gestión que existen, indicando su fecha de redacción y vigencia, y también la existencia de programas de mantenimiento y el personal que se dedica a estas tareas.

Por otra parte, hay que registrar si se llevan a cabo visitas públicas u otro tipo de actividades de uso público y detallar los materiales divulgativos existentes sobre el lugar.

12. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

13. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

14. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del paisaje. Así, se incluirán fotografías, mapas, folletos, etc., citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Bandarin, F. y Van Oers, R. (2012). *The historic urban landscape: Managing heritage in an urban century*. Ed. John Wiley & Sons, Ltd., 224 pp.
- Busquets, J. y Cortina, A. (eds.) (2009). *Gestión del paisaje: Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje*. Ed. Ariel, 703 pp.
- Council of Europe (2016). *Landscape dimensions. Reflections and proposals for the implementation of the European Landscape Convention*. Ed. Consejo de Europa, 279 pp.
- Mata, R. y Tarroja, A. (eds.) (2006). *El paisaje y la gestión del territorio. Criterios paisajísticos en la ordenación del territorio y el urbanismo*. Ed. Consorci Universitat Internacional Menéndez Pelayo de Barcelona, Centre Ernest Lluch y Diputació de Barcelona, 712 pp.
- Mitchell, N.; Rössler, M. y Tricaud, P.M. (eds.) (2009). *World Heritage Cultural Landscapes. A Handbook for Conservation and Management*. World Heritage Papers (26). Ed. UNESCO World Heritage Centre, 135 pp.
- Swanwick, C. (2002). *Landscape Character Assessment. Guidance for England and Scotland*. Ed. The Countryside Agency/Scottish Natural Heritage, 93 pp.
- Tudor, Ch. (2014). *An Approach to Landscape Character Assessment*. Ed. Natural England, 56 pp.

PAISAJE

1. DENOMINACIÓN DEL PAISAJE

| | |
|------------------------|--|
| Denominación del sitio | |
| Otras denominaciones | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. LOCALIZACIÓN DEL PAISAJE

| | | | |
|---|--|---------------|--|
| Localidad | | Código Postal | |
| Comarca/Región | | País | |
| Accesibilidad local (medios de transporte público en el destino) | | | |
| Mapa de localización | | | |

4. ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES

| Centro/s emisor/es de demanda turística | Distancia al paisaje | Rango de distancia ¹ | Tipo de carretera (autovía, nacional, rural, etc.) | Comunicaciones viales ² (estado de las carreteras, frecuencia del transporte público, conectividad, etc.) |
|---|----------------------|---------------------------------|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Descripción y características de los accesos desde cada centro emisor de demanda

¹ Rango de distancia en kilómetros a ciudades o centros emisores de demanda turística: **1** - >200 km; **2** - 200-100 km; **3** - 100-50 km; **4** - <50 km; **5** - En el propio destino

² Comunicaciones viales: **1** - No hay conexión por carretera ni transporte público; **2** - Mala comunicación (carreteras en malas condiciones, sin conexión con transporte público, etc.); **3** - Medios de comunicación mínimos (carreteras secundarias, etc.); **4** - Medios de comunicación buenos (carreteras en buen estado, amplio horario de transportes públicos, etc.); **5** - Medios de comunicación excelentes (autovías, tren de alta velocidad, etc.)

5. DELIMITACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS CUENCAS VISUALES

5.1. Número de puntos de observación (PO) y localización

| Localización de los Puntos de Observación | | | |
|--|--|----------------------------------|-------------------------------|
| Puntos Observación (nombre de referencia y descripción del punto de observación) | Coordenadas | Factores limitantes ³ | Idoneidad del PO ⁴ |
| P01 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | |
| P02 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | |
| P03 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | |
| P04 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | |
| Otros | | | |
| Número total de puntos de observación: | | | |

Comentarios (factores limitantes, idoneidad del punto de observación, etc.)

³ **Factores limitantes:** accesibilidad al punto, posición del observador respecto al plano de observación (posición inferior, a nivel o superior del plano de visión), movimiento del observador (fijo o en movimiento), etc.

⁴ **Idoneidad del Punto de observación:** establecer una valoración según la aptitud de la localización, extensión y factores limitantes (utilizar un índice creciente del 1 al 5). **1** - Emplazamiento muy malo y/o de muy difícil acceso; **2** - Emplazamiento malo y/o de difícil acceso; **3** - Emplazamiento adecuado y accesible; **4** - Buen emplazamiento para la observación y/o con buen acceso; **5** - Emplazamiento óptimo para la observación y fácilmente accesible

5.2. Cuencas visuales⁵ (CV) y Potencial de Observación

| Cuenca visual | Punto/s Observación | Tipo de cuenca visual ⁶ (panorama o vista) | Longitud o alcance ⁷ (estimación en km) | Visibilidad ⁸ | Potencial de observación de la cuenca ⁹ |
|---------------|---------------------|---|--|--------------------------|--|
| CV01 | | | | | |
| CV02 | | | | | |
| CV03 | | | | | |
| CV04 | | | | | |
| Otros | | | | | |

Mapa esquematizado con los Puntos de Observación y las Cuencas Visuales

⁵ **Cuenca visual:** área visible desde un punto de observación.

⁶ **Tipo de cuenca visual según la apertura del ángulo de visión** (visión binocular del ojo humano: 120°-130°). **a** - Cuenca panorámica: cuenca visual abierta (>120°-130°) sobre un paisaje observable desde un área o desde un punto que puede ser el propio atractivo hacia su entorno; **b** - Vista: cuenca visual alargada (≤ 130°) desde un punto a otro o desde un área a un punto, limitada por márgenes laterales (laderas de un valle, edificios a ambos lados de una calle, etc.). Suelen canalizar la atención hacia un atractivo.

⁷ **Longitud o alcance de la línea de visión:** longitud entre el punto de observación y el límite de la cuenca visual (barreras visuales, curvatura de la tierra, etc.)

⁸ **Visibilidad:** se trata de factores limitantes como las condiciones atmosféricas (nieblas, nubosidad, lloviznas, etc.), existencia de intrusiones visuales ocasionales (vegetación, personas, etc.), condiciones de iluminación (luz frontal, lateral o posterior), duración de la visión, etc.

⁹ **Visibilidad potencial de la cuenca:** establecer una valoración creciente según la aptitud de la cuenca y sus limitantes. **1** - Sin potencial de observación; **2** - Bajo potencial de observación (ocasional); **3** - Moderado potencial de observación; **4** - Buen potencial de observación visibilidad (usual); **5** - Máximo potencial de observación (observación garantizada)

5.3. Composición de la Cuenca Visual

| | | Componentes paisajísticos | | | |
|---|---------------------|---|--|---------------------------------------|-----------------------------------|
| | | Componentes físicos naturales ¹⁰ | Componentes artificiales ¹¹ | Componentes ambientales ¹² | Componentes humanos ¹³ |
| Campo de visión | Corto ¹⁴ | | | | |
| | Medio ¹⁵ | | | | |
| | Largo ¹⁶ | | | | |
| Estructura compositiva (describir según indicaciones) ¹⁷ | | | | | |
| Comentarios | | | | | |

¹⁰ **Componentes físicos naturales:** estructuras geológicas, formas de relieve, cuerpos de agua, vegetación, fauna, etc.

¹¹ **Componentes artificiales:** infraestructuras, construcciones, bienes culturales, etc.

¹² **Componentes ambientales:** factores climáticos (nieblas, nubes, humedad, lluvia, viento, insolación, etc.), sonidos, aromas, fenómenos astronómicos (auroras boreales o australes, puesta de sol, entre otros), etc.

¹³ **Componentes humanos:** individuos y sus actividades asociadas (usos del suelo, etc.)

¹⁴ **Corto:** plano más cercano de visión o inmediato de la cuenca visual o área situada frente al punto de observación (de 0 a 1 km), donde se perciben todos los detalles con nitidez.

¹⁵ **Medio:** plano de visión del entorno situado entre 1 a 3 km.

¹⁶ **Largo:** plano escénico más alejado del punto de observación situado entre 3 a 10 km. Los colores se debilitan y las texturas son casi irreconocibles.

¹⁷ **Estructura compositiva:** **a** - Puntos destacados o de referencia: atraen la atención del observador. Tienen forma clara y una cierta masa sólida y son visibles en todos los planos; **b** - Patrones estructurales o geometría del paisaje (líneas, formas, bordes, esquinas, cruces, etc.): son componentes que canalizan la atención del observador en cierta dirección debido a su orientación espacial (láminas de agua, carreteras, setos, líneas de árboles, etc.) o crean estructuras siguiendo determinados patrones (geométricos, irregulares, etc.)

6. TIPO Y CARÁCTER DEL PAISAJE

6.1. Tipo paisajístico

| | | |
|---|----------------------|---|
| Tipología | <input type="text"/> | a - Paisaje Natural prístino; b - Agroecosistema tradicional; c - Paisaje Rural; d - Paisaje Cultural Urbano histórico; e - Paisaje Urbano moderno; f - Otros (especificar en comentarios) |
| Descripción de las características del paisaje | | |
| Periodo principal en la formación del paisaje | | |
| Estadio de evolución en el que se encuentra actualmente | <input type="text"/> | a - Paisaje vestigio (paisaje fósil): cuyo proceso evolutivo concluyó en algún momento del pasado pero sus rasgos característicos son todavía reconocibles, constituyendo una importante herencia cultural e histórica; b - Paisaje activo: este tipo ha evolucionado con el paso del tiempo, cambiando su apariencia de forma más o menos rápida e intensa |
| Comentarios | | |

6.2. Atributos sensoriales del paisaje y Asociaciones

| | |
|---|--|
| Visuales (armonía, color, forma, línea, textura, movimiento, etc.) | |
| Sonoros | |
| Olfativos | |
| Táctiles (sensaciones térmicas, viento, lluvia, etc.) | |
| Asociación a hechos históricos, culturales, artísticos, científicos, sociales, espirituales, etc. | |
| Comentarios | |

7. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN

| 7.1. Estado de conservación actual del paisaje | | |
|--|----------------------|---|
| Estado de conservación | <input type="text"/> | 1 - Severamente alterado; 2 - Muy alterado; 3 - Alterado; 4 - Poco alterado; 5 - Sin alteraciones aparentes |
| Comentarios (indicar causas de alteración) | | |
| Acciones de restauración llevadas a cabo (descripción y fecha de intervención) | | |
| 7.2. Riesgos y amenazas | | |
| Tipos de riesgos y amenazas | <input type="text"/> | a - Catástrofes naturales; b - Cambio climático; c - Contaminación atmosférica; d - Contaminación olfativa; e - Contaminación acústica; f - Contaminación lumínica; g - Presencia de elementos que obstruyan las cuencas visuales; h - Intrusión de elementos impropios; i - Presencia de basuras; j - Tráfico excesivo; k - Falta de planificación territorial; l - Falta de protección legal; m - Infraestructuras inadecuadas; n - Falta de sensibilización por parte de las administraciones; o - Falta de aprecio por parte de las comunidades locales; p - Actividades y costumbres tradicionales en desuso; q - Turismo masivo; r - Vandalismo; s - Conflictos políticos y bélicos; t - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |

8. RECONOCIMIENTO SOCIAL, CIENTÍFICO Y LEGAL

| 8.1. Reconocimiento social y científico | | |
|---|----------------------|---|
| Reconocimiento social (percepción del valor del paisaje por parte de la sociedad) | <input type="text"/> | 1 - Intrascendente para la gran mayoría de individuos; 2 - Poco trascendente para una mayoría de individuos; 3 - Trascendente para un colectivo importante de individuos; 4 - Trascendente para la gran mayoría de individuos; 5 - Esencial para la mayoría de individuos (representa un valor social identitario sólido) |
| Reconocimiento científico (percepción del valor del paisaje por parte de la comunidad científica) | <input type="text"/> | 1 - Desconocido; 2 - Conocido localmente; 3 - Conocido en la región; 4 - Documentado; 5 - Estudiado científicamente y divulgado. |
| 8.2. Estatus legal del paisaje | | |
| Estatus legal | <input type="text"/> | 1 - No catalogado (sin protección); 2 - Catalogado (mínima protección legal o figura de protección local); 3 - Protección legal media (figura de protección regional); 4 - Protección legal alta (figura de protección nacional); 5 - Máxima protección legal (figura de protección internacional) |
| Normativas de aplicación | | |
| Comentarios | | |

9. VALOR PATRIMONIAL INTRÍNSECO DEL PAISAJE

| Establecer una evaluación del paisaje (valor científico intrínseco), utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios: | | |
|--|----------------------|--|
| Significancia | <input type="text"/> | Conjunto de valores y servicios naturales, culturales, artísticos, históricos, espirituales, estéticos, escénicos, medioambientales, etc. que definen, de forma global, la importancia del paisaje. |
| Representatividad | <input type="text"/> | Es el grado en que el paisaje presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece. Tiene dos acepciones: la 'representatividad típica' cuando un paisaje es frecuente o común y, en el sentido contrario, serían los rasgos excepcionales sólo representados en una minoría de paisajes. |
| Singularidad | <input type="text"/> | Se establece en función de la rareza, originalidad y/o unicidad que el paisaje presenta en relación con las características propias del tipo al que pertenece considerando la escala espacial de distribución del paisaje (local, regional, nacional, internacional). |
| Integridad/Autenticidad | <input type="text"/> | Es el grado en que el paisaje incluye todos los componentes necesarios para expresar su valor. En el caso de los paisajes culturales, la autenticidad debe ser considerada en la evaluación para verificar la veracidad que el sitio pretende representar. |
| Comentarios | | |

10. VALOR TURÍSTICO DEL PAISAJE

Establecer una valoración del paisaje en base a su potencial turístico, utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios:

| | | |
|---|----------------------|--|
| Atractividad | <input type="text"/> | Se refiere a parámetros de tipo estético, espiritual, emotivo y perceptual que se basan en atributos sensoriales físicos como la riqueza visual, audible, olfativa, gustativa, táctil y otras percepciones como la belleza, la calidad escénica, la grandiosidad, originalidad, el simbolismo, la identidad, la tranquilidad, etc. que provocan emociones positivas y sentimientos de aprecio en las personas, e incluso beneficios terapéuticos. |
| Resistencia o Capacidad de absorción visual (vs. Fragilidad paisajística) | <input type="text"/> | Se refiere a la habilidad del paisaje para ocultar las intrusiones visuales sin detrimento de su calidad visual. El término opuesto es Fragilidad paisajística, que es la susceptibilidad a alteraciones (impactos), normalmente de origen antrópico, afectando su calidad visual y su significancia. |
| Disponibilidad | <input type="text"/> | Tiene que ver con la posibilidad y/o frecuencia de observación. Los elementos fundamentales de algunos paisajes pueden ser efímeros o estacionales, con lo que su observación estará condicionada a su periodo de disfrute. |
| Accesibilidad al paisaje | <input type="text"/> | Se refiere a la facilidad para observar el paisaje, en términos de adaptaciones físicas y equipamientos para la visita (miradores, puntos elevados de observación, etc.) |
| Factibilidad | <input type="text"/> | Se usa para valorar las posibilidades de puesta en valor turístico del paisaje. Tiene que ver con el buen estado de conservación del paisaje, con la viabilidad económica (evaluación de costes y beneficios, costes de restauración, costes de gestión y mantenimiento, costes de adaptaciones físicas necesarias, etc.), con la disponibilidad espacial y temporal de los elementos del paisaje, con la existencia de derechos, con los usos tradicionales, con las prácticas religiosas, con la capacidad de gestión del organismo competente (para garantizar su protección y/o puesta en valor), con los beneficios sociales y también con la actitud de los actores interesados y la comunidad (la aceptación de la población local suele ser uno de los criterios más decisivos para valorar la factibilidad) |
| Valores educativos | <input type="text"/> | Se considera básicamente el potencial que posee el paisaje (legibilidad) para proporcionar conocimiento científico en el ámbito de la Geografía, Urbanismo, Agrología, Evolución Histórica y Ordenación del Territorio, etc. y para facilitar la comprensión del mismo (potencial para la Interpretación) y fomentar el desarrollo de valores estéticos, escénicos y artísticos. También se valoran aquellos aspectos que contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio. |
| Comentarios | | |

11. USOS Y GESTIÓN DEL PAISAJE

11.1. Uso actual del paisaje

| | | |
|--|----------------------|--|
| Usos existentes (conservación, explotación forestal, ganadería, pesca, agricultura, minería, usos hídricos, residencial, industrial, turismo, etc.) | <input type="text"/> | |
| Importancia socioeconómica de los usos actuales | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante; 2 - Importancia socioeconómica residual; 3 - Importancia socioeconómica relativa; 4 - Importante para la socioeconomía de la comunidad; 5 - Esencial para la socioeconomía de la comunidad |
| Comentarios | | |

11.2. Gestión del paisaje

| | | |
|--|----------------------|--|
| Autoridades/ Instituciones con competencias sobre el paisaje (públicas y/o privadas) | <input type="text"/> | |
| Autoridad/Institución responsable de la gestión del paisaje | <input type="text"/> | |
| Modelo de gestión | <input type="text"/> | a - Gestión directa; b - Gestión indirecta (concesión, arrendamiento, concierto); c - Otros (especificar en comentarios) |
| Instrumentos de gestión existentes | <input type="text"/> | a - Plan Director; b - Plan de Gestión del Uso Público; c - Plan de Ordenación de los Recursos Naturales; d - Plan de Usos; e - Plan de Puesta en Valor Turístico del Patrimonio; f - Programa de Interpretación; g - Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible; h - Plan de Dinamización Turística; i - Planes Específicos (restauración, etc.); j - Plan de Sensibilización, k - Otros (especificar en comentarios) |
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | <input type="text"/> | |

| | |
|--|---|
| Programas y tareas de mantenimiento | |
| Implicación de los actores y la sociedad en la gestión | |
| Tipos de visitas | <input type="checkbox"/> a - Visita guiada/concertada; b - Visita libre; c - Eventos especiales; d - No existen |
| Materiales divulgación (guías, mapas, folletos, señalización interpretativa, web, apps, etc.) | |
| Comentarios (descripción del modelo de gestión, recursos humanos, visitantes, problemas de gestión, aspectos mejor valorados del paisaje, etc.) | |

12. COMENTARIOS ADICIONALES

| |
|--|
| |
|--|

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

| |
|--|
| |
|--|

14. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías tomadas desde los puntos de observación principales, mapas, folletos, etc.)

| |
|--|
| |
|--|

6

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'CLIMA'

INTRODUCCIÓN

El clima es uno de los componentes de mayor peso en la valoración turística de un destino ya que crea unas condiciones ambientales que posibilitan, favorecen, dificultan o impiden el desarrollo de las actividades recreativas, especialmente las llevadas a cabo al aire libre. Además, ciertas modalidades turísticas están íntimamente ligadas a un determinado tipo de clima ('turismo de sol y playa', 'turismo de nieve', 'turismo náutico', etc.).

Esta ficha incluye una primera parte de carácter descriptivo y analítico en la que se compilan datos fundamentales de los elementos climáticos clave que condicionan la valoración turística del clima de un lugar. La segunda parte se dedica a la valoración climática desde la perspectiva turística, basada en tres criterios: seguridad (vs. riesgos climáticos), disfrute turístico y confort bioclimático. Además, se propone un análisis mensual a fin de definir la estacionalidad climática y poder elaborar recomendaciones en relación a situaciones climáticas y/o condiciones meteorológicas adversas.

Esta ficha incluye 10 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del sitio o elemento con el que se vincula

El apartado 1 hace referencia a la denominación del sitio del cual se va a analizar el clima, ya que se considera como con un recurso asociado a un destino.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del área a caracterizar climáticamente

En este apartado se identifica el área que se va a caracterizar desde el punto de vista climático. Así, se identifica la localidad, comarca, región y país. También se debe concretar la situación

geográfica particular a nivel de unidad geomorfológica (valles, llanos costeros, zonas de montaña, isla, etc.) ya que las formas de relieve son factores que condicionan los elementos del clima, así como la distancia/cercanía al mar.

Además, se debe incluir la localización y nombre de las estaciones meteorológicas de las que se han obtenido los datos, identificando altitud y su situación a partir de coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos). A este respecto, se recomienda utilizar estaciones meteorológicas que tengan un número de años de registro suficiente como para poder ser representativas del clima de la zona (± 40 años).

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización, señalando la ubicación de las estaciones meteorológicas. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Elementos del clima

Los elementos del clima de mayor incidencia sobre el turismo son: temperatura (T), Insolación (I), Precipitación (P), Humedad relativa (%H), Viento y Sensación térmica. Los datos relacionados con estos elementos suelen estar disponibles en las agencias nacionales de meteorología de cada país.

En cuanto a la temperatura, los datos que se propone recabar son: las temperaturas medias mensuales y el número de días con temperaturas entre 20°C y 26°C. Las temperaturas medias mensuales son datos básicos para poder evaluar las diferencias estacionales, la sensación térmica y el disfrute turístico. La identificación del número de días con temperaturas entre 20°C y 26°C resulta útil para conocer el confort bioclimático general del destino. Se ha elegido este rango porque es en el que el cuerpo humano se encuentra en equilibrio con su temperatura interna de 37°C. En la bibliografía especializada, aparecen rangos similares pero que varían algún grado arriba o abajo ya que parece lógico pensar que haya diferencias según las estaciones del año, la franja climática del planeta donde se viva o incluso factores intrínsecos de cada individuo determinados por la edad, el género, etc. El rango propuesto en este manual es el que parece tener un mayor consenso entre los autores.

La insolación se estima en horas de luz diarias y se calcula para cada mes dependiendo del posicionamiento de la Tierra con respecto al Sol. De este modo, considerando la latitud a la que se encuentra el lugar analizado, se puede conocer las horas de luz que se producen en cada mes del año (cuadro CL11).

Una vez registrado este dato hay que considerar los factores limitantes tales como la presencia de zonas de sombra, relieves, nubosidad, etc. y constatar su existencia.

En relación a la precipitación, hay que comentar que desde el punto de vista turístico interesa conocer su distribución a lo largo del año, ya que resulta un factor limitante para la práctica de las actividades al aire libre. Por ello, hay que registrar tanto los totales precipitados cada mes como los días de lluvia habidos.

La humedad relativa es un elemento que puede limitar el desarrollo de actividades al aire libre si sus valores están, según la mayoría de autores, por encima del 60% o por debajo del 20% porque afectaría al bienestar y la salud humanos; pero, además, acentúa los efectos de la temperatura sobre el cuerpo humano, como se verá más adelante. Se propone en este apartado el registro de la humedad relativa mensual y el número de días de cada mes cuya humedad relativa se encuentra en rangos de confort (20%-60%).

Cuadro CLI1

Tabla del número de horas de sol máximas (h/día) para el hemisferio Norte (calculadas para el día 15 de cada mes)

| Lat.ºN | Ene. | Feb. | Mar. | Abril | Mayo | Jun. | Jul. | Agos. | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. |
|--------|------|------|------|-------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|
| 0 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 | 12.1 |
| 2 | 12.0 | 12.1 | 12.1 | 12.2 | 12.2 | 12.2 | 12.2 | 12.2 | 12.1 | 12.1 | 12.0 | 12.0 |
| 4 | 11.9 | 12.0 | 12.1 | 12.2 | 12.3 | 12.4 | 12.3 | 12.3 | 12.1 | 12.0 | 11.9 | 11.8 |
| 6 | 11.8 | 11.9 | 12.1 | 12.2 | 12.4 | 12.5 | 12.4 | 12.3 | 12.2 | 12.0 | 11.9 | 11.8 |
| 8 | 11.7 | 11.9 | 12.1 | 12.3 | 12.5 | 12.6 | 12.5 | 12.4 | 12.2 | 12.0 | 11.8 | 11.7 |
| 10 | 11.6 | 11.8 | 12.1 | 12.3 | 12.6 | 12.7 | 12.7 | 12.5 | 12.2 | 11.9 | 11.7 | 11.5 |
| 12 | 11.5 | 11.7 | 12.0 | 12.4 | 12.7 | 12.8 | 12.8 | 12.5 | 12.2 | 11.9 | 11.6 | 11.4 |
| 14 | 11.4 | 11.7 | 12.0 | 12.4 | 12.8 | 12.9 | 12.9 | 12.6 | 12.2 | 11.8 | 11.5 | 11.3 |
| 16 | 11.3 | 11.6 | 12.0 | 12.5 | 12.9 | 13.1 | 13.0 | 12.7 | 12.2 | 11.8 | 11.4 | 11.2 |
| 18 | 11.2 | 11.5 | 12.0 | 12.5 | 13.0 | 13.2 | 13.1 | 12.8 | 12.3 | 11.8 | 11.3 | 11.1 |
| 19 | 11.1 | 11.5 | 12.0 | 12.6 | 13.0 | 13.3 | 13.2 | 12.8 | 12.3 | 11.7 | 11.3 | 11.0 |
| 20 | 11.0 | 11.5 | 12.0 | 12.6 | 13.1 | 13.3 | 13.2 | 12.8 | 12.3 | 11.7 | 11.2 | 10.9 |
| 21 | 11.0 | 11.4 | 12.0 | 12.6 | 13.1 | 13.4 | 13.3 | 12.9 | 12.3 | 11.7 | 11.2 | 10.9 |
| 22 | 10.9 | 11.4 | 12.0 | 12.6 | 13.2 | 13.5 | 13.4 | 12.9 | 12.3 | 11.7 | 11.1 | 10.8 |
| 23 | 10.9 | 11.4 | 12.0 | 12.7 | 13.2 | 13.5 | 13.4 | 13.0 | 12.3 | 11.7 | 11.1 | 10.7 |
| 24 | 10.8 | 11.3 | 12.0 | 12.7 | 13.3 | 13.6 | 13.5 | 13.0 | 12.3 | 11.6 | 11.0 | 10.7 |
| 25 | 10.7 | 11.3 | 12.0 | 12.7 | 13.3 | 13.7 | 13.6 | 13.0 | 12.3 | 11.6 | 10.9 | 10.6 |
| 26 | 10.7 | 11.3 | 12.0 | 12.7 | 13.4 | 13.8 | 13.6 | 13.1 | 12.3 | 11.6 | 10.9 | 10.5 |
| 27 | 10.6 | 11.2 | 12.0 | 12.8 | 13.5 | 13.8 | 13.7 | 13.1 | 12.4 | 11.6 | 10.8 | 10.5 |
| 28 | 10.5 | 11.2 | 12.0 | 12.8 | 13.5 | 13.9 | 13.8 | 13.2 | 12.4 | 11.5 | 10.8 | 10.4 |
| 29 | 10.5 | 11.2 | 11.9 | 12.8 | 13.6 | 14.0 | 13.8 | 13.2 | 12.4 | 11.5 | 10.7 | 10.3 |
| 30 | 10.4 | 11.1 | 11.9 | 12.9 | 13.6 | 14.1 | 13.9 | 13.3 | 12.4 | 11.5 | 10.7 | 10.2 |
| 31 | 10.3 | 11.1 | 11.9 | 12.9 | 13.7 | 14.1 | 14.0 | 13.3 | 12.4 | 11.4 | 10.6 | 10.2 |
| 32 | 10.3 | 11.0 | 11.9 | 12.9 | 13.8 | 14.2 | 14.1 | 13.4 | 12.4 | 11.4 | 10.6 | 10.1 |
| 33 | 10.2 | 11.0 | 11.9 | 13.0 | 13.8 | 14.3 | 14.1 | 13.4 | 12.4 | 11.4 | 10.5 | 10.0 |
| 34 | 10.1 | 10.9 | 11.9 | 13.0 | 13.9 | 14.4 | 14.2 | 13.5 | 12.4 | 11.4 | 10.4 | 9.9 |
| 35 | 10.0 | 10.9 | 11.9 | 13.0 | 13.9 | 14.4 | 14.2 | 13.5 | 12.4 | 11.4 | 10.4 | 9.9 |
| 36 | 10.0 | 10.9 | 11.9 | 13.1 | 14.0 | 14.6 | 14.4 | 13.6 | 12.5 | 11.3 | 10.3 | 9.7 |
| 37 | 9.9 | 10.8 | 11.9 | 13.1 | 14.1 | 14.7 | 14.5 | 13.6 | 12.5 | 11.3 | 10.2 | 9.6 |
| 38 | 9.8 | 10.8 | 11.9 | 13.1 | 14.2 | 14.8 | 14.6 | 13.7 | 12.5 | 11.3 | 10.2 | 9.6 |
| 39 | 9.7 | 10.7 | 11.9 | 13.2 | 14.3 | 14.9 | 14.7 | 13.7 | 12.5 | 11.3 | 10.1 | 9.5 |
| 40 | 9.6 | 10.7 | 11.9 | 13.2 | 14.4 | 15.0 | 14.8 | 13.8 | 12.5 | 11.2 | 10.0 | 9.4 |
| 41 | 9.5 | 10.6 | 11.9 | 13.3 | 14.4 | 15.1 | 14.9 | 13.9 | 12.5 | 11.2 | 9.9 | 9.3 |
| 42 | 9.4 | 10.6 | 11.9 | 13.3 | 14.5 | 15.2 | 15.0 | 13.9 | 12.5 | 11.2 | 9.9 | 9.1 |
| 43 | 9.3 | 10.5 | 11.8 | 13.3 | 14.6 | 15.3 | 15.1 | 14.0 | 12.6 | 11.1 | 9.8 | 9.0 |
| 45 | 9.1 | 10.4 | 11.8 | 13.4 | 14.8 | 15.6 | 15.3 | 14.1 | 12.6 | 11.1 | 9.6 | 8.8 |
| 46 | 9.0 | 10.3 | 11.8 | 13.5 | 14.9 | 15.7 | 15.4 | 14.2 | 12.6 | 11.0 | 9.5 | 8.7 |
| 47 | 8.9 | 10.3 | 11.8 | 13.5 | 15.0 | 15.9 | 15.6 | 14.3 | 12.6 | 11.0 | 9.4 | 8.5 |
| 48 | 8.8 | 10.2 | 11.8 | 13.6 | 15.1 | 16.0 | 15.7 | 14.4 | 12.7 | 10.9 | 9.3 | 8.4 |
| 49 | 8.7 | 10.1 | 11.8 | 13.6 | 15.2 | 16.2 | 15.8 | 14.5 | 12.7 | 10.9 | 9.2 | 8.3 |
| 50 | 8.5 | 10.1 | 11.8 | 13.7 | 15.4 | 16.3 | 16.0 | 14.6 | 12.7 | 10.9 | 9.1 | 8.1 |
| 51 | 8.4 | 10.0 | 11.8 | 13.8 | 15.5 | 16.5 | 16.1 | 14.6 | 12.7 | 10.8 | 9.0 | 8.0 |
| 52 | 8.2 | 9.9 | 11.8 | 13.8 | 15.6 | 16.7 | 16.3 | 14.7 | 12.7 | 10.8 | 8.9 | 7.8 |
| 53 | 8.1 | 9.8 | 11.7 | 13.9 | 15.8 | 16.9 | 16.5 | 14.8 | 12.8 | 10.7 | 8.7 | 7.6 |
| 54 | 7.9 | 9.7 | 11.7 | 14.0 | 15.9 | 17.1 | 16.7 | 15.0 | 12.8 | 10.7 | 8.6 | 7.4 |
| 55 | 7.7 | 9.7 | 11.7 | 14.0 | 16.1 | 17.3 | 16.9 | 15.1 | 12.8 | 10.6 | 8.5 | 7.2 |
| 56 | 7.6 | 9.6 | 11.7 | 14.1 | 16.3 | 17.6 | 17.1 | 15.2 | 12.9 | 10.6 | 8.3 | 7.0 |
| 57 | 7.4 | 9.5 | 11.7 | 14.2 | 16.4 | 17.8 | 17.3 | 15.3 | 12.9 | 10.5 | 8.2 | 6.8 |
| 58 | 7.1 | 9.4 | 11.7 | 14.3 | 16.6 | 18.1 | 17.6 | 15.5 | 12.9 | 10.4 | 8.0 | 6.5 |
| 59 | 6.9 | 9.2 | 11.7 | 14.4 | 16.8 | 18.4 | 17.8 | 15.6 | 13.0 | 10.4 | 7.8 | 6.3 |
| 60 | 6.7 | 9.1 | 11.7 | 14.5 | 17.1 | 18.8 | 18.1 | 15.8 | 13.0 | 10.3 | 7.6 | 6.0 |

Fuente: <http://ocw.upm.es/ingenieria-agroforestal/climatologia-aplicada-a-la-ingenieria-y-medioambiente/contenidos/tema-3/TABLA-NUMERO-DE-HORAS-DE-SOL-MAXIMAS.pdf>
(Consulta: diciembre 2016)

El viento es también un elemento del clima que afecta a la práctica de actividades al aire libre. Por una parte, puede ser un limitante importante si se trata de vientos fuertes y, al igual que la humedad relativa, modifica los efectos de la temperatura sobre el cuerpo humano. Por este motivo, se sugiere registrar los datos relativos al número de días mensuales con vientos de

diferente fuerza (según la escala de Beaufort) tal como se observa en las casillas de la ficha. Los comentarios deben ir orientados hacia la estacionalidad y la relevancia que tiene este elemento climático sobre el destino analizado. Si es posible, se constatará también la dirección de los vientos principales ya que localmente puede tener importancia para el lugar. Por otra parte, el viento puede ser el motor de ciertas tipologías de turismo activo, sobre todo vinculadas a la náutica y aéreas, de ahí también la importancia de este elemento climático.

Finalmente, se analiza la sensación térmica que es un término usado para describir la percepción que tiene una persona de la temperatura a partir de la combinación de la temperatura del aire, la humedad relativa y la velocidad del viento. Esta percepción se basa en la relación que existe entre el calor producido por el metabolismo interno del cuerpo (37°C) y el que éste cede a la atmósfera debido a la realización de actividades. Es un concepto que tiene que ver con la salud y el confort humanos y es fundamental su consideración en propuestas de actividades turísticas que se van a desarrollar al aire libre.

De esta forma, la combinación de altas temperaturas con porcentajes elevados de humedad relativa hace que la sensación térmica sea más elevada que la temperatura real del aire seco y puede causar un incremento del calor interno del cuerpo.

Con temperaturas altas y humedad relativa baja, la sensación térmica es menor que la temperatura del aire debido a un mayor enfriamiento de la piel por la mayor evaporación de la transpiración. De otro lado, con temperaturas a partir de los 35°C y con vientos >21,5 km/h, la temperatura puede subir entre 1°C y 3°C según la fuerza del viento.

Para evaluar este fenómeno, existe el ‘índice de sensación térmica por calor’ que, si bien su consideración es útil a efectos prácticos, es un índice incompleto, puesto que no contempla los efectos del viento. En el cuadro CLI2 se presentan los valores calculados para este índice.

Cuadro CLI2
Tabla de valores de sensación térmica por calor

| | | TEMPERATURA DEL AIRE EN GRADOS CELSIUS (C) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|----|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 |
| HUMEDAD RELATIVA (%) | 45 | 27 | 28 | 29 | 30 | 32 | 33 | 35 | 37 | 39 | 41 | 43 | 46 | 49 | 51 | 54 | 57 | 61 | 64 |
| | 50 | 27 | 28 | 30 | 31 | 33 | 34 | 36 | 38 | 40 | 43 | 46 | 49 | 52 | 55 | 58 | 62 | | |
| | 55 | 28 | 29 | 30 | 32 | 34 | 36 | 38 | 40 | 43 | 46 | 48 | 52 | 55 | 59 | 62 | | | |
| | 60 | 28 | 29 | 31 | 33 | 35 | 37 | 40 | 42 | 45 | 48 | 51 | 55 | 59 | 63 | | | | |
| | 65 | 28 | 30 | 32 | 34 | 36 | 39 | 41 | 44 | 48 | 51 | 55 | 59 | 63 | | | | | |
| | 70 | 29 | 31 | 33 | 35 | 38 | 40 | 43 | 47 | 50 | 54 | 58 | 63 | | | | | | |
| | 75 | 29 | 31 | 34 | 36 | 39 | 42 | 46 | 49 | 53 | 58 | 62 | | | | | | | |
| | 80 | 30 | 32 | 35 | 38 | 41 | 44 | 48 | 52 | 57 | 61 | | | | | | | | |
| | 85 | 30 | 33 | 36 | 39 | 43 | 47 | 51 | 55 | 60 | 65 | | | | | | | | |
| | 90 | 31 | 34 | 37 | 41 | 45 | 49 | 54 | 58 | 64 | | | | | | | | | |
| | 95 | 31 | 35 | 38 | 42 | 47 | 51 | 57 | 62 | | | | | | | | | | |
| 100 | 32 | 36 | 40 | 44 | 49 | 54 | 60 | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|--------------------|----------|---|
| Precaución | 27 a 32 | Posible fatiga por exposición prolongada o actividad física. |
| Precaución extrema | 33 a 40 | Insolación, golpe de calor, calambres. Posibles por exposición prolongada o actividad física. |
| Peligro | 41 a 53 | Insolación, golpe de calor, calambres. Muy posibles por exposición prolongada o actividad física. |
| Peligro extremo | 54 o más | Golpe de calor, insolación inminente. |

Fuente: <http://www.aemet.es/documentos/es/conocerlas/montana/SensacionTermicaPorFrio-Calor-AEMET.pdf>
(Consulta: febrero 2017)

En el caso de las bajas temperaturas, el principal factor que condiciona la percepción de las mismas es el viento. Así, los vientos fuertes producen una sensación térmica de frío más intenso que el correspondiente a la temperatura de la atmósfera. Esto se debe a que cuando la atmósfera que rodea nuestro cuerpo está a una temperatura inferior que la de nuestro cuerpo, se produce una pérdida de calor metabólico por convección.

Para evaluar este fenómeno, existe el 'índice de sensación térmica por frío' que, como el anterior, es parcial, puesto que no contempla el influjo de la radiación que, al aire libre, puede ser notable en un día soleado. En el cuadro CL13, se presentan los valores calculados para este índice. También es posible calcular los índices de sensación térmica a partir de aplicaciones interactivas que se encuentran en numerosas páginas web de meteorología.

Cuadro CL13
Tabla de valores de sensación térmica por frío

| | | TEMPERATURA DEL AIRE EN GRADOS CELSIUS (C) | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-----|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | 0 | -5 | -10 | -15 | -20 | -25 | -30 | -35 | -40 | -45 | -50 |
| VIENTO A 10 m (km/h) | 5 | -2 | -7 | -13 | -19 | -24 | -30 | -36 | -41 | -47 | -53 | -58 |
| | 10 | -3 | -9 | -15 | -21 | -27 | -33 | -39 | -45 | -51 | -57 | -63 |
| | 15 | -4 | -11 | -17 | -23 | -29 | -35 | -41 | -47 | -54 | -60 | -66 |
| | 20 | -5 | -11 | -18 | -24 | -30 | -37 | -43 | -49 | -56 | -62 | -68 |
| | 25 | -6 | -12 | -19 | -25 | -32 | -38 | -44 | -51 | -57 | -64 | -70 |
| | 30 | -6 | -13 | -19 | -26 | -32 | -39 | -46 | -52 | -59 | -65 | -72 |
| | 35 | -7 | -13 | -20 | -27 | -33 | -40 | -47 | -53 | -60 | -66 | -73 |
| | 40 | -7 | -14 | -21 | -27 | -34 | -41 | -47 | -54 | -61 | -67 | -74 |
| | 45 | -8 | -14 | -21 | -28 | -35 | -41 | -48 | -55 | -62 | -68 | -75 |
| | 50 | -8 | -15 | -22 | -29 | -35 | -42 | -49 | -56 | -63 | -69 | -76 |
| | 55 | -8 | -15 | -22 | -29 | -36 | -43 | -50 | -56 | -63 | -70 | -77 |
| | 60 | -9 | -16 | -23 | -29 | -36 | -43 | -50 | -57 | -64 | -71 | -78 |
| | 65 | -9 | -16 | -23 | -30 | -37 | -44 | -51 | -58 | -65 | -72 | -79 |
| | 70 | -9 | -16 | -23 | -30 | -37 | -44 | -51 | -58 | -65 | -72 | -79 |
| | 75 | -9 | -17 | -24 | -31 | -38 | -45 | -52 | -59 | -66 | -73 | -80 |
| 80 | -10 | -17 | -24 | -31 | -38 | -45 | -52 | -59 | -67 | -74 | -81 | |

Umbrales aproximados:

| | | |
|------------------|------------|--|
| Riesgo bajo: | -10 a -27 | Riesgo de hipotermia por permanencia prolongada a la intemperie. |
| Riesgo moderado: | -28 a -39 | Riesgo de congelaciones por exposición prolongada, 10 a 30 minutos*. |
| Riesgo alto: | -40 a -54 | Riesgo de congelaciones en 10 minutos*. |
| Riesgo muy alto: | 55 o menos | Riesgo de congelaciones en menos de 2 minutos*. |

* Con la piel expuesta al aire ambiente inicialmente caliente. Si la piel está inicialmente fría, menor tiempo.

Fuente: <http://www.aemet.es/documentos/es/conocer/montana/SensacionTermicaPorFrio-Calor-AEMET.pdf>
(Consulta: febrero 2017)

5. Riesgos climáticos

En este apartado se registran los diversos fenómenos climáticos que pueden suponer un riesgo importante para el desarrollo de la actividad turística.

Es muy importante constatar en los comentarios la frecuencia o periodo de recurrencia con que se producen estos riesgos, su magnitud y la época del año en que suelen presentarse y el número de días que suelen durar. Además, si es posible, se indicará las áreas donde preferentemente suelen producirse.

6. Valoración turística del clima

Este apartado tiene ya un carácter evaluativo y se lleva a cabo a partir de la aplicación de los criterios de: seguridad climática, disfrute turístico, y bienestar y confort humano. La valoración se realizará en base a una escala creciente del 1 al 5.

El criterio de seguridad climática está en relación con los riesgos. La actividad turística es incompatible con un riesgo elevado de catástrofes climáticas, susceptibles de comprometer la seguridad de los turistas o los bienes. Por tanto, la detección de condiciones de riesgo climático que presenten un periodo de recurrencia alto y un grado de intensidad elevado contribuirá a una disminución muy importante del atractivo del lugar.

El disfrute turístico es sinónimo de 'buen tiempo' y es indispensable para la práctica de actividades al aire libre. El sol, el cielo azul (despejado) y la ausencia de precipitaciones (principalmente diurnas), son elementos de gran valor en la actividad turística. Parece un tópico subrayar el efecto euforizante de la insolación solar, y afirmar que incita al optimismo, pero hay que mencionar que incluso para actividades de nieve, este criterio tiene aplicación, ya que para el desarrollo de las mismas se requiere 'buen tiempo'.

En cuanto a la ausencia de precipitaciones diurnas, el parámetro que interesa conocer más que las cantidades, es la forma, frecuencia, duración, hora y momento del día en que se producen. Así, pequeñas lluvias rápidamente evaporadas no significan un gran disturbio para la actividad. Son, en especial, las secuencias prolongadas de mal tiempo las que afectan más negativamente. Las lluvias nocturnas, cuando son abundantes, entrañan un sensible descenso de las temperaturas, pero no afectan demasiado al desarrollo de las actividades.

Sobre el confort bioclimático referido al bienestar humano ya se han comentado algunos aspectos en el apartado de la sensación térmica. Este criterio evalúa el confort humano, considerado como aquella situación ambiental en la que el cuerpo humano se encuentra en equilibrio y no necesita realizar esfuerzos para preservar la estabilidad de su metabolismo interno. Se trata de una condición indispensable para la mayoría de actividades recreativas, especialmente las generalistas.

7. Valoración estacional/mensual turística del clima

La realización de una valoración mensual del clima a efectos turísticos se considera de gran utilidad ya que informa sobre los mejores periodos de disfrute del destino y orienta sobre la organización óptima de determinadas actividades, especialmente las realizadas al aire libre.

Se sugiere, además, identificar posibles medidas que atenúen situaciones de disconfort higrotérmico, como por ejemplo los horarios para la realización de actividades según las diferentes estaciones del año, etc.

8. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

9. Referencias bibliográficas, meteorológicas y documentales

Se incluirá una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta, direcciones web y, sobre todo, de las fuentes de información meteorológica sobre los que se ha basado el análisis climático.

10. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del clima. Así, se incluirán fotografías, gráficos de vientos, diagramas climáticos, etc., citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Besancenot, J.P. (2015). *Climat et santé*. Ed. Press universitaires de France, 128 pp.

Matzarakis, A.; de Freitas, C. R. y Scott, D. (eds.) (2007). *Developments in Tourism Climatology*. Ed. Commission Climate, Tourism and Recreation, International Society of Biometeorology, 289 pp.

Olgay, V. (1998). *Arquitectura y clima. Manual de diseño bioclimático para arquitectos y urbanistas*. Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 203 pp.

Scott, D. y Lemieux, Ch. (2009). *Weather and Climate Information for Tourism*. Report of the World Meteorological Organization and United Nations World Tourism Organization, 64 pp. <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/wcc3tourismwhitepaper.pdf>

CLIMA

1. DENOMINACIÓN DEL SITIO O ELEMENTO CON EL QUE SE VINCULA

| | |
|-----------------------------------|--|
| Denominación del sitio o elemento | |
| Otros nombres | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. LOCALIZACIÓN DEL ÁREA A CARACTERIZAR CLIMÁTICAMENTE

3.1. Área geográfica

| | | | |
|---|--|---------------|--|
| Localidad | | Código Postal | |
| Comarca/Región | | País | |
| Características geográficas (valle, isla, zona costera, etc.) | | | |

3.2. Estaciones meteorológicas

| | | | | |
|------------|--------------------------|----------------------|---------------------------------|--|
| Estación 1 | Nombre: | | Años de registro: | |
| | Coordenadas geográficas: | <input type="text"/> | Altitud sobre el nivel del mar: | |
| Estación 2 | Nombre: | | Años de registro: | |
| | Coordenadas geográficas: | <input type="text"/> | Altitud sobre el nivel del mar: | |
| Estación 3 | Nombre: | | Años de registro: | |
| | Coordenadas geográficas: | <input type="text"/> | Altitud sobre el nivel del mar: | |

Mapa de localización del área de estudio, incluyendo las estaciones meteorológicas

4. ELEMENTOS DEL CLIMA

4.1. Temperatura (°C)

Temperaturas medias mensuales (T) y Número de días con temperaturas entre 20°C y 26°C

| | Enero | Febr. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total |
|---------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------|
| T°C | | | | | | | | | | | | | - |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |

Comentarios

(estacionalidad, temperaturas extremas, variabilidad interanual, etc.)

4.2. Insolación (horas)

Insolación diaria¹, mensual² y anual

| | Enero | Febr. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total anual |
|---------------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------------|
| Horas diarias | | | | | | | | | | | | | |
| Horas mes | | | | | | | | | | | | | |

Comentarios (factores limitantes como los efectos locales del relieve, frecuencia de nubosidad, etc.)

¹ Aplicar valores de la tabla CL11 en el texto introductorio.

² Multiplicar la insolación diaria por el número de días al mes.

4.3. Precipitación (mm)

Precipitación media mensual (P) y Número de días de lluvia al mes

| | Enero | Feb. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total |
|---------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------|
| mm P | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |

Comentarios (P Total anual, estacionalidad, máximas en 24 horas, formas de precipitación –aguas, granizo, aguanieve, nieve–, variabilidad interanual, número de días sin precipitaciones, etc.)

4.4. Humedad relativa (%)

Humedad relativa media mensual y días con Humedad relativa entre 20 % y 60 %

| | Enero | Feb. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total |
|---------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------|
| % | | | | | | | | | | | | | - |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |

Comentarios

(estacionalidad, número de días dentro del rango de confort hídrico, etc.)

4.5. Viento (km/h)

| | Enero | Feb. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total |
|--|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------|
| Días con vientos ≤ Fuerza 3 (escala Beaufort)³ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |
| Días con vientos Fuerza 3-4 (escala Beaufort)⁴ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |
| Días con vientos ≥ Fuerza 5 (escala Beaufort)⁵ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |
| Días con vientos ≥ Fuerza 6 (escala Beaufort)⁶ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |
| Días con vientos > Fuerza 7-12 (escala Beaufort)⁷ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |

Comentarios

(caracterización vientos principales según dirección, patrón de circulación, estacionalidad, etc.)

³ Beaufort 1-3: 12-19 km/h brisa débil, floja.

⁴ Beaufort 3-4: 20-29 km/h bonancible, brisa moderada.

⁵ Beaufort 5: 30-39 km/h brisa fresca, fresquito.

⁶ Beaufort 6: 40-50 km/h fresco, brisa fuerte, moderado.

⁷ Beaufort 7-12: > 50 km/h vientos fuertes.

4.6. Sensación térmica⁸

| Sensación térmica media mensual por calor ⁹ y Número de días con Sensación térmica entre 20°C y 26°C | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------|
| | Enero | Feb. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agost. | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total |
| T °C / % Humedad | | | | | | | | | | | | | - |
| Evaluación ¹⁰ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |

| Sensación térmica por frío ⁹ y Nº de días con Sensación térmica entre 20°C y 26°C | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|--------|-------|------|------|------|-------|
| | Enero | Feb. | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agost. | Sept. | Oct. | Nov. | Dic. | Total |
| T °C / vientos | | | | | | | | | | | | | - |
| Evaluación ¹¹ | | | | | | | | | | | | | |
| Nº días | | | | | | | | | | | | | |

Comentarios

⁸ **Sensación térmica:** es la temperatura que percibe una persona, a partir de la combinación de la temperatura del aire, la humedad relativa y la velocidad del viento.

⁹ Aplicar valores de la tabla CLI2 'Temperatura aparente debida al calor (Índice de calor)' y la tabla CLI3 'Temperatura aparente debida al frío (Índice de sensación térmica por frío)' en el texto introductorio.

¹⁰ **Evaluación de la Sensación térmica por calor:** **1** - Peligro extremo por insolación o golpe de calor (>54°C); **2** - Peligro (41°C – 53°C); **3** - Precaución extrema (33°C – 40°C); **4** - Precaución (27°C – 32°C); **5** - Sin riesgo aparente

¹¹ **Evaluación de la Sensación térmica por frío:** **1** - Riesgo muy alto de hipotermia y/o congelación (<-55°C); **2** - Riesgo alto (-40°C – -54°C); **3** - Riesgo moderado (-28°C – -39°C); **4** - Riesgo bajo (-10°C – -27°C); **5** - Sin riesgo aparente

5. RIESGOS CLIMÁTICOS

| | | |
|---|----------------------|---|
| Riesgos climáticos | <input type="text"/> | a - Lluvias de fuerte intensidad horaria; b - Tormentas eléctricas; c - Olas de calor; d - Olas de frío; e - Granizadas; f - Sequías; g - Huracanes; h - Tormentas de nieve; i - Tormentas de arena; j - Tornados; k - Avalanchas; l - Trombas de agua; m - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios (frecuencia o periodo de recurrencia del riesgo climático, grado de intensidad, superficie habitual de afección y daños que provoca, periodo del año en el que se producen, duración del evento, etc.) | | |

6. VALORACIÓN TURÍSTICA DEL CLIMA

| | | |
|---|--|--|
| Establecer una evaluación del clima en base a su potencial turístico, utilizando un valor creciente del 1 al 5 al aplicar los siguientes criterios: | | |
| Riesgos climáticos | <input type="text"/> | Se valorará en función de la frecuencia o periodo de recurrencia, el grado de intensidad y la superficie habitual de afección. Rangos de Riesgo: 1 - Riesgo climático muy alto (>3 meses); 2 - Riesgo climático alto (3 meses); 3 - Riesgo climático moderado (2 meses); 4 - Riesgo climático bajo (1 mes); 5 - Sin riesgos aparentes |
| Buen tiempo | <input type="text"/> <input type="text"/> | Condiciones climáticas agradables ('buen tiempo') que son esenciales para practicar actividades al aire libre. Se evalúa en función de la insolación y la ausencia de precipitaciones. Rangos de Insolación (horas de sol/año): 1 - ≤1.000; 2 - 1.000-1500; 3 - 1.500-2.000; 4 - 2.000-2.500; 5 - ≥ 2.500 Rangos de Lluvia (media de días anuales de lluvia): 1 - ≥150; 2 - 150-120; 3 - 120-80; 4 - 80-50; 5 - ≤50 |
| Confort bioclimático | <input type="text"/> | Estado ideal de bienestar, salud y comodidad física y mental de la persona debido a unas condiciones ambientales favorables en las que el organismo se encuentra en equilibrio con la atmósfera que lo rodea. Se valora a partir de los índices de Sensación térmica por frío y por calor y se establece en base al número de meses que se encuadran en valores de Confort Bioclimático. Confort Bioclimático General: 1 - <60 días; 2 - 60-150 días; 3 - 150-240 días; 4 - 240-300 días; 5 - >300 días |
| Comentarios | | |

7. VALORACIÓN ESTACIONAL/MENSUAL TURÍSTICA DEL CLIMA

Especificar las condiciones mensuales de disfrute climático y de confort considerando conjuntamente las temperaturas, humedad relativa, lluvias y los vientos, así como la existencia de algún riesgo climático. Sugerir medidas para paliar situaciones de desconfort.

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

8. COMENTARIOS ADICIONALES

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS, METEOROLÓGICAS Y DOCUMENTALES

10. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, gráficos de vientos, diagramas climáticos, etc.)

7

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'EQUIPAMIENTOS RECREATIVOS'

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de actividades recreativas exige la existencia de ciertos equipamientos básicos y recreativos, de la misma manera que para que un lugar pueda constituirse en destino turístico tiene que estar dotado de unas infraestructuras mínimas básicas que garanticen el confort y la seguridad no solo de los turistas sino de los residentes (infraestructuras sanitarias, instalaciones eléctricas, suministro de agua potable, alcantarillado, telecomunicaciones, etc.).

En este trabajo, se aborda básicamente el análisis de los equipamientos recreativos, que se podrían definir como aquellas instalaciones o construcciones sencillas que permiten el desarrollo de las actividades recreativas de todo tipo. Existe pues una gran variedad de equipamientos que responden a las necesidades de actividades tanto lúdicas y de entretenimiento como las deportivas y de aventura y, también, las educativas e interpretativas. Su planificación y desarrollo dependen de muchos factores que van desde la disponibilidad de espacio, las necesidades de la demanda, hasta también razones económicas. La existencia de más o menos equipamientos no es sinónimo de confort, pero hay dos premisas que se deben tener en cuenta: que unos equipamientos básicos son necesarios (puntos de acogida e información, aseos, señalización, aparcamientos, viales, etc.) y la segunda es que los equipamientos deben estar en perfectas condiciones de mantenimiento.

Esta ficha está concebida como un instrumento para inventariar los equipamientos recreativos existentes ya que constituyen un soporte logístico muy importante para el desarrollo de las actividades. Los primeros apartados de la ficha son descriptivos y consisten en el inventario de datos relativos al equipamiento analizado; la segunda parte es más prescriptiva ya que implica una valoración del equipamiento en base a unos parámetros determinados. Al concluir la ficha, se dispone de una información preliminar con cierto carácter propositivo para la toma de decisiones.

Esta ficha incluye 10 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del equipamiento

El apartado 1 hace referencia a la denominación del equipamiento. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en torno a su designación.

Cuando el equipamiento esté vinculado a un atractivo, ya sea natural, cultural o paisajístico, se incluirá la denominación del mismo y, si este atractivo se ha inventariado, también se indicará la referencia de la ficha en la que se describe y valora el mismo.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la recogida de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Localización del equipamiento

En este apartado se identifican las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) y/o las UTM para poder localizar el equipamiento.

Hay que incluir necesariamente el nombre de la/s localidad/es donde se encuentra, la comarca o región y el país. En el caso de equipamientos supramunicipales o transfronterizos (por ejemplo, senderos GR de gran recorrido) hay que hacerlo constar adecuadamente.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el equipamiento para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un mapa de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se ubica el equipamiento y sus accesos. Para ello, puede servir una imagen de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

4. Accesibilidad y conexiones

La accesibilidad es una variable que contempla dos aspectos: por un lado, la posibilidad de acceder fácilmente a los atractivos y, por otro, se considera la posibilidad que tiene la zona de acceder a núcleos emisores de demanda.

Por ello, se sugiere constatar la distancia en kilómetros y las comunicaciones viales existentes para poder evaluar las oportunidades de realizar visitas en régimen excursionista y/o con pernoctación. Además de conocer el estado de la red vial, se trata también de reseñar otras posibilidades de transporte.

5. Tipo de equipamiento y características

El apartado 5 entra de lleno al análisis del equipamiento. La primera cuestión es encuadrar el equipamiento en el grupo tipológico al que pertenece (cuadro EQP1).

A continuación, se deberán describir las características constructivas y funcionales del equipamiento, componentes educativos, etc. y la función que desempeña.

Es muy importante especificar si el equipamiento tiene valor patrimonial (edificio histórico, vía romana, vía pecuaria histórica, etc.) ya que, si es el caso, hay que realizar también la ficha de patrimonio construido.

Cuadro EQP1
Equipamientos recreativos y sus características

| | |
|--|---|
| Centro de información y bienvenida | Es un punto de acogida y bienvenida al visitante. Facilita información sobre los atractivos del lugar, los equipamientos existentes, sobre las actividades y sobre prestatarios de servicios turísticos. |
| Centro de interpretación | Su función es informar y concienciar a los visitantes sobre los valores naturales y/o culturales del lugar. Son construcciones de nueva planta o edificios patrimoniales reutilizados para este fin que normalmente incluyen medios audiovisuales, salas expositivas, maquetas, servicios de interpretación en diferentes idiomas, <i>merchandising</i> y materiales promocionales. |
| Punto de información y control | Es un equipamiento sencillo en él se da la bienvenida en el punto de acceso a un atractivo y se informa a los visitantes. |
| Aula de naturaleza | Es un centro donde se desarrollan los programas educativos sobre la interpretación del patrimonio y la formación ambiental. |
| Centro de documentación | Es un equipamiento de carácter científico-formativo que alberga información y documentos sobre el lugar. |
| Aula-Taller | Es un espacio específicamente destinado a la formación y al desarrollo de actividades tradicionales sobre los distintos aspectos relativos al patrimonio. |
| Sala multimedia | Se trata de un espacio destinado a la proyección de audiovisuales y aplicaciones multimedia. |
| Camino | Es un equipamiento básico e indispensable ya que canaliza los flujos de visitantes. Hay de muchos tipos atendiendo a su origen y características, (sendero, pista forestal, camino agrícola, vía pecuaria, camino de herradura, camino histórico, vía verde, vial accesible, etc.). |
| Área de pícnic | Es un espacio abierto en áreas naturales y/o rurales dotado de mobiliario recreativo (mesas, bancos, fuentes de agua, etc.) para uso de los visitantes. |
| Aparcamiento | Es un espacio para estacionar los vehículos. Se ubican junto a los centros de información, accesos principales, miradores, zonas de pícnic, etc. |
| Mobiliario recreativo | Son equipamientos menores básicos (bancos, mesas, fuentes, umbráculo, basureras, farolas, etc.) para facilitar la visita. |
| Mirador o punto de vistas panorámicas | Es un punto de observación de paisajes o atractivos que se adecuan para poder albergar personas y también vehículos. |
| Puente y/o pasarela | Son instalaciones para poder atravesar corrientes de agua y terrenos de difícil tránsito o para salvar suelos y pavimentos de valor patrimonial (zonas pantanosas, suelos frágiles, pavimentos históricos de mosaicos, etc.). |
| Observatorio de fauna | Es una torre u otro elemento camuflado para la observación de fauna. |
| Jardín botánico | Es un espacio donde hay colecciones de plantas para realizar estudios botánicos y para ser mostradas al público. |
| Arboretum | Presenta las principales especies de flora endémica o amenazada del lugar, permitiendo que los visitantes puedan observarlas y conocerlas. Normalmente están vinculados a centros de interpretación y a programas científicos. |
| Museo | Es un espacio que alberga colecciones de elementos. Pueden ser de muchos tipos (museo histórico, ecomuseo, museo etnológico, museo de sitio, museo de arte, casa museo, etc.). Si el espacio museístico tiene valor patrimonial hay que tratarlo también como atractivo en sí mismo y rellenar la ficha de patrimonio construido. |
| Puntos de venta de entradas | Se trata de instalaciones sencillas donde se venden entradas para espectáculos, representaciones artísticas, etc. |
| Zona de acampada libre | Son espacios naturales y/o rurales acondicionados, donde está permitido montar una tienda de campaña y pernoctar. |
| Refugio | Es una sencilla instalación destinada a la pernocta de visitantes que se encuentran de paso, generalmente en zonas montañosas. |
| Sistema de señalización | Conjunto de señales informativas, direccionales e interpretativas destinadas a la orientación, guiaje e información de los visitantes en el espacio. |
| Instalaciones para actividades de turismo activo | Se trata de aquellas instalaciones específicas necesarias para el desarrollo de actividades de turismo activo (puente tibetano, tirolinas, vías ferratas, embarcaderos, abrevaderos y puntos de amarre para caballos, etc.) |
| Equipamientos adaptados | Incluye todos aquellos equipamientos diseñados especialmente para personas con necesidades especiales. |
| Oficinas de administración | Espacios destinados a las tareas de gestión y administración del sitio. |

Hay que consignar también la fecha de construcción y adjuntar un plano del mismo. En caso de equipamientos lineales, se puede segmentar por tramos y así explicar mejor sus características físicas. En caso de edificaciones debe incluirse planimetría con la disposición interna de los elementos.

6. Evaluación del estado de conservación

En relación al estado actual del equipamiento, lo primero que procede es conocer su estado de conservación y para ello se ofrece una escala de valoración cuya aplicación influye de forma notable en la consideración global del equipamiento y sus opciones de uso.

Además, se identificarán los posibles riesgos ya amenazas que se ciernen sobre los equipamientos.

7. Propiedad y gestión del equipamiento

Este apartado se estructura en cuatro partes; la primera hace referencia a la propiedad del equipamiento. Se indicarán las personas o entidades propietarias del equipamiento, así como los datos de contacto. Estos datos son muy relevantes, dado que para gestionar turísticamente un espacio es necesario un mínimo de equipamientos, y tanto su diseño como estado de conservación o explotación pasa por la propiedad del mismo.

En relación a la gestión, se indicará si se sigue un modelo de gestión directa, indirecta o mixta, aportando los detalles necesarios sobre aspectos de financiación, sostenibilidad ambiental, económica y social, certificaciones de calidad, etc. Además, es importante reseñar las tareas o programas de mantenimiento existentes. Seguidamente se incluirá información sobre el nivel de implicación de las comunidades locales en la gestión del equipamiento.

También se indicará la importancia socioeconómica del equipamiento, aportando comentarios que contribuyan a aclarar dicha importancia como la descripción del modelo de gestión, los recursos humanos involucrados en la conservación y gestión del equipamiento, visitantes, problemas de gestión, etc.

Por otra parte, hay que reseñar si existen normas de aplicación para el uso del equipamiento, en relación a temas de seguridad, aforo, código de conducta ética y de etiqueta, etc. y si éstas se dan a conocer a los visitantes.

La última parte se dedica a analizar la disponibilidad temporal si se trata de un equipamiento con control de accesos. Así, se reseñarán los horarios de apertura y cierre para cada temporada y también el horario de máxima afluencia.

8. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

9. Referencias bibliográficas y documentales

Listado de referencias bibliográficas (por ejemplo, si se trata de un edificio patrimonial), documentos de consulta (manuales del sistema de señalización, etc.) y direcciones web para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

10. Documentos gráficos (fotografías, mapas, planos, folletos, etc.)

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del equipamiento. Así, se incluirán fotografías, mapas, folletos, planos, etc., citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Bell, S. (2008). *Design for outdoor recreation*. Ed. Taylor & Francis, 232 pp.
- Europarc-España (2006). *Evaluación del papel que cumplen los equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos*. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez, 96 pp.
- Europarc-España (2007). *Catálogo de buenas prácticas en materia de accesibilidad en espacios naturales protegidos*. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez, 343 pp.
- Moscardo, G., Ballantyne, R., y Hughes, K. (2007). *Designing Interpretive Signs. Principles in Practice*. Ed. Fulcrum Publishing, 139 pp.
- Caputo, P., Lewis, S., y Brochu, L. (2008). *Interpretation by Design. Graphic Design Basics for Heritage Interpreters*. Ed. InterpPress, 118 pp.
- Gross, M., Zimmerman, R., y Buchholz, J. (2006). *Signs, Trails and Wayside Exhibits*. Ed. Stevens Point, Wisconsin: UW-SP Foundation Press, Inc, 161 pp.
- Organización Mundial del Turismo (2015). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones*. Ed. UNTWO, 149 pp.
- UNESCO (n.d.). *Sustainable Tourism Online Toolkit. Guide 6. Managing the Development of Tourism Infrastructure*. Ed. UNESCO/World Heritage Convention, 10 pp.

EQUIPAMIENTOS RECREATIVOS

1. DENOMINACIÓN DEL EQUIPAMIENTO

| | |
|---------------------------------------|--|
| Denominación del equipamiento | |
| Otras denominaciones | |
| Atractivo/s con el/los que se vincula | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. LOCALIZACIÓN DEL EQUIPAMIENTO

| | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Coordenadas ¹ | GEOGRÁFICAS | | | | UTM (10x10) | | | |
| | <input type="text"/> |
| Dirección | | | | | | | | |
| Localidad | | | | | Código Postal | | | |
| Comarca/Región | | | | | País | | | |
| Accesibilidad local (medios de transporte público en el destino) | | | | | | | | |
| Mapa de localización | | | | | | | | |

¹ Indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal.

4. ACCESIBILIDAD Y CONEXIONES

| Centro/s emisor/es de demanda turística | Distancia al equipamiento | Rango de distancia ² | Tipo de carretera (autovía, nacional, rural, etc.) | Comunicaciones viales ³ (estado de las carreteras, frecuencia del transporte público, conectividad, etc.) |
|---|---------------------------|---------------------------------|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Descripción y características de los accesos desde cada centro emisor de demanda

² Rango de distancia en kilómetros a ciudades o centros emisores de demanda turística: **1** - >200 km; **2** - 200-100 km; **3** - 100-50 km; **4** - <50 km; **5** - En el propio destino

³ Comunicaciones viales: **1** - No hay conexión por carretera ni transporte público; **2** - Mala comunicación (carreteras en malas condiciones, sin conexión con transporte público, etc.); **3** - Medios de comunicación mínimos (carreteras secundarias, etc.); **4** - Medios de comunicación buenos (carreteras en buen estado, amplio horario de transportes públicos, etc.); **5** - Medios de comunicación excelentes (autovías, tren de alta velocidad, etc.)

5. TIPO DE EQUIPAMIENTO Y CARACTERÍSTICAS

| | | |
|--|----------------------|--|
| Tipología ⁴ | <input type="text"/> | a - Centro de Información; b - Centro de Interpretación; c - Punto de Información y Control; d - Aula de Naturaleza; e - Centro de Documentación; f - Aula-Taller; g - Sala multimedia; h - Camino; i - Área de picnic; j - Aparcamiento; k - Mobiliario recreativo; l - Mirador o Punto de Vistas panorámicas; m - Puente y/o pasarela; n - Observatorio de Fauna; o - Jardín Botánico; p - Arboretum; q - Museo; r - Puntos de venta de entradas; s - Zona de acampada libre; t - Refugio; u - Sistema de Señalización; v - Instalaciones para actividades de turismo activo; w - Equipamientos adaptados; x - Oficinas de administración; y - Otros (especificar en comentarios) |
| Características del equipamiento (diseño, características funcionales, materiales, tipología constructiva, componentes didácticos, mobiliario, etc.) | | |
| Especificar si se trata de un edificio patrimonial (describir sus características y adaptaciones físicas) | | |
| Fecha de construcción | | |
| Descripción del entorno | | |
| Planos esquemáticos del equipamiento | | |
| Comentarios | | |

⁴ Clasificación (ver tabla EQP1 en el texto introductorio)

6. EVALUACIÓN DEL ESTADO DE CONSERVACIÓN

| | | |
|---|----------------------|--|
| 6.1. Estado de conservación actual | | |
| Estado de conservación | <input type="text"/> | 1 - Severamente degradado; 2 - Degradado; 3 - Poco degradado; 4 - Buen estado de conservación; 5 - Excelente estado de conservación |
| Comentarios (indicar causas de degradación) | | |
| 6.2. Riesgos y amenazas | | |
| Riesgos y amenazas | <input type="text"/> | a - Gestión inadecuada; b - Degradación por factores ambientales; c - Falta de mantenimiento; d - Congestión y saturación turística; e - Vandalismo; f - Abandono; g - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |

7. PROPIEDAD Y GESTIÓN DEL EQUIPAMIENTO

| | | |
|--|----------------------|---|
| 7.1. Propiedad del equipamiento | | |
| Régimen de propiedad | <input type="text"/> | a - Privado; b - Público; c - Mixto (especificar en comentarios) |
| Propietario del equipamiento y datos de contacto | | |

| 7.2. Gestión del equipamiento | | |
|---|----------------------|---|
| Modelo de gestión | <input type="text"/> | a - Gestión directa; b - Gestión indirecta (concesión, arrendamiento, concierto); c - Otros (especificar en comentarios) |
| Autoridad/Institución/organización responsable de la gestión del equipamiento | | |
| Programas y tareas de mantenimiento | | |
| Implicación de los actores locales y la sociedad en la gestión | | |
| Tipos de visitas | <input type="text"/> | a - Visita guiada/concertada; b - Visita libre; c - Eventos especiales |
| Importancia socioeconómica del equipamiento | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante; 2 - Importancia socioeconómica residual; 3 - Importancia socioeconómica relativa; 4 - Importante para la socioeconomía de las comunidades locales; 5 - Esencial para la socioeconomía de las comunidades locales |
| Comentarios (descripción del modelo de gestión, financiación, sostenibilidad, certificaciones de calidad, recursos humanos, visitantes, problemas de gestión, aspectos mejor valorados del equipamiento, etc.) | | |

| 7.3. Normas de aplicación | |
|---|--|
| Normativas de aplicación (especificar si existen normas de seguridad, aforo máximo, limitaciones o prohibiciones de algún tipo, código de conducta ética y de etiqueta, etc.) | |
| Comentarios | |

| 7.4. Disponibilidad temporal ⁵ | | |
|---|----------------------|--|
| Temporadas | <input type="text"/> | a - Alta; b - Media; c - Baja; d - Todo el año |
| Indicar fechas | | |
| Cierres estacionales | | |
| Horarios | | |
| Día/s de cierre | <input type="text"/> | a - Sí; b - No |
| Indicar día/s | | |
| Horario de máxima afluencia | | |

⁵ Rellenar esta sección en caso de que el equipamiento tenga control de accesos al público.

8. COMENTARIOS ADICIONALES

| |
|--|
| |
|--|

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

| |
|--|
| |
|--|

10. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, folletos, planos, etc.)

| |
|--|
| |
|--|

8

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PRESTATARIO DE SERVICIOS'

INTRODUCCIÓN

Los prestatarios de servicios son una parte fundamental en la valoración turística de un destino ya que son los encargados de ofertar y ejecutar los servicios y productos turísticos existentes en el lugar, sin su presencia no se podría decir que existe una actividad turística, aunque haya importantes recursos patrimoniales.

Hay algunos prestatarios de carácter internacional que se encuentran fuera del destino, pero aquellos que dinamizan el lugar se localizan en el propio destino, por eso es importante conocer su ubicación y la cercanía a los principales atractivos ya que esto es un factor que condiciona el éxito de sus negocios.

Hay una gran variedad de prestatarios de servicios turísticos que operan realizando la distribución de productos turísticos de manera directa y/o indirecta (fig. SRV1); entre ellos destacan los dedicados al sector de alojamientos, la restauración, el transporte, la intermediación y también un grupo de empresas turísticas complementarias que operan en el destino cubriendo todo tipo de necesidades de los excursionistas y turistas (aventura y tiempo libre, gestión de atractivos turísticos, entretenimiento, organización de eventos, y servicios turísticos complementarios).

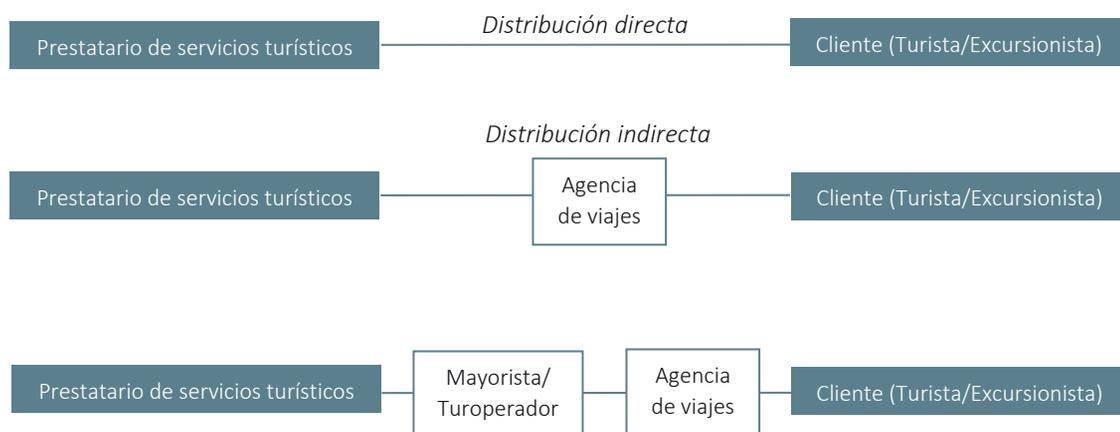


Figura SRV1. Distribución directa e indirecta de productos y servicios turísticos

Gran parte de la información para completar esta ficha tiene que ser recabada a partir del propio prestatario. Por ello, y en aras de proceder de una forma ágil en la toma de datos, el formato de esta ficha presenta ligeras diferencias a las demás. Está pensada para completarse a modo de entrevista con el responsable de la empresa. Por tanto, se asemeja más a un test y abundan las respuestas para marcar en casillas y así poder tomar los datos rápidamente.

Por otra parte, hay que comentar que esta ficha va muy ligada a la de diseño de actividades recreativas y productos turísticos, por lo que será conveniente manejarlas conjuntamente.

La variedad de tipos de empresas existente ha propiciado que esta ficha se desdoble en bloques. De esta forma, se presenta un bloque de información común a todo tipo de empresas que consta de 8 apartados y luego aparecen 4 bloques temáticos a elegir según el tipo de empresa de que se trate: A) Alojamiento; B) Restauración; C) Empresas de servicios turísticos; y D) Empresas de intermediación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del sitio/s o elemento/s con el que se vincula

El apartado 1 hace referencia a la denominación del sitio/s o elemento/s donde opera el prestatario de servicios, ya que se considera como un servicio asociado a un atractivo o un destino.

2. Denominación del prestatario de servicios

En este apartado se debe consignar el nombre comercial del prestatario de servicios, especificando si se trata de un prestatario local, una cadena internacional, una franquicia, etc. Por otro lado, hay que constatar el nombre del responsable del establecimiento, indicando si se trata de una persona local, así como el nombre de la persona entrevistada, indicando igualmente si se trata de una persona local y su cargo dentro de la empresa.

3. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

4. Localización del prestatario de servicios

En este apartado se identificarán las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) o las UTM del punto de acceso para la localización del prestatario de servicios. Se indicará también si está ubicado en un entorno urbano, rural o natural.

Hay que incluir necesariamente la dirección en la que se encuentra, el nombre de la/s localidad/es, la comarca o región, el código postal y el país.

Por otra parte, y a efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del prestatario de servicios (e-mail, teléfono y página web) así como su presencia en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc. Es especialmente relevante constatar la dirección del sitio web en el caso de empresas virtuales.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se encuentra el prestatario de servicios para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente al prestatario de servicios. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

5. Tipo de actividad empresarial

En este apartado se especifica y describe someramente la actividad empresarial desarrollada por el prestatario de servicios: A) Alojamiento, B) Restauración, C) Empresa de servicios turísticos, y D) Empresas de intermediación. La elección de la actividad o actividades desarrolladas por la empresa conlleva la cumplimentación de los subapartados correspondientes a cada sector.

6. Características de la empresa

En este apartado se registra el estatus legal de la empresa y también se solicita información acerca del tipo de permisos para desarrollar la actividad empresarial. Por otra parte, se analiza tanto la trayectoria profesional de la empresa (años en el desempeño de la actividad, idiomas en los que opera, remodelaciones del local, procedimientos de pago, etc.) como aquellos aspectos referidos a la plantilla (número de trabajadores en plantilla y/o temporales, especificando los que son locales, funciones que desempeñan, cualificación, etc.).

Finalmente se solicita que el prestatario mismo identifique las áreas de mejora o necesidades.

7. Tipo de cliente

En relación al tipo de cliente que utiliza el servicio prestado, en este apartado solamente se identificará si la clientela es local, nacional y/o internacional y su fidelización a la empresa. En la ficha de demanda turística, se abordan ampliamente aspectos relativos a las motivaciones y perfil sociodemográfico y rasgos de personalidad de los turistas y excursionistas.

8. Dinamismo de la empresa

El dinamismo que muestra la empresa se valora en base a su participación en asociaciones de empresarios o eventos colectivos, su colaboración en iniciativas locales, si forman parte de algún club de producto o similar, etc. Este dato resulta interesante para conocer la predisposición de los empresarios frente a nuevos retos y su competencia para trabajar en equipo y de forma transversal.

A) ALOJAMIENTO

El nombre del establecimiento hotelero ya ha sido consignado en el bloque de información general pero, a efectos prácticos, conviene reescribirlo de nuevo en este bloque. A continuación, se clasificará según el tipo al que pertenezca (cuadro SRV1).

Cuadro SRV1
Tipología alojativa

| | |
|---|--|
| Hotel | Establecimiento que tiene la finalidad principal de albergar con ciertas comodidades y de manera temporal a personas, que por determinadas cuestiones se encuentran de viaje. Existen diversas categorías en función de la calidad y servicios prestados. |
| Resort o Complejo de vacaciones | Es un lugar diseñado para la realización de una serie de actividades turísticas orientadas a la hostelería (restauración, alojamiento, etc.) y al ocio y la recreación (actividades de entretenimiento, deportivas, etc.). Muchos de ellos están diseñados para que los huéspedes no tengan la necesidad de salir del complejo cubriendo allí todas las necesidades. |
| Bed & breakfast (B&B) | Es un tipo de alojamiento en el que se ofrece un cuarto disponible en una casa particular. |
| Alojamiento singular (cabañas, palafito, rancho, granja, explotación agraria, monasterio, etc.) | Es una tipología de alojamiento diferente, único y/u original, en muchos casos bajo la forma de una construcción tradicional, una vivienda diseñada con materiales autóctonos o bien integrada en la naturaleza o en sitios históricos. |
| Casa/apartamento compartido | Es un alojamiento en el que se ofrece una o varias habitaciones privadas y en algunos casos baño, pero en el que se comparten determinados espacios con otros huéspedes como son por lo general la cocina, el salón, el comedor, etc. |
| Pensión/hostal | Es un alojamiento similar al hotel, pero de categoría inferior y más económico. |
| Motel | Es un establecimiento que surgió en un principio, para dar alojamiento a los viajeros, para descansar durante el viaje, por lo que estaban ubicados principalmente en las carreteras. En la actualidad, se encuentran también ubicados en áreas urbanas ofreciendo precios más económicos que los hoteles. |
| Camping | Es un lugar acondicionado al aire libre cuya actividad principal es la acampada. Su esencia consiste en instalar una vivienda temporal portátil (tienda de campaña, caravana, autocaravana, furgoneta, etc.) por días, semanas e incluso meses. Se clasifican al igual que los hoteles en diferentes categorías, dependiendo de las instalaciones y servicios que ofrezcan a los turistas. |
| Apartamento turístico | Es una vivienda integrada en un edificio en una zona turística que es alquilada a los turistas por periodos determinados. |
| Casa rural | Es una vivienda (aprovechando en muchos casos instalaciones antiguas como masías, caseríos, bodegas, etc.) situada en un entorno rural que se alquila con fines turísticos. |
| Albergue/Youth hostel | Es un establecimiento turístico similar a un hotel, pero con menos servicios y confort y que ofrece habitaciones compartidas. |
| Alojamiento colaborativo | Forma de hospedaje gratuita pensada para facilitar estancias e intercambios de experiencias en casas particulares bajo diferentes formas (intercambio de noches en casas particulares, alojamiento a cambio de cuidar la casa y las mascotas, etc.). |

Un dato que interesa conocer es si el establecimiento trabaja durante todo el año o si por el contrario centra su actividad en temporada turística.

Para conocer el alcance económico y la dimensión de la empresa, se constatará el número de habitaciones (o parcelas de camping, apartamentos turísticos, etc.) que gestiona. También se identificará los servicios asociados ya que esta información nos dará una idea de la calidad del establecimiento. Los precios nos darán una idea de la categoría económica en que se encuadra.

En relación a los sistemas de reserva y canales de comercialización que utilizan las empresas de alojamiento, se han distinguido entre las acciones *offline* y *online*. Así, además de contemplar la comercialización mediante formas tradicionales como puede ser el contacto directo a través de visitas comerciales, centros de asistencia telefónica o simplemente contacto telefónico, mensajería instantánea o correo electrónico, se consignará si se hacen reservas directamente desde el sitio web. Respecto a los canales *online*, se indicará si el prestatario comercializa a través de Sistemas Globales de Distribución (SGD) que son empresas tecnológicas que se encargan de reunir la oferta disponible enlazada a otros sistemas globales de distribución (por ejemplo, Amadeus o Galileo). Se constatará asimismo, si la empresa de alojamiento comercializa a través de Sistemas de distribución en Internet que agrupan la oferta de varios proveedores y la muestran ordenada y valorada utilizando un ranking basado en las opiniones de los clientes (Booking o Expedia, entre otros). Otras formas de comercialización incluyen a las Agencias de viajes *online*, las cuales intermedian en la venta de servicios sueltos o paquetes turísticos. Se indicará en este apartado si la empresa de alojamiento está presente en Rumbo, Atrápalo, Destinia, entre otras. En el caso de que se trate de alojamiento compartido, se especificará el sistema de comercialización utilizado distinguiendo entre Airbnb, Alterkeys o similares.

Seguidamente, se señalarán los sellos de calidad de diferente ámbito (local, nacional o internacional) y/o reconocimientos que tenga el establecimiento. También se especificará si aparece recomendado en otros buscadores de información turística como puede ser Trivago, Minube o TripAdvisor o bien en guías editoriales de viajes.

Además, se contempla la recogida de información en torno a la armonía que el establecimiento guarda con el entorno (especialmente en lugares de valor escénico o histórico), así como la estética y elementos del interiorismo del inmueble. El encuestador recabará también información sobre la limpieza y mantenimiento, sobre la atención al cliente, opiniones en foros, buenas prácticas ambientales (uso del agua, tratamiento de residuos, etc.) y responsabilidad social corporativa.

En el apartado de referencias documentales hay que consignar información relevante referida al establecimiento, comentarios sobre su sitio web oficial y constatación de otros sitios web en donde se le refiere.

Además, se recopilará material gráfico como fotos, folletos o similares de los que disponga el establecimiento para ilustrar mejor la información recopilada.

B) RESTAURACIÓN

El bloque correspondiente a las empresas de restauración se inicia con el nombre comercial de la empresa y seguidamente pasa a clasificar el establecimiento según el tipo empresarial al que pertenece (cuadro SRV2).

Cuadro SRV2
Tipos de restaurantes

| | |
|--|---|
| Restaurante tradicional | Establecimiento que dispone de un servicio de comedor para ofrecer comidas (almuerzo y cenas) para ser consumidas en el propio establecimiento. |
| Bar (taberna, cervecería, vinoteca, <i>brasserie</i> , de copas, etc.) | Establecimiento que puede elaborar tapas y bocadillos fríos o calientes pero su único elemento de preparación de comidas es una plancha eléctrica y una cafetera, no pueden elaborar comidas. |
| Comedor (menú) | Establecimientos dedicados únicamente a servir comidas (menús) y bebidas a contingentes particulares (comedores universitarios, cantinas escolares, comedores para trabajadores de una empresa, etc.) |
| Restauración colectiva (<i>catering</i>) | Comprende los servicios necesarios para preparar y distribuir comidas fuera del local donde se elaboran. |
| <i>Take away</i> (tienda de comida preparada) | Establecimiento que sirve comida para ser consumida fuera del mismo. |
| Bufet | Establecimiento que ofrece comidas en la que el comensal se sirve por sí mismo. |
| Quiosco/merendero | Establecimiento instalado por lo general en espacios públicos, que suministra alimentos y que está equipado con mesas y sillas situadas al aire libre donde sentarse para su consumo. |
| Restaurante gourmet | Establecimiento que se caracteriza por la especialidad y sofisticación de sus platos. |
| Cafetería | Establecimiento que además de bebidas, bocadillos y tapas, ofrece bebidas calientes como cafés e infusiones, helados y batidos. |
| <i>Food truck</i> | Es un puesto de comida ambulante en vehículo furgoneta en el que se venden alimentos y con frecuencia comida rápida con precios asequibles. |
| <i>Fast food</i> | Establecimientos caracterizados por despachar comida que se prepara y llega a las mesas con rapidez y de forma sencilla, incluso a veces se prepara para ser consumida sin cubiertos. La comida también puede llevarse fuera del establecimiento para su consumo. |

Al igual que sucedía con los alojamientos, interesa conocer las fechas en que está abierto y la evolución anual según las temporadas.

A continuación, se indicará el tipo de cocina que elabora y otros datos relativos a la capacidad del establecimiento, mesas y cubiertos disponibles, y el tamaño de las diferentes estancias (sala, cocina, terraza, etc.) que componen el establecimiento, así como los servicios complementarios. Estos datos informan sobre el alcance del negocio y el nivel de calidad que ofrece a los clientes.

También se debe reseñar el precio medio aproximado del cubierto para las comidas y las cenas ya que nos dará una idea de la categoría económica del establecimiento. Sobre la calidad del servicio nos informa básicamente los sellos de calidad y las recomendaciones en guías

gastronómicas o su presencia en metabuscadores de internet de información turística como Eltenedor, Reservarestaurantes.com, entre otros.

En cuanto al sistema de reserva y canales de comercialización, hay que comentar que los establecimientos de restauración suelen utilizar el sistema de reserva directa generalmente a través de teléfono y mediante la presentación del producto en paneles informativos en la puerta del establecimiento. No obstante, existen otras formas de venta como puede ser el sitio web propio. En este caso, se indicará el grado de sofisticación de esta herramienta de comercialización indicando si se utiliza como sistema de reserva exclusivamente o si además el sitio web está preparado para la venta y pago de los productos ofrecidos en el establecimiento.

De igual modo, esta ficha contempla la recogida de información en torno a la armonía que el establecimiento guarda con el entorno (especialmente en lugares de valor escénico o histórico), así como una valoración en torno a la estética y elementos de interiorismo del inmueble. El encuestador recabará además información sobre la limpieza y mantenimiento, sobre la atención al cliente, opiniones en foros, buenas prácticas ambientales (uso del agua, tratamiento de residuos, etc.) y responsabilidad social corporativa.

En el apartado de referencias documentales hay que consignar información relevante referida al establecimiento, comentarios sobre su sitio web oficial y constatación de otros sitios web en donde se le refiere.

Además, se recopilará material gráfico como fotos, folletos o similares de los que disponga el establecimiento para ilustrar mejor la información recopilada.

C) EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Las empresas de servicios turísticos que operan en el destino es el tercer sector de prestatarios que se analiza. Se caracterizan porque tienen un vasto conocimiento del ámbito local, de los atractivos y además tienen experiencia en el diseño de actividades, tours, guiaje, y logística turística en el destino. La mayoría de ellas recaen en la categoría de pequeñas y medianas empresas salvo las de transporte.

Este bloque se inicia recabando, de nuevo, el nombre de la empresa. A continuación, se encuadrará la empresa en el sector turístico correspondiente según su tipo (cuadro SVR3).

Cuadro SRV3
Empresas de servicios turísticos

| | |
|--|---|
| Aventura y recreación al aire libre (empresas de turismo activo, de ecoturismo, de guiado de grupos, etc.) | Se encargan de organizar actividades en espacios naturales. Facilitan monitores deportivos y guías, alquiler de equipos, ponen a disposición del cliente equipamientos, seguros, etc. |
| Empresas de gestión de atractivos | Se encargan de la gestión de atractivos y de sus instalaciones (mediante concesiones, acuerdos, etc.) así como de otros servicios como el guiaje turístico, la venta de mapas y guías, las actividades interpretativas, la realización de talleres educativos, etc. |
| Empresas de entretenimiento (artes visuales y escénicas) | Empresas que organizan espectáculos artísticos, deportivos, etc. |
| Empresas de servicios turísticos varios | Empresas que ofertan diversos servicios como puede ser el alquiler de equipos, alquiler de vehículos, alquiler de material audiovisual, la venta de productos para turistas, los souvenirs, la animación turística, etc. |
| Empresas de transporte de viajeros | Se encargan del transporte aéreo, terrestre y/o marítimo. |
| Empresas de organización de eventos | Empresas especializadas en el diseño y planificación de eventos. Gestionan el uso de instalaciones, traductores, el personal especializado, alquiler equipos, etc. |

Tal y como sucedía en los sectores anteriores, interesa conocer si la empresa trabaja durante todo el año o si por el contrario centra su actividad en temporada turística.

A continuación, se señalará el ámbito de actuación de la empresa (local, nacional, internacional), los productos y servicios turísticos que ofrece y los precios aproximados de los mismos.

Como en otros casos, se consignará información sobre el sistema de reservas y canales de comercialización directa o indirecta (*offline* y *online*).

Se indicará si la empresa tiene algún sello de calidad o reconocimiento y si aparece recomendada en guías de ocio o específicas (revistas y guías de turismo activo, deportivo, cultural, ecoturismo, etc.).

De igual modo, esta ficha contempla la recogida de información en torno a la atención al cliente, opiniones en foros, sobre buenas prácticas ambientales (uso del agua, tratamiento de residuos, etc.) y responsabilidad social corporativa.

En el apartado de referencias documentales hay que consignar información relevante referida a la empresa, comentarios sobre su sitio web oficial especialmente si es una empresa virtual y la constatación de otros sitios web en donde se le refiere.

Además, se recopilará material gráfico como fotos, folletos o similares de los que disponga la empresa para ilustrar mejor la oferta de productos y servicios turísticos.

D) EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN

El último bloque de la ficha de prestatarios de servicios se dedica a las empresas de intermediación turística. Los intermediarios de viajes y turismo son distribuidores (distribución indirecta) cuya principal tarea es aunar los intereses de compradores y vendedores para reducir los costos de las transacciones turísticas (venta de billetes, reserva de hoteles, alquiler de vehículos, excursiones en destino, venta paquetes turísticos, circuitos, etc.). Puede haber varios niveles de intermediación dependiendo si interviene un solo intermediario (agencia de viajes) o más de uno (turoperador y agencia de viajes).

Las agencias de viajes son compañías que actúan de intermediarios entre el prestatario de servicios y el cliente final facilitándole ciertos productos o servicios turísticos como: billetes para los diferentes transportes, alquiler de vehículos, excursiones en los destinos, paquetes turísticos, tours, etc. También se dedican a organizar y/o comercializar paquetes turísticos. En el cuadro SRV4 se presentan los diferentes tipos de intermediarios.

Cuadro SRV4
Empresas de intermediación

| | | |
|---|---|---|
| Agencias de viajes emisoras (se encargan de enviar clientes desde los núcleos emisores a otras áreas geográficas o destinos turísticos. Pueden ser con sede física o virtual) | Agencias emisoras mayoristas | Empresas que se dedican a proyectar, elaborar y organizar toda clase de servicios, productos y paquetes turísticos y ofrecerlos a las agencias minoristas (no vende directamente al cliente). |
| | Agencias emisoras minoristas | Están orientadas a la atención al público y venden directamente al consumidor servicios y productos organizados por otras agencias mayoristas, turoperadores o por ellas mismas. |
| | Agencias de viajes emisoras mayorista-minorista | Realizan ambas funciones. |
| | Turoperador | Empresa muy similar a una agencia mayorista que opera sus propios productos y programas de viaje ya que suele ser propietario de todas o parte de las empresas que prestan los servicios. Pueden vender al cliente directamente. |
| Agencia de viajes receptoras | | Se ocupan de recibir y atender en el destino a los turistas llegados de otras áreas geográficas. |
| Agencia de viajes emisoras-receptoras | | Empresas que organizan el tráfico de turistas en ambos sentidos. |
| Central de reservas | | Empresas o entidades que se dedican principalmente a la reserva de servicios turísticos de forma individualizada, sin que, en ningún caso, puedan percibir directamente de los usuarios turísticos contraprestación económica alguna. |

Tal y como sucedía en los bloques anteriores, interesa conocer si la empresa trabaja durante todo el año o si por el contrario centra su actividad en temporada turística.

A continuación, se señalará el ámbito de actuación de la empresa (local, nacional, internacional), y la especialización que tiene la empresa según productos, destinos o segmentos del mercado.

También se debe reseñar los productos y servicios turísticos que ofrece y los precios aproximados de los mismos y, si es posible, el margen comercial que manejan.

Como en otros casos, se consignará información sobre el sistema de reserva y canales de comercialización (*offline* y *online*). En el caso de las agencias de viajes virtuales, se indicará si cuentan con sistema de reservas propio o si trabajan con otros prestatarios de servicios.

De igual modo que en casos anteriores, esta ficha contempla la recogida de información en torno a la atención al cliente, opiniones en foros, sobre buenas prácticas ambientales (uso del agua, tratamiento de residuos, etc.) y responsabilidad social corporativa.

En el apartado de referencias documentales hay que consignar información relevante referida a la empresa, comentarios sobre el sitio web oficial especialmente si es una empresa virtual y los otros sitios web en donde se le refiere.

Además, se recopilará material gráfico como fotos, folletos, catálogos de viaje o similares de los que disponga la empresa para ilustrar mejor la oferta de productos y servicios turísticos.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Beaver, A. (2005). *A dictionary of Travel and Tourism Terminology*. Ed. Cabi Publishing, 417 pp.
- Humke, M. y Solimar International (n.d.). *Sustainable Tourism Enterprise Development. A business Planning Approach. Online Tool Kit and Resource Series 5*. Ed. USAID, 137 pp.
- Kotler, Ph., Bowen, J. y Makens, J. (2004). *Marketing para Turismo*. Ed. Prentice Hall, 824 pp.
- Robinson, P., Heitmann, S. y Dieke, P. (eds.) (2011). *Research Themes for Tourism*. Ed. Cabi Publishing, 300 pp.
- Romero, I. y Tejada, P. (2016). *Tourism SMEs, Global Value Chains and Innovation. Intermediation Questionnaire PYMED*. Ed. Universidad de Sevilla/InTurPyme, Working Paper 5, 13 pp.
- UNESCO (n.d.). *Sustainable Tourism Online Toolkit. Guide 7. Adding Value through Products, Experiences and Services*. Ed. UNESCO/World Heritage Convention, 10 pp.

PRESTATARIO DE SERVICIOS

1. DENOMINACIÓN DEL SITIO/S O ELEMENTO/S CON EL QUE SE VINCULA

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Denominación del sitio/s o elemento/s | | | | | |
| Distancia al sitio/s o elemento/s | <input type="checkbox"/> En el propio destino | <input type="checkbox"/> < 1 km | <input type="checkbox"/> 1-5 km | <input type="checkbox"/> 5-10 km | <input type="checkbox"/> >10 km |

2. DENOMINACIÓN DEL PRESTATARIO DE SERVICIOS

| | |
|---|--|
| Nombre comercial (especificar si es una empresa local, cadena internacional, franquicia, etc.) | |
| Persona responsable y datos de contacto (especificar si es local) | |
| Persona entrevistada y datos de contacto (especificar si es local) | |
| Cargo de la persona entrevistada | |

3. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

4. LOCALIZACIÓN DEL PRESTATARIO DE SERVICIOS

| | | | | |
|---|---|--|--|----------------------|
| Coordenadas ¹ | GEOGRÁFICAS | | UTM <small>(10x10)</small> | |
| | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Ubicación | <input type="checkbox"/> Entorno urbano | <input type="checkbox"/> Entorno rural | <input type="checkbox"/> Entorno natural | |
| Dirección | | | | |
| Localidad | | Código Postal | | |
| Comarca/Región | | País | | |
| E-mail | | Teléfono | | |
| Sitio web | | | | |
| Redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etc.) | | | | |
| Accesibilidad local (medios de transporte público en el destino) | | | | |
| Mapa de localización | | | | |

¹ Indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal.

| 5. TIPO DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL | | | | |
|--|---|--|---|--|
| Tipo de actividad empresarial ² | <input type="checkbox"/> A) Alojamiento | <input type="checkbox"/> B) Restauración | <input type="checkbox"/> C) Empresa de servicios turísticos | <input type="checkbox"/> D) Empresas de intermediación |
| Comentarios | | | | |

² Para cada actividad empresarial cumplimentar los bloques correspondientes.

| 6. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA | | | | | |
|--|--|---|---|--------------------------------------|--|
| Forma jurídica | <input type="checkbox"/> Empresario autónomo | <input type="checkbox"/> Sociedad limitada | <input type="checkbox"/> Sociedad anónima | <input type="checkbox"/> Cooperativa | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) |
| Permisos y licencias | | | | | |
| Año desde el que viene prestando servicios | Últimas remodelaciones (indicar fecha) | | | | |
| Número de empleados locales | Fijos: | Temporales: | Número de empleados no locales | Fijos: | Temporales: |
| Funciones y nivel de cualificación de los empleados | | | | | |
| Idiomas en los que presta el servicio | <input type="checkbox"/> Inglés | <input type="checkbox"/> Español | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | | |
| Forma de pago aceptadas | <input type="checkbox"/> Contado | <input type="checkbox"/> Tarjeta de crédito | <input type="checkbox"/> Bono, cheque gourmet o similar | <input type="checkbox"/> Pago móvil | <input type="checkbox"/> Pago online (Paypal, Google Wallet, etc.) |
| Comentarios (áreas de mejora o necesidades identificadas por la empresa, etc.) | | | | | |

| 7. TIPO DE CLIENTE | | | |
|----------------------------|-----------------------------|-------------|-----------------------------|
| Tipo de cliente | % Local: | % Nacional: | % Internacional: |
| El cliente repite estancia | <input type="checkbox"/> Sí | | <input type="checkbox"/> No |
| Comentarios | | | |

| 8. DINAMISMO DE LA EMPRESA | | | |
|----------------------------|---|--|--|
| Dinamismo de la empresa | <input type="checkbox"/> Asociación de empresarios | <input type="checkbox"/> Participación en eventos colectivos | <input type="checkbox"/> Colaboración en iniciativas locales |
| | <input type="checkbox"/> Forman parte de algún club de producto o similar | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | |
| Comentarios | | | |

A) ALOJAMIENTO

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| Nombre | | | | |
| Tipo de alojamiento ¹ | <input type="checkbox"/> Hotel | <input type="checkbox"/> Pensión/hostal | <input type="checkbox"/> Apartamento turístico | |
| | <input type="checkbox"/> Resort o Complejo de vacaciones | <input type="checkbox"/> Motel carretera | <input type="checkbox"/> Casa rural | |
| | <input type="checkbox"/> Bed & breakfast | <input type="checkbox"/> Camping | <input type="checkbox"/> Albergue/Youth hostel | |
| | <input type="checkbox"/> Alojamiento singular (cabañas, palafito, rancho, granja, explotación agraria, monasterio, etc.) | | <input type="checkbox"/> Alojamiento colaborativo | |
| | <input type="checkbox"/> Casa/Apartamento compartido | | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | |
| Categoría establecimiento (**** u otros) | | | | |
| Comentarios | | | | |
| ¹ Clasificación (ver cuadro SRV1 en el texto introductorio) | | | | |
| Temporadas | <input type="checkbox"/> Alta | <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Baja | <input type="checkbox"/> Todo el año |
| Indicar fechas | | | | |
| Cierres estacionales | | | | |
| Capacidad alojativa | Número de camas en alojamiento: | | | |
| | Individuales: | Dobles: | Triples: | |
| | Suites: | Otros: | | |
| Número de cabañas y/o apartamentos y capacidad total | Número de parcelas para camping | | | |
| Servicios complementarios | <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Bar-cafetería | <input type="checkbox"/> Supermercado | <input type="checkbox"/> Aparcamiento |
| | <input type="checkbox"/> Servicio de restauración en habitación | <input type="checkbox"/> Conserjería | <input type="checkbox"/> Salas de reuniones | <input type="checkbox"/> Salas de estar |
| | <input type="checkbox"/> Instalaciones deportivas | <input type="checkbox"/> Cobertura teléfono | <input type="checkbox"/> Wifi | <input type="checkbox"/> Jardín |
| | <input type="checkbox"/> Área infantil | <input type="checkbox"/> Piscina | <input type="checkbox"/> Spa | <input type="checkbox"/> Lavandería |
| | <input type="checkbox"/> Aire acondicionado/calefacción | <input type="checkbox"/> Equipamientos complementarios (aparcamiento bicicletas, boxes, caballos, etc.) | <input type="checkbox"/> Facilita la contratación de servicios turísticos externos (guías, actividades recreativas, etc.) | <input type="checkbox"/> Transportes (lanzadera aeropuerto-hotel, lanzadera a atractivos, etc.) |
| | <input type="checkbox"/> Admisión mascotas | <input type="checkbox"/> Animación | <input type="checkbox"/> Casino | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) |
| Accesibilidad | <input type="checkbox"/> Rampas de acceso y ascensores | <input type="checkbox"/> Habitaciones accesibles | <input type="checkbox"/> Baños accesibles | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) |
| Precio aproximado (PVP) | Temporada baja: | Temporada media: | Temporada alta: | |
| | Comisionable %: | Grupos (nº mínimo y máximo): | | |
| Comentarios | | | | |

| | | |
|---|---|---|
| Sistema de reserva y canales de comercialización <i>offline</i> y <i>online</i> | Venta Directa (ventas en mostrador, teléfono, email, central de llamadas, mensajería instantánea –WhatsApp, Line, etc.–) | |
| | Sitio web propio (con sistema de reservas, plataforma de pago, etc.) | |
| | Sistemas comercialización entre iguales 'Peer to Peer (P2P)' (Airbnb, Alterkeys, HomeAway, Windu, Onlyapartments, etc.) | |
| | Centrales de reservas, agencias de viajes tradicionales y <i>online</i> (Logitravel, Rumbo, Destinia, Travelocity, eDreams, Hostelworld, etc.) | |
| | Sistemas de distribución en Internet (Booking, Agoda, Expedia, Hotelrooms, Laterooms, etc.) | |
| | Sistemas Globales de Distribución (Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan, etc.) | |
| Sellos de calidad y otros reconocimientos | | |
| Recomendaciones en guías y otros medios | <input type="checkbox"/> Buscadores de hoteles (Trivago, Minube, TripAdvisor, Rastreator, etc.) | |
| | <input type="checkbox"/> Guías (Lonely Planet, Logis, Guía Azul, guías nacionales, etc.) | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |
| Observaciones del encuestador | Contextualización con el entorno: | |
| | Estética e interiorismo: | |
| | Limpieza y mantenimiento: | |
| | Atención al cliente: | |
| | Comentarios en foros: | |
| | Buenas prácticas ambientales: | |
| | Responsabilidad social corporativa: | |
| Otras observaciones: | | |
| Limitaciones para la encuesta | | |
| Comentarios adicionales | | |
| Referencias documentales | | |
| Documentos gráficos (fotografías del establecimiento, folletos, etc.) | | |

B) RESTAURACIÓN

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| Nombre | | | | |
| Tipo de establecimiento ¹ | <input type="checkbox"/> Restaurante tradicional (mesón, tasca, etc.) | | <input type="checkbox"/> Restaurante gourmet | |
| | <input type="checkbox"/> Bar (taberna, cervecería, vinoteca, <i>brasserie</i> , de copas, etc.) | | <input type="checkbox"/> Cafetería | |
| | <input type="checkbox"/> Comedor (menú) | <input type="checkbox"/> Bufet | | <input type="checkbox"/> <i>Food truck</i> |
| | <input type="checkbox"/> Restauración colectiva (catering) | <input type="checkbox"/> Quiosco/merendero | | <input type="checkbox"/> <i>Fast food</i> |
| | <input type="checkbox"/> <i>Take away</i> (tienda de comida preparada) | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | | |
| Comentarios | | | | |
| ¹ Clasificación (ver cuadro SRV2 en el texto introductorio) | | | | |
| Temporadas | <input type="checkbox"/> Alta | <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Baja | <input type="checkbox"/> Todo el año |
| Indicar fechas | | | | |
| Cierres estacionales | | | | |
| Horarios | | | | |
| Día/s de cierre | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | Indicar día/s | |
| Capacidad | Número de mesas: | | PAX (personas en mesas): | |
| Tamaño (aproximado en m ²) | Local: | | Sala: | Terraza: |
| | Cocina: | | Otros: | |
| Servicios complementarios | <input type="checkbox"/> Carta en varios idiomas | <input type="checkbox"/> Terrazas | <input type="checkbox"/> Espectáculo | <input type="checkbox"/> Menús especiales (carta alérgenos, celíacos, etc.) |
| | <input type="checkbox"/> Bodega | <input type="checkbox"/> Parking | <input type="checkbox"/> Sillas niños | <input type="checkbox"/> Baños accesibles |
| | <input type="checkbox"/> Rampas de acceso y ascensores | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | | |
| Comentarios | | | | |
| Tipo de cocina | <input type="checkbox"/> Temática (asador, vegetariano, marisquería, pizzería, hamburguesería, etc.) | | | |
| | <input type="checkbox"/> Tradicional | | <input type="checkbox"/> Comida rápida | <input type="checkbox"/> Vanguardia |
| | <input type="checkbox"/> Internacional | | <input type="checkbox"/> De mercado | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) |
| Precio aproximado (PVP) | Comida: | | Cena: | |
| | Grupos (nº mínimo y máximo): | | | |
| Comentarios | | | | |
| Sistema de reserva y canales de comercialización offline y online | Venta Directa (ventas en mostrador, teléfono, email, central de llamadas, mensajería instantánea –WhatsApp, Line, etc.–) | | | |
| | Sitio web propio (con sistema de reservas, plataforma de pago, etc.) | | | |
| | Plataforma online (Just-Eat, Foodtoyou, Deliveroo, etc.) | | | |

| | |
|---|---|
| Sellos de calidad y otros reconocimientos | |
| Recomendaciones en guías gastronómicas y otros medios | <input type="checkbox"/> Buscadores de restaurantes (ElTenedor, TripAdvisor, Atrápalo, Restaurantes.com, etc.) |
| | <input type="checkbox"/> Guías (Guía Michelin, Guía Repsol, Gastronómica, etc.) <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | |
| Observaciones del encuestador | Contextualización con el entorno: |
| | Estética e interiorismo: |
| | Limpieza y mantenimiento: |
| | Atención al cliente: |
| | Comentarios en foros: |
| | Buenas prácticas ambientales: |
| | Responsabilidad social corporativa: |
| Otras observaciones: | |
| Limitaciones para la encuesta | |
| Comentarios adicionales | |
| Referencias documentales | |
| Documentos gráficos (fotografías del establecimiento, de la carta/menú, folletos, etc.) | |

C) EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

| | | | | |
|---|---|--------------------------------|--|--------------------------------------|
| Nombre | | | | |
| Tipología por sectores ¹ (vincular a la/s ficha/s de actividad) | <input type="checkbox"/> Aventura y recreación al aire libre (empresas de turismo activo, de ecoturismo, de guiado de grupos, etc.) | | <input type="checkbox"/> Gestión de los atractivos (museos, monumentos, parques naturales, teatros, etc.) | |
| | <input type="checkbox"/> Entretenimiento (empresas de animación, etc.) | | <input type="checkbox"/> Servicios turísticos complementarios (alquiler materiales y equipos, venta productos típicos, talleres artesanos, etc.) | |
| | <input type="checkbox"/> Transporte viajeros | | <input type="checkbox"/> Organización eventos | |
| | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | | | |
| Comentarios | | | | |
| ¹ Clasificación (ver cuadro SRV3 en el texto introductorio) | | | | |
| Temporadas | <input type="checkbox"/> Alta | <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Baja | <input type="checkbox"/> Todo el año |
| Indicar fechas | | | | |
| Cierres estacionales | | | | |
| Horarios | | | | |
| Día/s de cierre semanal | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | Indicar día/s | |
| Ámbito de actuación de la empresa | <input type="checkbox"/> Internacional | | <input type="checkbox"/> Nacional | <input type="checkbox"/> Local |
| Productos ofertados (descripción de los servicios que se incluyen y precios aproximados) | | | | |
| Comentarios | | | | |
| Sistema de reserva y canales de comercialización <i>offline</i> y <i>online</i> | Venta Directa (ventas en mostrador, teléfono, email, central de llamadas, mensajería instantánea –WhatsApp, Line, etc.–) | | | |
| | Sitio web propio (con sistema de reservas, plataforma de pago, etc.) | | | |
| | Agencias de viajes tradicionales y virtuales | | | |
| | Centrales de reservas | | | |
| Sellos de calidad y otros reconocimientos (miembro de asociación y/u organización turística nacional o internacional) | | | | |
| Recomendaciones en guías turísticas y otros medios | | | | |
| Comentarios | | | | |

| | |
|---|-------------------------------------|
| Observaciones del encuestador | Atención al cliente: |
| | Comentarios en foros: |
| | Buenas prácticas ambientales: |
| | Responsabilidad social corporativa: |
| | Otras observaciones: |
| Limitaciones para la encuesta | |
| Comentarios adicionales | |
| Referencias documentales | |
| Documentos gráficos (fotografías del establecimiento, folletos, etc.) | |

D) EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN

| | | | | |
|--|---|---|--|--------------------------------------|
| Nombre | | | | |
| Tipo de empresa ¹ (vincular a la/s ficha/s de actividad) | <input type="checkbox"/> Agencia de viajes mayorista | <input type="checkbox"/> Agencia de viajes minorista | <input type="checkbox"/> Agencia de viajes mayorista-minorista | |
| | <input type="checkbox"/> Turoperador | <input type="checkbox"/> Agencia de viajes receptiva | <input type="checkbox"/> Agencia de viajes emisora-receptiva | |
| | <input type="checkbox"/> Central de reservas | <input type="checkbox"/> Otros (especificar en comentarios) | | |
| Comentarios | | | | |
| ¹ Clasificación (ver cuadro SRV4 en el texto introductorio) | | | | |
| Temporadas | <input type="checkbox"/> Alta | <input type="checkbox"/> Media | <input type="checkbox"/> Baja | <input type="checkbox"/> Todo el año |
| Indicar fechas | | | | |
| Cierres estacionales | | | | |
| Horarios | | | | |
| Día/s de cierre semanal | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | Indicar día/s | |
| Ámbito de actuación de la empresa | <input type="checkbox"/> Internacional | <input type="checkbox"/> Nacional | <input type="checkbox"/> Local | |
| Especialización de la empresa (por productos, destinos o segmentos) | | | | |
| Productos turísticos y servicios asociados ofertados (productos más vendidos, precios, etc.) | | | | |
| Sistema de reserva y canales de comercialización <i>offline</i> y <i>online</i> | Venta Directa (ventas en mostrador, teléfono, email, central de llamadas, mensajería instantánea –WhatsApp, Line, etc.–) | | | |
| | Sitio web propio (con sistema de reservas, plataforma de pago, etc.) | | | |
| | Agencia de viajes virtual (<i>Online Travel Agency</i> –OTA–) | | | |
| Sellos de calidad y otros reconocimientos (miembro de asociación y/u organización turística nacional o internacional) | | | | |
| Recomendaciones en guías turísticas y otros medios | | | | |
| Comentarios | | | | |

| | |
|---|-------------------------------------|
| Observaciones del encuestador | Atención al cliente: |
| | Comentarios en foros: |
| | Buenas prácticas ambientales: |
| | Responsabilidad social corporativa: |
| | Otras observaciones: |
| Limitaciones para la encuesta | |
| Comentarios adicionales | |
| Referencias documentales | |
| Documentos gráficos (fotografías del establecimiento, folletos, etc.) | |

9

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'ACTIVIDAD RECREATIVA Y PRODUCTO TURÍSTICO'

INTRODUCCIÓN

Esta ficha agrupa dos componentes del destino turístico que son: la actividad recreativa y el producto turístico. Ambos componentes tienen estrechas relaciones con los atractivos naturales y culturales, y con las empresas turísticas. Se podría decir que son eslabones consecutivos en la secuencia de puesta en valor y dinamización turística de un atractivo donde los límites entre un paso y el siguiente, o las competencias de la administración pública y el sector privado son, muchas veces, difíciles de establecer.

La terminología académica no resulta tampoco clara a la hora de definir y acotar conceptos como es el caso del de 'actividad recreativa', 'experiencia recreativa', 'producto turístico', 'experiencia turística', 'paquete turístico', etc. por lo que a continuación se expone el concepto utilizado en esta obra.

Se entiende pues por 'actividad recreativa' aquella que busca la diversión y el entretenimiento de las personas y que se lleva a cabo voluntariamente durante el tiempo de ocio. Para mucha gente representa una expresión de su propia identidad y es esencial para su calidad de vida. Se configura a partir de un atractivo, en torno al cual se dispone una serie de equipamientos (senderos, aparcamientos, paneles informativos, aseos, etc.) para facilitar la visita o el disfrute del mismo.

Las actividades recreativas se pueden clasificar en tres grandes grupos: lúdicas o de entretenimiento, deportivas y aventureras, y educativas e interpretativas. Tienen lugar tanto en el medio natural como en el rural y/o el urbano. La administración pública (también puede hacerlo el sector privado) se suele encargar de crear y mantener los equipamientos necesarios para que la sociedad pueda acceder a los bienes públicos y así, disfrutar de ellos de forma respetuosa y ordenada.

El producto turístico se constituye en el momento en que a una actividad recreativa se agrega la prestación de un servicio turístico por parte de una empresa y se le pone precio de mercado; a esto le hemos denominado 'experiencia recreativa'. Este servicio puede incluir una amplia gama de elementos tangibles (equipo necesario, instalaciones, seguro, etc.) y también intangibles (atención al cliente, emoción, imagen de marca, interacción con otros turistas, etc.). Por ello, la combinación de atractivos de muy diversa índole con servicios turísticos muy variados puede dar lugar a un extenso y heterogéneo catálogo de productos que respondan a las necesidades y expectativas de los diferentes mercados y segmentos. De cualquier manera, hay que señalar que el concepto de producto turístico incluye no solo la comercialización de experiencias recreativas sino también el de elementos como la venta de billetes de transporte, plazas hoteleras, comidas, etc.

El concepto de paquete turístico, de sobra conocido, hace referencia a productos turísticos que combinan más de un servicio. Cuando uno de ellos es una experiencia recreativa le hemos denominado 'experiencia turística'.

En la figura ACT1, se presenta un esquema de estos elementos para poderlos distinguir conceptualmente. Además, se ha añadido información relativa a la comercialización para el caso de productos turísticos.

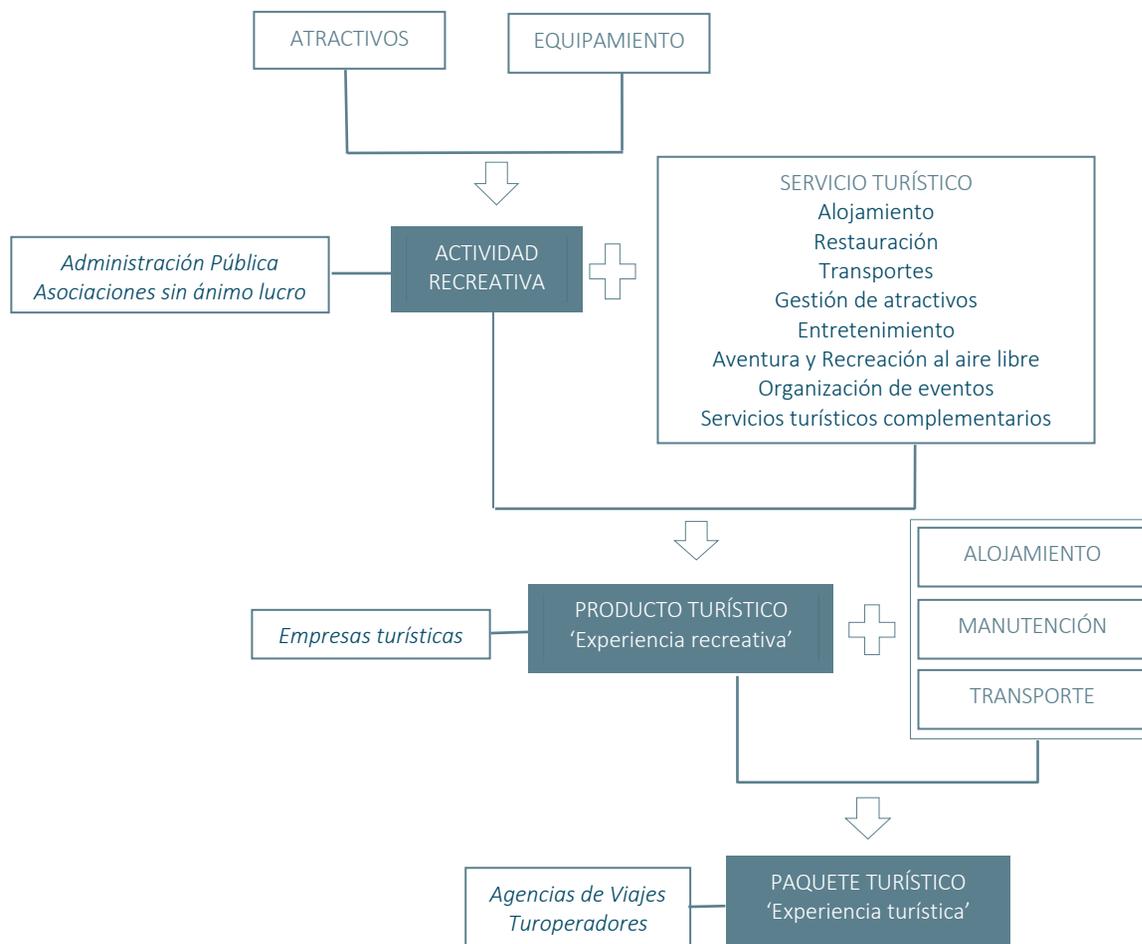


Figura ACT1. Esquema conceptual de las actividades recreativas y productos turísticos

En esta ficha, se ha fijado la atención en el diseño de productos relacionados con la experiencia recreativa, considerando que éste es el componente más creativo de la oferta y el que realmente motiva el desplazamiento de turistas y excursionistas a un destino y, además, le da identidad turística al lugar.

Conviene también recordar que la actividad recreativa tiene fuertes vínculos con la administración pública porque se fundamenta sobre atractivos y recursos naturales y/o culturales que son, en muchas ocasiones de titularidad pública. En el momento en que la actividad recreativa forma parte de un producto y el sector privado entra en escena, la administración pública ha de velar por el cumplimiento de las normas establecidas para el buen uso y conservación de los bienes públicos.

Para recabar la información que se incluye en esta ficha, se tendrá que recurrir, entre otros métodos, a la realización de entrevistas en profundidad a expertos y entidades.

Con la intención de diferenciar los procesos que intervienen en la creación y desarrollo de una actividad recreativa y de un producto turístico, esta ficha se ha estructurado siguiendo un bloque de información común a ambos que consta de 5 apartados y luego aparecen 2 bloques: A) Actividad recreativa y B) Producto turístico. En aquellos productos que se incluye una experiencia recreativa, hay que rellenar los dos apartados.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación de la actividad recreativa y/o producto turístico

El apartado 1 hace referencia a la denominación de la actividad recreativa y/o producto turístico. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocida y comercializada la actividad para que no haya equívocos en torno a su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Denominación del sitio/s o destino donde se desarrolla la actividad y/o producto

Respecto a este apartado, hay que indicar la denominación del sitio/s o destino donde se ofrece la actividad o producto. Es necesario registrar los diversos nombres por los que es conocido el lugar o destino.

Se entiende por destino turístico el área geográfica que es actualmente o potencialmente atractiva para los visitantes/turistas y que tiene infraestructuras y equipamientos turísticos así como una oferta turística estable.

4. Localización donde se desarrolla la actividad y/o producto

En este apartado se identifican las coordenadas geográficas (en grados, minutos y segundos) y/o las UTM para poder localizar el lugar donde se desarrolla la actividad. Si se trata de un área habrá que consignar las de los puntos extremos y/o su zona/s de acceso.

Hay que incluir necesariamente el nombre de la/s localidad/es donde se encuentra, la comarca o región y el país. En el caso de actividades que se desarrollen de forma supramunicipal o transfronteriza hay que hacerlo constar adecuadamente.

También se detallan los medios de transporte público existentes en el destino en el que se desarrolla la actividad, para analizar la accesibilidad local.

Es necesaria la inclusión de un esquema de localización para definir y ubicar visualmente la zona en donde se desarrolla la actividad y sus accesos. Para ello, puede servir una imagen proveniente de plataformas digitales cartográficas y/o fotográficas de libre acceso (Google Earth o Maps, Bing, etc.), citando siempre la fuente para poder recurrir a su visionado original interactivo.

5. Tipo de usuario

En este apartado se aportarán datos relativos al tipo de usuario o cliente habitual, señalando en primer lugar si se trata de clientes locales, nacionales o internacionales o la proporción

aproximada de las tres categorías. Es interesante señalar si, entre los usuarios locales, se identifican 'visitantes de proximidad' que se definen como usuarios frecuentes de un espacio natural y/o rural (corredores y anillos verdes periurbanos, humedales, bosques urbanos, etc.) por residir cerca de los mismos o tener muy buen acceso a los mismos.

En la ficha de demanda, se abordan ampliamente aspectos relativos a las motivaciones y perfil sociodemográfico y rasgos de personalidad de los turistas y excursionistas.

A) ACTIVIDAD RECREATIVA

A efectos prácticos, la denominación de la actividad recreativa se volverá a consignar en la casilla correspondiente de este bloque. Seguidamente, se clasificará según la actividad desde el punto de vista motivacional y del grado de especialización.

Como se ha comentado al principio, existe una amplia gama de actividades recreativas que las personas libremente desarrollan en su tiempo de ocio a tenor de sus necesidades y motivaciones y cuyo desarrollo resulta placentero ya que habitualmente provocan sensaciones, emociones y sentimientos positivos. Todas ellas se pueden enmarcar en tres categorías (cuadro ACT1).

Cuadro ACT1
Tipología de actividades recreativas

| | |
|--|---|
| lúdicas o de entretenimiento | Buscan en el esparcimiento compensaciones tanto de tipo físico (paseos, baños de sol y de mar, etc.), estéticas (contemplación de paisajes y bellezas naturales, etc.), creativas (autoexpresión por medio de artesanías, pintura, escritura, etc.), hedonistas (degustaciones gastronómicas, etc.), sociales (encuentros familiares, grupos de amigos, etc.), intelectuales (asistencia espectáculos, etc.) o que supongan una experiencia en ambientes diferentes a los urbanos habituales. Se trata de una modalidad generalista, ya que los visitantes no precisan detentar ninguna habilidad especial para practicarlas. |
| Actividades deportivas y de aventura | Incluyen toda una serie de actividades no competitivas caracterizadas por el esfuerzo físico, la experimentación, los estímulos fuertes, e incluso cierto riesgo. A la hora de practicarlas, se pueden distinguir varios grados de dificultad. Existe una amplia gama de actividades recreativo-deportivas que se ve incrementada constantemente; algunas de las más tradicionales son: senderismo, trekking, ciclismo, escalada, buceo, remo, rafting, paseos a caballo, etc. La aventura se asocia a lo inusual y lo desconocido, por ello estas actividades resultan muy atractivas. En cada destino se pueden encontrar actividades deportivas y de aventura específicas a tenor de los atractivos y recursos existentes. |
| Actividades educativas e interpretativas | Se caracterizan porque van más allá de la mera información al visitante, persiguen incentivarlo o estimularlo en el conocimiento del recurso o atractivo, en el aprendizaje de cosas y culturas nuevas, en el desarrollo personal, etc. Entre las actividades educativas e interpretativas más reconocidas están: las rutas interpretativas, visitas culturales, talleres artesanos, observación de fauna, etc. |

Una vez clasificadas, se identificarán los recursos y atractivos con los que está asociada la actividad y los requerimientos territoriales y climáticos específicos necesarios para el desarrollo de la misma. Este hecho tiene especialmente relevancia en el caso de actividades recreativas al aire libre.

A continuación, además de la duración, se describirán las acciones concretas que se llevan a cabo durante el desarrollo de la actividad. Esta información resulta muy útil para poder posteriormente evaluar los posibles impactos a los recursos y atractivos y el alcance de los mismos.

Es importante identificar los requisitos físicos necesarios mínimos del practicante para el desarrollo de la actividad (especialmente para las deportivas y de aventura), especialmente en relación con el estado de salud y aptitudes físicas. Además, se deberán especificar los posibles riesgos físicos y/o psicológicos (extenuación, hacinamiento, claustrofobia, agorafobia, vértigo, etc.) así como las medidas de seguridad para poder prevenir problemas y facilitar una experiencia satisfactoria.

En otro orden de cosas, hay que señalar que gran parte de las actividades deportivas se valen del uso de equipos específicos; por tanto, hay que consignar aquellos que sean necesarios para la actividad analizada (equipos de escalada, caballo y equipo de monta, bicicleta, equipo de buceo, canoa, kayak, skies, tabla surf, etc.).

Adicionalmente, se analizan los equipamientos recreativos. Se remite al compilador a la ficha específica sobre equipamientos para tratar allí en profundidad este tema. Hay que indicar que equipamientos y atractivos conjuntamente son los que configuran la actividad recreativa. El desarrollo de equipamientos habitualmente es una responsabilidad de las administraciones públicas en aras a facilitar a la sociedad el uso público y disfrute de los atractivos. No obstante, también pueden encontrarse equipamientos privados o llevados a cabo por asociaciones y organizaciones. Hay algunos equipamientos comunes básicos en todos los atractivos como son la señalética, aparcamientos, aseos, etc. En áreas naturales son habituales: senderos, fuentes, áreas de pícnic, áreas de acampada, observatorios de fauna, etc. Es muy importante que se mantengan en buen estado de conservación; por ello, esta información debe ser consignada.

Una parte importante de la ficha consiste en identificar los impactos que puede causar la actividad recreativa para prevenirlos o, en su caso, corregirlos. Esta información es relevante porque se retomará en la ficha de Capacidad de Carga Recreativa.

Para compilar esta información se propone registrar los siguientes datos: elemento impactado (incluyendo los propios visitantes que pueden ser impactados por otros visitantes con estilo de recreación diferente), tipo de impacto (pisoteo, ruidos, contaminación, apertura de atajos, molestias a la fauna, introducción de especies exóticas, alteración de procesos naturales, vandalismo, expolio, erosión y corrosión, alteración de modos y costumbres, intrusiones y obstrucciones visuales en los paisajes, etc.), causas del impacto (vinculando cada una de las acciones específicas que se realizan durante la actividad con los impactos que causan), efectos que causan los impactos de las actividades sobre el lugar o elemento, y magnitud del mismo. Además, hay que mencionar si existen medidas preventivas y/o correctoras contempladas en planes o programas de gestión y conservación, o también códigos de conducta ética y de etiqueta en relación a la actitud y comportamiento esperado frente a otros usuarios.

Además será necesario identificar la compatibilidad con otras actividades existentes en el mismo territorio (actividades agrícolas, ganaderas, pesqueras, comerciales, etc.). Hay que tener presente que dos actividades recreativas propiamente pueden resultar incompatibles entre sí en el mismo lugar; por ejemplo, nadar y bucear son incompatibles con actividades acuáticas en embarcaciones a motor.

Hay que indicar también quienes son las autoridades o instituciones con competencias sobre el espacio donde se llevan a cabo las actividades y si existe una normativa que regule la actividad.

En relación a la normativa de aplicación, suele estar recogida en documentos legales y hace referencia, sobre todo, a los permisos, licencias de actividad, seguros, y cualificación certificada de los recursos humanos dedicados a la gestión de la actividad.

Es importante también identificar la institución o instituciones que promocionan la actividad y en que medios.

En la casilla de comentarios adicionales, se consignará toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores. Es importante comentar si la actividad recreativa contribuye, de alguna forma, a estimular el aprecio y conservación de los elementos patrimoniales por parte de los practicantes.

En el apartado de referencias documentales hay que consignar datos sobre informes, planes, programas referidos al diseño y desarrollo de actividades recreativas (estudios de consultoras, informes municipales, normativas, etc.). Además, se recopilará material gráfico como fotos, folletos o similares de la actividad.

B) PRODUCTO TURÍSTICO

A efectos prácticos, se volverá a consignar en la casilla inicial la denominación del producto turístico.

A continuación, se especificará si se trata de un producto turístico o un paquete turístico. En este apartado se distingue entre: productos que incluyen un solo componente y paquetes que pueden presentar una gran variedad de combinaciones. Entre los productos, y como ya se ha avanzado, se le da especial importancia en este trabajo a las experiencias recreativas ya que incluyen elementos constituyentes tanto tangibles como intangibles de gran valor experiencial. Hay que señalar que sobre una misma actividad recreativa pueden diseñarse varios productos y otorgarles una denominación distinta. En ocasiones estas denominaciones se vinculan con el público al que se dirigen (por ejemplo: 'Senderismo en familia'), o describen una modalidad (por ejemplo: 'Domingos históricos en el museo').

En relación a la estructura del producto, se distinguirá entre los programas de un día que se desarrollan durante una jornada completa o media jornada (incluso sólo unas horas como en el caso de las visitas guiadas) o bien los paquetes turísticos que incluyen pernoctación. Entre estos últimos se distinguirá entre los de corta duración (3-5 días), diseñados para fines de semana y puentes (por ejemplo, escapadas de fin de semana en ciudades) y los de media y larga duración (1 semana o más).

Se debe también referir si el producto se ofrece durante todo el año, si está restringido a ciertos periodos (por imposiciones climáticas si se trata de actividades al aire libre, de la disponibilidad de recursos como por ejemplo la fauna, condicionado por las fechas de celebración de un evento cultural, etc.), o si se realiza bajo demanda. Esta información está ligada a la operatividad de la oferta que tiene que ver con el número mínimo viable de clientes necesario para realizar la actividad. También deberá especificarse en que época del año se desarrollan los productos turísticos.

En los comentarios, se identificarán los servicios vinculados que convierten la actividad en un producto o paquete turístico tales como: servicios de restauración (donde se distinguirá entre degustaciones, almuerzo, comida o cena); servicios que facilitan el acceso a una actividad (como entradas a espectáculos o museos), y servicios de transporte y conexiones (aéreas, terrestres o marítimas).

Además, existen productos turísticos que incluyen elementos que aumentan su valor y diferenciación (extensiones del producto) como por ejemplo la participación de personajes relevantes (taller gastronómico con cocineros galardonados, deportistas famosos, etc.), o que la actividad se realice en un momento de máxima concurrencia como pueda ser evento deportivo anual, fiestas o celebraciones especiales.

Seguidamente, se identificará a la empresa o empresas que comercialicen el producto, registrando las diferencias que presentan entre ellas en relación al producto. En el caso de instituciones, es conveniente explicar la jerarquía administrativa, es decir, si es un departamento de un organismo, explicar a qué organismo municipal o supramunicipal pertenece; en el caso de consorcios especificar igualmente la composición de los mismos.

En la ficha de prestatarios de servicios se detallarán todos los datos necesarios sobre la empresa.

El apartado de valor del producto tiene un carácter prescriptivo ya que se trata de identificar aquellos atributos y valores tangibles e intangibles que hacen que el producto sea especial en base a su singularidad. Este valor puede acotarse según escalas a nivel local, regional, nacional e

internacional. Es evidente que en esta valoración el componente 'atractivo' juega un importante papel, pero como ya se ha comentado, un atractivo por sí solo no puede acoger al público sino se acompaña de los equipamientos y servicios necesarios. Por ello, en este caso, un elemento clave de la evaluación es la calidad y adecuación de los equipamientos y servicios que se vinculan al atractivo. Así, un hotel singular o con encanto, equipamientos en total armonía con el entorno, experiencias recreativas singulares, únicas, emotivas, etc. y todo esto llevado por profesionales altamente especializados suele ser garantía de éxito.

Es conveniente identificar la existencia y características de otros productos similares que se estén ofreciendo en zonas cercanas.

Otro elemento importante a analizar es la importancia que el producto tiene para el destino ya que un producto además de relevante económicamente para el sector turístico, puede socialmente erigirse como un valor identitario del destino.

Finalmente, es de gran importancia poder constatar información en relación a la satisfacción de los clientes respecto al producto turístico. Esta información se puede recabar a partir de los resultados de encuestas de satisfacción (en posesión de la empresa, del destino turístico, etc.) y también de foros de opinión en internet. Hay que considerar que para que sea una información rigurosa debe provenir de estudios cuantitativos; la información cualitativa no contrastada debe tratarse con todas las cautelas necesarias.

Para acabar esta ficha, se propone añadir todos los comentarios adicionales relevantes necesarios sobre aquellos aspectos que no han sido incluidos en otros apartados. Es importante comentar si el producto turístico contribuye, de alguna forma, a estimular el aprecio y conservación de los elementos patrimoniales por parte de los practicantes y el desarrollo local.

Además, se adjuntarán documentos sobre planes, fichas de productos, catálogos, direcciones de sitios web, etc. y toda aquella documentación gráfica relacionada con el producto turístico.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Hammit, W.E. y Cole, D.N. (1987). *Wildland Recreation Ecology and Management*. Ed. John Wiley & Sons. New York, 328 pp.
- Liddle, M.J. (1997). *Recreation Ecology: The Ecological Impact of Outdoor Recreation*. Springer, 639 pp.
- Luque Gil, A.M. (2004). *Los factores de localización espacial para actividades turístico-deportivas en la naturaleza*. Ed. Universidad de Málaga, Colección Estudios y Ensayos (vol.92), 295 pp.
- Soriadis, M. y Gursoy, D. (2016). *The handbook of Managing and marketing Tourism experiences*. Ed. Emerald Group Publishing Ltd., 547 pp.
- Viñals, M.J. (ed.) (2002). *Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales*. Ed. Organismo Autónomo Parques Nacionales. Ministerio de Medio Ambiente (4 vols), 229 pp.
- UNEP (2005). *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers*. Ed. UNEP: OMT/WTO/BTO, 222 pp.

ACTIVIDAD RECREATIVA Y/O PRODUCTO TURÍSTICO

1. DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD RECREATIVA Y/O PRODUCTO TURÍSTICO

| | |
|---|--|
| Denominación de la actividad o producto | |
| Otras denominaciones | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. DENOMINACIÓN DEL SITIO/S O DESTINO¹ DONDE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD Y/O PRODUCTO

| | |
|--|--|
| Denominación del/los sitio/s o destino/s | |
| Otras denominaciones | |

¹ Destino: área geográfica que es actualmente o potencialmente atractiva a los visitantes/turistas y que tiene infraestructuras y equipamientos turísticos así como una oferta turística estable.

4. LOCALIZACIÓN DONDE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD Y/O PRODUCTO

| | | | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Coordenadas ² | GEOGRÁFICAS | | | | UTM (10x10) | | | |
| | <input type="text"/> |
| Dirección | | | | | | | | |
| Localidad | | | | | Código Postal | | | |
| Comarca/Región | | | | | País | | | |
| Accesibilidad local (medios de transporte público en el destino) | | | | | | | | |
| Mapa de localización | | | | | | | | |

² Indicar las coordenadas geográficas o UTM del punto de inicio de la actividad.

5. TIPO DE USUARIO/CLIENTE

| | | | |
|--|----------------------|----------------|------------------|
| Tipo de usuario/cliente | % Local: | % Nacional: | % Internacional: |
| Comentarios (características sociodemográficas, rasgos de personalidad, motivaciones, etc.) | | | |
| El usuario/cliente repite actividad (fidelización) | <input type="text"/> | a - Sí; b - No | |
| Comentarios (existencia de visitantes y/o usuarios de proximidad, etc.) | | | |

A) ACTIVIDAD RECREATIVA

| | | |
|--|----------------------|---|
| Nombre de la actividad recreativa | | |
| Tipo de actividad¹ | | |
| Desde el punto de vista motivacional | <input type="text"/> | a - Lúdica o de entretenimiento (baños de mar, paseos, asistencia a espectáculos, degustaciones gastronómicas, etc.); b - Deportiva y aventurera (senderismo, <i>trekking</i> , ciclismo, escalada, buceo, remo, <i>rafting</i> , paseos a caballo, etc.); c - Educativa e interpretativa (ruta interpretativa, visita cultural, talleres artesanos, observación de fauna, etc.) |
| Especialización | <input type="text"/> | a - Generalista; b - Especializada; c - Altamente especializada; d - Actividad adaptada; e - A medida del cliente; f - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |
| ¹ Clasificación (ver cuadro ACT1 en texto introductorio) | | |
| Descripción de las características | | |
| Atractivos con los que está relacionada | | |
| Condiciones específicas necesarias del lugar para la realización de la actividad (condiciones climáticas, recursos, superficie necesaria, etc.) | | |
| Descripción de la actividad (detallar las acciones que se llevan a cabo durante su desarrollo) | | |
| Duración de la actividad | | |
| Requerimientos físicos del practicante (aptitud física, estado de salud, edad mínima o máxima, altura, etc.) | | |
| Equipo necesario (prismáticos, casco, calzado deportivo, protección solar, equipo de escalada, caballo y equipo de monta, bicicleta, kayak, botellas oxígeno, etc.) | | |
| Riesgos y medidas de seguridad (describir los posibles riesgos asociados a la actividad y las medidas de seguridad previstas) | | |
| Equipamientos necesarios (sendero, centro de interpretación, señalética, área de picnic, aseos, aparcamiento, observatorios de aves, etc.) | | |
| Comentarios (especificar si los equipamientos son públicos o privados, el estado de conservación, tareas de mantenimiento, etc.) | | |

Impactos potenciales

| Elemento impactado | Impactos ¹ | Causas ² | Efectos sobre el sitio/elemento | Magnitud ³ | Medidas preventivas/correctoras ⁴ |
|---|-----------------------|---------------------|---------------------------------|-----------------------|--|
| Geología | | | | | |
| Agua | | | | | |
| Vegetación | | | | | |
| Fauna | | | | | |
| Suelo | | | | | |
| Paisaje | | | | | |
| Patrimonio cultural | | | | | |
| Comunidad local | | | | | |
| Equipamientos | | | | | |
| Visitantes realizando otras actividades | | | | | |
| Otros (especificar en comentarios) | | | | | |

Comentarios

¹ **Impactos:** **a** - Residuos; **b** - Ruidos; **c** - Contaminación (basuras, CO₂, etc.); **d** - Pérdida de masa forestal; **e** - Deterioro al patrimonio; **f** - Desaparición de especies faunísticas; **g** - Introducción de especies exóticas; **h** - Pérdida de funcionalidad del sistema; **i** - Destrucción de hábitats; **j** - Deterioro y desmantelamiento de monumentos; **k** - Pérdida de modos y costumbres tradicionales; **l** - Deterioro de la calidad paisajística; **m** - Otros (especificar en comentarios)

² **Causas** (se vincularán a las acciones específicas que realizan durante el desarrollo de la actividad): **a** - Pisoteo; **b** - Roce de paredes; **c** - Excesivo número de visitantes; **d** - Apertura de atajos; **e** - Molestias a fauna; **f** - Atropello de fauna; **g** - Alteración procesos naturales; **h** - Vandalismo; **i** - Expolio; **j** - Erosión y corrosión; **k** - Intrusiones y obstrucciones visuales en los paisajes; **l** - Otros (especificar en comentarios)

³ **Magnitud:** **1** - Impacto severo; **2** - Impacto alto; **3** - Impacto moderado; **4** - Impacto bajo; **5** - Sin impacto

⁴ **Medidas preventivas y correctoras:** especificar si entre otras medidas existe un Código de Conducta Ética y/o un Código de Etiqueta.

Compatibilidad con otras actividades
(especificar la incompatibilidad espacial y/o temporal entre las actividades existentes: agricultura, pesca, ganadería, otras actividades turísticas, etc.)

Autoridades/instituciones con competencias sobre el espacio o elemento donde se desarrolla la actividad (públicos y/o privados)

Normativa de aplicación
(permisos, licencias, seguros, cualificación de los recursos humanos, etc.)

Institución/es que promociona/n la actividad (canales de comunicación, etc.)

Comentarios adicionales

Referencias bibliográficas y documentales

Documentos gráficos
(fotografías de la actividad, folletos, web, etc.)

B) PRODUCTO TURÍSTICO

| | | | |
|--|--------------------------|--|---------------------|
| Nombre del producto turístico | | | |
| Tipo de producto | | | |
| Según componentes | <input type="checkbox"/> | Producto turístico (1 componente): a - Experiencia recreativa; b - Viaje; c - Plaza alojamiento; d - Manutención; e - Transporte; f - Otros (especificar en comentarios) | |
| | <input type="checkbox"/> | Paquete turístico (≥ 2 componentes): a - Experiencia recreativa + transporte; b - Experiencia recreativa + alojamiento; c - Experiencia turística + manutención; d - Transporte + alojamiento; e - Alojamiento + manutención; f - Transporte + alojamiento + manutención; g - Todo incluido; h - Otros (especificar en comentarios) | |
| Alcance del programa | <input type="checkbox"/> | a - Programa de unas horas; b - Programa de media jornada; c - Programa de una jornada; d - Programa de un día con pernoctación; e - Programa de corta duración (fin de semana o puentes); f - Programa una semana; g - Programas de larga duración (15 días, Grand tour, etc.); h - Otros (especificar en comentarios) | |
| Implementación del producto | <input type="checkbox"/> | a - Bajo demanda; b - Producto ocasional; c - Producto estacional (por razones del atractivo, del espacio o del clima); d - Producto programado; e - Producto regular; f - Otros (especificar en comentarios) | |
| Estacionalidad (fechas del año en que se ofrece el producto) | | | |
| Comentarios (describir los componentes y/o servicios del producto y el número mínimo de clientes para activarlo, extensiones del producto, etc.) | | | |
| Empresa/s e institución/es que comercializan el producto ¹ (incluir datos de contacto) | | | |
| Precio aproximado (PVP) | Temporada baja: | Temporada media: | Temporada alta: |
| | Comisionable %: | Grupos: | Nº mínimo y máximo: |
| Comentarios (identificar empresas que comercializan el producto y señalar las diferencias existentes entre las mismas) | | | |
| ¹ Vincular a la/s ficha/s de prestatario de servicios, bloque de 'Empresas de Servicios Turísticos (C)' y/o de 'Empresas de Viajes y de Intermediación (D)' para describir los aspectos de promoción y comercialización del producto. | | | |
| Valoración del producto | | | |
| Atributos y valores del producto | <input type="checkbox"/> | 1 - Producto convencional; 2 - Producto único y singular a escala local; 3 - Producto único y singular a escala regional; 4 - Producto único y singular a escala nacional; 5 - Producto único y singular a escala internacional | |
| Comentarios (especificar los atributos que hacen único y singular el producto: atractivo singular, hoteles con encanto o singulares, experiencia recreativa especial, recursos humanos altamente especializados, etc.) | | | |

EDITORIAL

| | | |
|---|----------------------|---|
| Análisis de los competidores (describir qué se ofrece, dónde y con qué características en destinos cercanos) | | |
| Importancia socioeconómica del producto | <input type="text"/> | 1 - Irrelevante ; 2 - Aún irrelevante pero con tendencia al crecimiento; 3 - Producto estable (forma parte de la oferta regular de las empresas); 4 - Importante (está entre los tres más importantes ofertados por las empresas); 5 - Muy importante (producto consolidado que da identidad al destino) |
| Valoración de la satisfacción | <input type="text"/> | 1 - Expectativas insatisfechas; 2 - Expectativas por debajo de lo esperado; 3 - Expectativas satisfechas; 4 - Expectativas por encima de los esperado; 5 - Muy satisfecho |
| Comentarios adicionales | | |
| Referencias bibliográficas y documentales | | |
| Documentos gráficos (fotografías de la actividad, folletos, web, etc.) | | |

10

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO'

INTRODUCCIÓN

La interpretación del patrimonio es una herramienta que permite el acercamiento intelectual y personal de los visitantes al patrimonio; por tanto, se enmarca en el ámbito de la comunicación estratégica. Muchas instituciones y administraciones públicas han identificado la interpretación del patrimonio como un instrumento clave para dar a conocer el patrimonio al público y organismos internacionales como UNESCO, ICOMOS, UICN, etc. impulsan su utilización en los procesos de puesta en valor del patrimonio.

Uno de los objetivos principales de la interpretación del patrimonio consiste en establecer relaciones significativas entre el público y los elementos patrimoniales y para ello se vale de numerosas técnicas, medios y actividades, pero siempre sobre la base de brindar una experiencia auténtica y memorable basada en emociones y sentimientos que persiguen el desarrollo de actitudes y comportamientos de respeto, aprecio por el patrimonio.

La interpretación del patrimonio debe ser planificada y convenientemente plasmada en programas que, habitualmente se enmarcan en la planificación del uso público y turístico de los sitios y también en los programas de comunicación.

La presente ficha intenta, en primer lugar, realizar un diagnóstico del sitio o elemento para conocer la situación de partida en cuanto al desarrollo de actividades interpretativas llevadas a cabo, así como los resultados obtenidos en su implementación. En la segunda parte de la ficha, se facilita la información necesaria a recabar para poder preparar un programa de Interpretación. Es evidente que el desarrollo de esta ficha va vinculado a las correspondientes de elementos patrimoniales.

Esta ficha incluye 7 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del sitio o elemento/s a interpretar

El apartado 1 hace referencia a la denominación del sitio o elemento/s. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Diagnóstico sobre interpretación

Este apartado pretende conocer todas aquellas actividades interpretativas llevadas a cabo en el sitio o elemento/s. Así, se propone identificar aquellos documentos en los que se haya incluido aspectos referidos a la interpretación del patrimonio y definir en qué medida fueron implementados y con qué resultados.

Los datos sobre visitantes siempre resultan de gran utilidad ya que son orientadores sobre la toma de decisiones futura en cuanto a qué segmentos de demanda se deben abordar en acciones futuras. Conocer el perfil sociodemográfico y los rasgos de personalidad es fundamental para redactar futuros programas de interpretación.

En los comentarios se incluirán datos acerca del número de visitantes, resultados de encuestas, materiales divulgativos, medios personales y materiales, así como los equipamientos con los que ya cuenta el sitio (senderos, centros de interpretación, señalética, observatorios, miradores, etc.)

La evaluación de los resultados de los programas de interpretación podrá considerarse si existen encuestas de satisfacción de los visitantes o a través de entrevistas a testigos privilegiados, comentarios en la web o en redes sociales, etc.

4. Planificación de la interpretación

La planificación interpretativa tiene por objetivo crear actividades que además de conocimiento, transmitan emociones y generen en los visitantes sentimientos positivos que desarrollen actitudes y comportamientos de aprecio y disfrute del patrimonio.

En este apartado, en primer lugar, deben quedar establecidos los objetivos de la planificación interpretativa. En este sentido, se propone tomar en consideración cuatro tipos de objetivos: cognitivos, emocionales, actitudinales y promocionales. En un programa de Interpretación no es necesario incluir objetivos de todos los tipos, simplemente se presentan a modo ilustrativo.

La siguiente cuestión a abordar es definir los mensajes, temas o ideas principales. Para ello, lo primero es identificar los tópicos o temática general en donde se van a inscribir. El tópico es el asunto sobre el que versa una presentación interpretativa (bosques, gestión del agua, tradiciones, monumentos, naturaleza, pesca, agricultura, oficios tradicionales, antiguas civilizaciones, fauna marina, infraestructuras históricas, etc.).

El mensaje o tema es la idea principal que se quiere transmitir sobre el sitio o elemento. Se sustenta en conceptos o pensamientos de significación trascendente (capaz de recordar otros conceptos o hechos) y relevante (la relación del destinatario con el tema debe ser personal, una realidad vista a través de experiencias propias). Están basados en las creencias profundas o valores universales que comparten todas las personas (la vida, el amor, el bienestar, la familia, la salud, la amistad, la paz, el conocimiento, el cambio, la historia, el trabajo, la felicidad, la belleza, el dolor, el miedo, la muerte, etc.).

Por estas razones, y a efectos prácticos, se propone consignar toda la información necesaria para la redacción del mensaje siguiendo un cuadro, en donde cada mensaje o tema se relaciona con su objetivo correspondiente, con un tópico, con un concepto universal y además se identifica el elemento patrimonial que representa o materializa mejor el mensaje. La elección del elemento patrimonial se basará en su valoración turística (lo que le hace único, raro, especial, merecedor de la visita, etc.), sus características físicas (tamaño, fragilidad, visibilidad, capacidad de carga, etc.), su localización en la secuencia (ruta, itinerario, etc.), su potencial para inscribirlo en una historia o contexto mayor, los atributos intangibles que lleva asociados, la percepción que tiene el público del recurso, etc.

Hay que señalar que los mensajes deben ser comprensibles, fácil de procesar mentalmente y así permitir al receptor que conecte emocionalmente con el recurso patrimonial. Se expresan en una frase sencilla que desarrolla la idea y debe contener: sujeto, verbo y predicado. También hay que comentar que puede haber diversos temas vinculados a un mismo tópico y viceversa, un mensaje vinculado a diversos tópicos.

Es evidente además que debe existir una selección de los mensajes que se quieren transmitir sobre el sitio o elemento/s (máximo 3) y que corresponde a los planificadores y gestores del sitio y/o elemento la elección de los mismos. Para esta tarea se llevarán a cabo consultas con expertos arqueólogos, historiadores, naturalistas, geógrafos, etc., y con gestores.

Por otra parte, se propone la elección de las actividades interpretativas más apropiadas para la transmisión de los mensajes. A este respecto, se propone una serie de ellas (ruta interpretativa, teatralización, recreación histórica, charla interpretativa, talleres, etc.), debiendo justificar en el apartado de comentarios la oportunidad de desarrollar cada una de ellas. En cualquier caso, sea cual sea la actividad seleccionada, no se puede olvidar que además de tener un tema y ser relevante, la interpretación debe ser amena y organizada.

Una parte importante del desarrollo del tema lo constituye el relato o guion interpretativo, que tiene como misión proveer la base contextual y argumental del mensaje. De este modo, se debe preparar un relato, Este se estructura en tres partes: una introducción, desarrollo o cuerpo principal y conclusiones. En la introducción, se presentan los elementos clave de la historia; el cuerpo del guion desarrolla los argumentos que profundizan en el mensaje, utilizando como soporte físico por ejemplo las estaciones interpretativas de una ruta o los actos teatrales de una representación; las conclusiones recapitulan sobre los temas o ideas desarrolladas y recalcan el mensaje principal a modo de idea final o reflexión que permita al visitante asimilar los resultados y temas tratados.

En la redacción del guion narrativo, los escritores de textos interpretativos (profesionales competentes en la redacción de textos de productos interpretativos como carteles, folletos, libros, paneles para rutas autoguiadas, exposiciones, etc.) pueden utilizar ejemplos, metáforas, símiles, analogías, personificaciones, y situaciones imaginarias para facilitar la comprensión del receptor. Se debe encontrar la mejor forma de articular los elementos de la historia para presentarlos a los visitantes. El mensaje o idea principal debe aparecer, fundamentalmente, al principio y final del relato.

Se recomienda, como se ha comentado, no incluir más de tres mensajes en una actividad interpretativa para no saturar la capacidad de asimilación de un visitante no cautivo que se encuentra, durante su tiempo de ocio, realizando actividades recreativas de forma voluntaria con una duración que nunca va a exceder una hora.

En el diseño del relato o guion debe tenerse en cuenta la audiencia a la que se dirige ya que, si bien los mensajes serán los mismos, el relato se tendrá que adaptar a las capacidades intelectuales de cada público (escolares, especialistas, etc.) para asegurarse de que los visitantes conectan con aquello que se les quiere transmitir. Así, además del perfil sociodemográfico es necesario conocer las motivaciones, preferencias, grupo social,

organización del viaje, los rasgos de personalidad y las experiencias y conocimientos previos sobre el lugar o elemento patrimonial, etc. y los canales de comunicación habituales de cada audiencia.

Otro factor importante a tener en cuenta es determinar si el relato va a ser utilizado en presentaciones orales por los guías-intérpretes, o bien si se trata de un texto para la elaboración de paneles interpretativos, folletos o mapas. En cada caso, sería interesante seleccionar el medio que mejor transmita el mensaje a la audiencia, siempre que sea posible. En cualquiera de los dos casos, es importante tener presente que en el desarrollo del relato hay que mantener una secuencia interpretativa clara y organizada. La información debe ser transmitida de forma organizada, siguiendo un esquema más o menos explícito para que el público pueda establecer vínculos entre las diferentes unidades de información, y pueda ir desde lo más simple a lo complejo. En el caso de rutas interpretativas, por ejemplo, la secuenciación se apoya mucho en el diseño del patrón de la visita con la finalidad de organizar de manera coherente los contenidos del programa de interpretación (estaciones interpretativas, secuenciación, dinámica de la visita, etc.). Un buen patrón de la visita además evita problemas de congestión, distribuye espacialmente la carga de visitantes y evita impactos sobre el patrimonio. Dentro del patrón de la visita se debe determinar cada una de las estaciones interpretativas (paradas) que forman parte de la visita y adjudicar a cada una de ellas un mensaje o idea principal en torno a la cual se organice el discurso narrativo junto a otras ideas complementarias.

Un aspecto muy importante de la interpretación es su relación con las emociones. Se pretende, no solo que el visitante aprenda durante el desarrollo de la actividad interpretativa, sino que sienta emociones. Para ello, el programa debe basarse en experiencias personales. De este modo, cualquier actividad interpretativa que se diseñe debe de incluir necesariamente la componente emocional que conecte personalmente el sitio y/o elemento, con el visitante. De esta forma, se propone en la ficha toda una serie de refuerzos experienciales que se pueden aplicar de forma generalizada.

Se deberá pues elegir a continuación el medio interpretativo que se va a utilizar, distinguiendo entre medios materiales y medios no personales, y además se identificarán los equipamientos necesarios para la implementación del programa. La elección de los medios va a depender de determinados factores como es el presupuesto, los mensajes que se quieran transmitir, los destinatarios, el lugar donde se va a llevar a cabo la interpretación, etc.

En el caso de medios personales, es importante prever una buena capacitación del personal que se vaya a dedicar al desarrollo del programa de interpretación ya que es la clave del éxito de su implantación y de la calidad de la experiencia turística.

5. Comentarios adicionales

En este apartado debe de señalarse toda la información relevante que no haya sido tratado en la ficha y que merezca especial atención.

6. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la realización de la ficha.

7. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento del programa de interpretación. Así, se incluirán fotografías, mapas, folletos, guías interpretativas, infografías, etc.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Carter, J. (ed.) (2001). *A Sense of Place. An interpretive planning handbook*. Ed. Scottish Natural Heritage/Scottish Enterprise/Highlands and Islands Enterprise/Scottish Tourist Board/European Life Programme, 50 pp.

Ham, S. (2013). *Interpretation: Making a Difference on Purpose*. Ed. Fulcrum Publishing, 291 pp.

ICOMOS (2007): *The ICOMOS Charter for the Interpretation and Presentation of Cultural Heritage Sites*. Ed. International Council on Monuments and sites (ICOMOS).

Lancaster County Planning Commission (2007). *Telling Our Stories. An Interpretation Manual for Heritage Partners*. Ed. Lancaster County Planning Commission, 90 pp.

Morales, J. (2001). *Guía práctica para la interpretación del patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Colección Difusión. Consejería de Cultura (Andalucía), 315 pp.

Tilden, F. (1957). *Interpreting our Heritage*. Ed. University of North Carolina Press, North Carolina, 119 pp.

INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

1. DENOMINACIÓN DEL SITIO O ELEMENTO/S A INTERPRETAR

| | |
|-------------------------------------|--|
| Denominación del sitio o elemento/s | |
| Otras denominaciones | |
| Institución responsable | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. DIAGNÓSTICO SOBRE INTERPRETACIÓN

| | | |
|---|--------------------------|--|
| Herramientas de interpretación existentes | <input type="checkbox"/> | 1 - No hay documentos de Interpretación; 2 - En algún documento de gestión se incluyen aspectos de Interpretación; 3 - Tiene Programa de Interpretación sin implementar; 4 - Tiene Programa de Interpretación parcialmente implementado; 5 - Tiene Programa de Interpretación plenamente implementado |
| Nombre del documento y descripción | | |
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | | |
| Sitio o elemento/s con el que se vincula la interpretación | | |
| Datos sobre la audiencia real existente | | |
| Comentarios (número de visitantes, resultados de encuestas, materiales divulgativos, medios personales y materiales, equipamientos, etc.) | | |

4. PLANIFICACIÓN DE LA INTERPRETACIÓN

4.1. Objetivos

| | |
|--|--|
| Cognitivos (intentan satisfacer necesidades de crecimiento personal a través del conocimiento) | |
| Emocionales (tienen como objetivo proporcionar experiencias memorables a los visitantes) | |
| Actitudinales (buscan en los visitantes el desarrollo de actitudes y comportamiento de respeto y aprecio por el patrimonio) | |
| Promocionales (se orientan hacia el fortalecimiento de la imagen institucional y su reputación y para facilitar la gestión del sitio) | |

4.2. Mensajes, temas o ideas principales

| Objetivo | Tópico o asunto general ¹ | Mensaje o tema ² | Concepto universal ³ | Elemento/s patrimonial portador del mensaje ⁴ |
|----------|--------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Comentarios

¹ El tópico es el asunto o temática general sobre el que versa una presentación interpretativa (bosques, gestión del agua, tradiciones, monumentos, naturaleza, pesca, agricultura, oficios tradicionales, antiguas civilizaciones, fauna marina, infraestructuras históricas, etc.)

² Es la idea principal que se quiere transmitir sobre el sitio o elemento. Para cada actividad interpretativa se considerará un máximo de tres.

³ Son valores o creencias profundas que comparten todas las personas (la vida, el amor, el bienestar, la familia, la salud, la amistad, la paz, el conocimiento, el cambio, la historia, el trabajo, la felicidad, la belleza, el dolor, el miedo, la muerte, etc.)

⁴ Se trata de identificar aquellos elementos que mejor materialicen o que den visibilidad al mensaje.

4.3. Actividades interpretativas

Actividades interpretativas

a - Ruta interpretativa; **b** - Charla interpretativa (museo, centro de interpretación, etc.); **c** - Teatralización; **d** - Recreación histórica; **e** - Demostraciones o talleres artesanales; **f** - Actuaciones; **g** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios

4.4. Relato o guion interpretativo

Resumen del relato o guion interpretativo (introducción, desarrollo o trama y conclusión)

Temas o mensajes con los que se relaciona

Audiencia a la que se dirige (turistas especializados, grupos escolares, público generalista, etc.)

Descripción de la secuencia interpretativa (especificar orden de las estaciones interpretativas de una ruta, patrón de la visita, actos teatrales, etc.)

Comentarios

4.5. Refuerzos experienciales

Refuerzos experienciales

a - Estimular la utilización de todos los sentidos en la percepción del lugar; **b** - Dirigir las acciones hacia emociones positivas; **c** - Facilitar la conexión emocional con el lugar y/o elemento a través de pensamientos o recuerdos positivos del pasado (memorias personales o familiares, experiencias, imágenes mentales, etc.); **d** - Vincular el atractivo al patrimonio intangible; **e** - Generar conexiones intelectuales para que los nuevos conocimientos se asocien a elementos cognitivos previos (recuerdos, ideas, creencias, sentimientos, modelos, experiencias anteriores, etc.); **f** - Utilizar preferentemente medios personales (guías-intérpretes); **g** - Procurar confort físico y psicológico a los visitantes durante la actividad; **h** - Identificar iconos interpretativos que resulten familiares, amigables y fáciles de comprender; **i** - Personalizar el tema en primera persona (yo, nosotros, nosotros mismos, nuestras familias, nuestra salud, etc.); **j** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios

4.6. Medios interpretativos

| | | |
|-------------------|----------------------|---|
| Medios materiales | <input type="text"/> | a - Medios impresos (folletos, guías, libros, mapas, boletines informativos, guías del maestro, etc.); b - Paneles y carteles; c - Aplicaciones multimedia (audiovisuales, informáticas, audio-guías, etc.); d - Aplicaciones interactivas; e - Otros (especificar en comentarios) |
| Medios personales | <input type="text"/> | a - Guías-intérpretes; b - Monitores ambientales; c - Anfitriones locales; d - Guías turísticos; e - Artesanos; f - Actores; g - Otros (especificar en comentarios) |
| Equipamientos | <input type="text"/> | a - Señalización interpretativa; b - Centro de Interpretación; c - Senderos e itinerarios; d - Estaciones interpretativas; e - Escenografías; f - Musealizaciones; g - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

4.7. Plan para la Formación de Guías-intérpretes

| | | |
|------------------------|----------------------|--|
| Necesidades formativas | <input type="text"/> | a - Formación de profesionales del guiaje turístico (formación continua); b - Formación <i>ex-novo</i> de guías intérpretes; c - Formación de formadores; d - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | <input type="text"/> | |

5. COMENTARIOS ADICIONALES

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

7. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, folletos, paneles, etc.)

11

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha de 'DEMANDA TURÍSTICA'

INTRODUCCIÓN

Un punto de partida importante para poder evaluar proyectos de puesta en valor del patrimonio, es la identificación de la demanda. La demanda turística se define, según la Organización Mundial del Turismo, como: “el conjunto de personas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades”.

Hay que recordar que la demanda es un elemento de análisis fundamental también desde la perspectiva de la economía turística ya que la capacidad de gasto de los turistas resulta determinante para el sector durante la estancia de los turistas en el destino. No obstante, el enfoque de esta ficha de demanda se centra en los aspectos motivacionales que son los que están ligados estrechamente con los atractivos del lugar y con los aspectos de puesta en valor turístico de los mismos. Otros elementos que afectan a la demanda como son las infraestructuras turísticas o los precios de los productos y servicios, se abordan en otras fichas.

En esta ficha se ha considerado como parte de la demanda tanto a excursionistas o visitantes de un solo día que no pernoctan en destino, como a los turistas propiamente. Éstos permanecen, al menos, 24 horas en el destino y hacen uso de los servicios de alojamiento.

En los estudios de la demanda turística, se distingue entre: la demanda real y la demanda potencial. La demanda real es el número actual de personas que viajan y se han desplazado al destino para participar en actividades turísticas en un momento dado. Mientras, que la demanda potencial se refiere a aquéllos que podrían visitar el lugar en un futuro para llevar a cabo actividades turísticas.

El método de trabajo habitual para tener información sobre la demanda son las encuestas, recuentos, consultas a bases de datos, etc. Se tienen que realizar de forma regular y periódica para que realmente resulten de utilidad y se pueda conocer la evolución en el tiempo y el comportamiento que está teniendo el destino.

Es evidente, que en una ficha de estas características no se pueden abordar en profundidad todos los aspectos del análisis de la demanda turística ni tampoco extraer conclusiones detalladas; simplemente se propone como herramienta básica predictiva para identificar futuros trabajos específicos relacionados con la demanda turística.

Esta ficha incluye 7 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del destino o elemento/s para el que se realiza el análisis

Este primer apartado se identifica el elemento o destino para el que se realiza el estudio de demanda, debiendo definirse cuál es la institución promotora del estudio.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Demanda real

En este apartado se pretende abordar el análisis de la demanda real en función del estudio de determinados datos cuantitativos y cualitativos. Estos datos son importantes para conocer la factibilidad de las actividades turísticas.

De esta forma, se plantea conocer la información previa sobre demanda real y, especialmente, sobre el comportamiento del turista, al objeto de conocer sus motivaciones y necesidades. Esta información servirá para tener una idea de los términos en los que se ha desarrollado la actividad e identificar para que segmentos del mercado turístico ha resultado interesante la oferta del destino, incluso permitirá orientar futuras actuaciones.

Así, en primer lugar, debe consignarse la fecha de realización y métodos que se han empleado en la recogida de datos con el fin de conocer el nivel de actualización de los mismos, ya que la demanda es un elemento cambiante y flexible que evoluciona con el tiempo y con las nuevas tendencias.

Es importante aportar una cifra aproximada del volumen de turistas que integra la demanda real para poder conocer la magnitud del fenómeno turístico en el lugar. Los datos relativos a los periodos de máxima y mínima afluencia son de ayuda para entender la estacionalidad del destino.

Un análisis a lo largo de los últimos años resulta muy informativo para conocer cuál ha sido la evolución reciente de la situación. Si fuera posible, es interesante identificar los factores (internos y externos) de cambio.

Hay que señalar que resulta muy difícil estimar la cifra de excursionistas porque no se suelen registrar en el destino por lo que su volumen siempre estará infrarrepresentado.

Además, se propone la caracterización de los visitantes a partir de su condición de turistas o excursionistas, su procedencia geográfica y algunos rasgos de su perfil sociodemográfico (edad, género, nivel de estudios, etc.), características organizativas del viaje, los canales de información a partir de los que habitualmente se informan y, sobre todo, hay que consignar las motivaciones que inspiran la visita al destino o lugar. Esta información es de suma importancia a la hora de realizar la puesta en valor y dinamización turística de los atractivos y del destino en sí mismo.

Existen múltiples motivos que inducen a las personas a visitar un destino. En esta obra se presenta una propuesta donde se agrupan por afinidad. Además se solicita añadir información sobre la organización del viaje en relación a la composición del grupo, si se trata de viajes organizados o libres, el medio de transporte utilizado, tipo de alojamiento, la duración media de la estancia, momentos del año en que se viaja, etc.

A continuación, se identificará cuáles han sido los prescriptores que han influido en la toma de decisión de una persona a la hora de emprender un viaje y también se mencionará los canales de información con los que está familiarizado.

Para concluir este apartado, se solicita información acerca de la satisfacción de los visitantes. Para ello, se propone en esta ficha aportar simplemente datos relativos al cumplimiento de las expectativas del visitante, estableciendo el grado en que han sido satisfechas. La satisfacción, además es un factor determinante de la fidelización al lugar y la recomendación del sitio a otros visitantes, por ello ambos aspectos deben de ser valorados.

4. Demanda potencial

La demanda potencial se refiere a turistas y/o excursionistas que aún no han visitado el destino o lugar pero que pueden llegar a convertirse en demanda real si la oferta del destino responde a sus expectativas. Este sería el caso de destinos turísticos emergentes u otros en proceso de revitalización tras haber incorporado a la oferta nuevas actividades recreativas y productos turísticos.

Para conocer el perfil del futuro cliente, se propone en esta ficha la utilización de herramientas de evaluación comparativa (*benchmarking*) aplicadas a identificar otros destinos exitosos que presentan una oferta turística similar (identificando los atributos más importantes de la experiencia turística). También hay que analizar a los competidores directos, centrandolo en los productos que ofrecen, sus estrategias promocionales, así como sus puntos fuertes y débiles. Finalmente, se identificarán las tendencias relativas a mercados geográficos y/o modalidades turísticas basadas en investigaciones llevadas a cabo por expertos y especialistas del sector para así poder adecuar la oferta en la medida de lo posible a las preferencias de la demanda futura.

Hay que mencionar que habitualmente las organizaciones nacionales e internacionales dedicadas al turismo realizan análisis de este tipo, por lo que se pueden utilizar en este caso para documentar este apartado.

5. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

6. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas (encuestas, etc.) para el análisis de la demanda.

7. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento de estudios de demanda del destino. Así, se incluirán fotografías, gráficos, etc., citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Callejo, J., Gutierrez, J. y Viedma, A. (2003). *Análisis empírico de la demanda turística*. Ed. Universitaria Ramón Areces, 368 pp.

Frechtling, D. (2001). *Forecasting tourism demand: methods and strategies*. Ed. Butterworth-Heinemann, Oxford, 278 pp.

Ryan, C. (2003). *Recreational tourism: demand and impacts*. *Aspects of tourism* 11. Ed. Channel View Publications, 359 pp.

Spendolini, M.J. (2005). *Benchmarking*. Ed. Norma, 312 pp.

DEMANDA TURÍSTICA

1. DENOMINACIÓN DEL DESTINO¹ O ELEMENTO/S PARA EL QUE SE REALIZA EL ANÁLISIS

| | |
|--|--|
| Denominación del destino o elemento/s para el que se realiza el análisis | |
| Institución promotora del estudio de demanda | |
| Plan o proyecto asociado al estudio de demanda | |

¹ Destino: área geográfica que es actualmente o potencialmente atractiva a los visitantes/turistas y que tiene infraestructuras y equipamientos turísticos así como una oferta turística estable.

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. DEMANDA REAL

3.1. Análisis previos

| | | |
|--------------------------------|----------------------|---|
| Estudios de demanda existentes | <input type="text"/> | 1 - No hay estudios previos; 2 - En algún documento de gestión se incluye información sobre la demanda real; 3 - Tiene metodología redactada para llevar a cabo estudios de demanda real pero no se ha implementado; 4 - Se ha llevado a cabo algún estudio de demanda real; 5 - Se hacen estudios de demanda real con regularidad |
| Comentarios | | |

3.2. Información sobre la demanda real

| | | | | | |
|--|--|-------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| Descripción (periodo de la toma de datos, método, alcance, etc.) | | | | | |
| Número de turistas (datos recientes, indicando si se trata de una estimación o de una cifra exacta y especificar los periodos establecidos para cada estación) | Anual: | | | | |
| | Temporada alta ² : | | | | |
| | Temporada baja ² : | | | | |
| | Temporada media ² : | | | | |
| | Máximo número de visitantes registrados en un día: | | | | |
| Análisis evolutivo (tendencias detectadas en los últimos años) | | | | | |
| Perfil sociodemográfico del turista (expresar resultados en porcentajes y/o cifras absolutas) | % Turistas: | | % Excursionistas: | | |
| | % Local: | % Regional: | % Nacional: | % Internacional: | |
| | % Lugar de residencia: | | | | |
| | % Mujeres: | | % Hombres: | | |
| | % <14 de edad: | % 14-18 de edad: | % 19-34 de edad: | % 35-64 de edad: | % >65 de edad: |
| | % Estudios primarios: | % Estudios secundarios: | % Enseñanzas profesionales: | % Estudios universitarios: | % Otros (especificar en comentarios): |
| | % Estudiantes: | % Población activa: | % Desempleados: | % Jubilados: | |

| | | |
|--|----------------------|--|
| Motivaciones | <input type="text"/> | a - Recreacionales (buscan el bienestar en base a actividades de ocio y entretenimiento como vacaciones, diversión, gastronomía, descanso, etc.); b - Negocios, congresos y convenciones; c - Desarrollo personal y motivaciones existenciales (conocer las raíces de uno, inspiración, autoconocimiento, consecución de metas personales, etc.); d - Escape (el turista busca salir de la rutina diaria, conocer personas, etc.); e - Experienciales (el turista está motivado por adentrarse en la cultura y modos de vida y cultura de los destinos); f - Conocimiento experimental (conocer nuevos lugares, aprender cosas nuevas); g - Aventura (experimentar la naturaleza, búsqueda de aventuras, realización de deportes extremos, etc.); h - Intereses particulares (viaje de estudios, visitas familiares y/o amigos, visitas religiosas, salud, deportes, etc.); i - Coste del viaje; j - Estabilidad política y seguridad; k - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | | |
| Organización del viaje | <input type="text"/> | Composición del grupo: a - Solo; b - En pareja; c - Con familiares; d - Con niños; e - Grupo de amigos; f - Grupo escolar; g - Tercera edad; h - Otros (especificar en comentarios) |
| | <input type="text"/> | Planificación del viaje: a - Independiente; b - Organizado |
| | <input type="text"/> | Medio de transporte utilizado: a - Automóvil; b - Tren; c - Avión; d - Barco; e - Autobús; f - Otros (especificar en comentarios) |
| | <input type="text"/> | Tipo de alojamiento utilizado: a - Hotel; b - Albergue/Hostal; c - Pensión; d - Camping; e - Apartamento turístico; f - Casa rural; g - Motel; h - Apartamento; i - Complejo turístico; j - <i>Bed & Breakfast</i> ; k - Alojamiento colaborativo; l - Alojamiento singular; m - Casa compartida; n - Otros (especificar en comentarios) |
| | <input type="text"/> | Duración de la estancia: a - Sin pernoctar; b - 1 Pernoctación; c - 1-3 pernoctaciones; d - 3-7 pernoctaciones; e - 7-15 pernoctaciones; f - > 15 pernoctaciones |
| | <input type="text"/> | Temporada: a - Alta; b - Media; c - Baja; d - Todo el año |
| Comentarios | | |
| Prescriptores y canales de información | <input type="text"/> | Prescriptores: a - Amigos y familiares (boca a oreja); b - Prescriptores (líderes de opinión, webs de opinión de viajes como TripAdvisor, HolidayCheck, etc.); c - Agencias de viaje, turoperadores; d - Otros (especificar en comentarios) |
| | <input type="text"/> | Canales de información: a - Medios de comunicación (TV, radio, prensa, revistas especializadas, etc.); b - Internet (webs oficiales del destino, webs de turoperadores y prestatarios de servicios, webs de agencias de viajes <i>online</i> , etc.); c - Redes sociales (blogs, foros, Facebook, Google+, Twitter, Pinterest, Instagram, etc.); d - Folletos y guías de viajes; e - Otros (especificar en comentarios) |
| Evaluación de la experiencia turística | <input type="text"/> | Satisfacción de la experiencia turística ² : 1 - Insatisfactoria (la experiencia ha estado por debajo de las expectativas); 2 - Necesita mejoras (la experiencia no ha cumplido las expectativas); 3 - Cumple las expectativas; 4 - Excede las expectativas; 5 - Excepcional (sobrepasa las expectativas) |
| | <input type="text"/> | Fidelidad al destino ³ : 1 - 1 vez; 2 - 2 veces; 3 - 3 veces; 4 - 4 veces; 5 - ≥ 5 veces |
| Comentarios | | |

² Especificar el porcentaje de turistas que ha visto satisfechas sus expectativas en relación al destino (a partir de las encuestas existentes)

³ Especificar el porcentaje de turistas que ha visitado el destino en más de una ocasión (a partir de las encuestas existentes)

4. DEMANDA POTENCIAL

| | | |
|--|----------------------|---|
| Identificar segmentos y nichos de mercado | <input type="text"/> | a - Aventura; b - Turismo accesible; c - Agroturismo; d - Búsqueda de los orígenes familiares; e - Arqueología; f - Arquitectura; g - Artes; h - Astronomía; i - Aviturismo; j - Mochilero; k - Eventos culturales; l - Gastronomía; m - Patrimonio; n - Peregrinaje y religión; o - Turismo rural; p - Turismo urbano; q - Naturaleza; r - Turismo escolar; s - Turismo de tercera edad; t - Turismo de negocios, congresos y convenciones (MICE); u - Otros (especificar en comentarios) |
| Evaluación comparativa de destinos turísticos ⁴ | | |
| Análisis de competidores directos ⁵ | | |
| Análisis de tendencias ⁶ | | |
| Comentarios | | |

⁴ Análisis comparado o *Benchmarking* de destinos con una oferta turística similar, pero en ciclos de vida turística más avanzados y con resultados exitosos.

⁵ Identificar a los destinos competidores (productos turísticos, estrategias promoción, precios, etc.) y su radio de acción, detectar los elementos y oportunidades de diferenciación, señalar nichos de mercado no atendidos por los destinos competidores, etc.

⁶ Se trata de conocer las previsiones sobre el comportamiento de los turistas a corto, medio y largo plazo en relación a determinados segmentos turísticos, su dinámica, etc.



5. COMENTARIOS ADICIONALES

| |
|--|
| |
|--|

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

| |
|--|
| |
|--|

7. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, gráficos, etc.)

| |
|--|
| |
|--|

12

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'PROCESOS PARTICIPATIVOS'

INTRODUCCIÓN

Los procesos participativos son un conjunto de herramientas e instrumentos que facilitan la implicación activa de la sociedad en los asuntos públicos. Con ello se persigue una mayor presencia e influencia de la población civil en la toma de decisiones en aquellos planes, estrategias, actuaciones y/o proyectos que les conciernen especialmente.

Este tipo de procesos forma parte de una nueva concepción sobre la gobernanza del territorio y sus recursos, inspirada en bases democráticas que se caracterizan por buscar el consenso, imbuyendo de este modo de una mayor legitimidad a las actuaciones ya que se basa en una estructura de poder más abierta y descentralizada.

En el ámbito del turismo, los procesos participativos llevan ya tiempo siendo considerados en la planificación y gestión. Han sido especialmente promovidos en ámbitos rurales, donde las comunidades locales son especialmente vulnerables a los cambios ambientales y sociales que el turismo puede llevar aparejados. Se puede decir que actualmente los procesos participativos forman parte imprescindible para garantizar la sostenibilidad de los planes.

En la presente ficha se propone una metodología básica para facilitar el desarrollo de procesos participativos que acompañen la planificación e implementación de acciones y actuaciones turísticas basadas en elementos patrimoniales. De esta forma, se abordan cuestiones en relación a cómo organizar la participación, identificar y conocer a los actores participantes, establecer el grado de participación que se estime oportuno en cada caso, integrar a la comunidad en el proceso de toma de decisiones y escoger las herramientas de participación adecuadas a cada proceso.

Esta ficha incluye 6 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del destino o elemento/s asociado/s al proceso participativo

En el primer punto, debe señalarse el área geográfica en la que se lleva a cabo el proceso participativo y el proyecto o acción al que se asocia. Es importante que se identifique la institución promotora del proceso ya sea una administración pública (detentan competencias territoriales y asumen, en la mayoría de los casos, la gestión del patrimonio y las políticas a seguir), organización (entidades consideradas de beneficio público que representan los intereses de determinados colectivos y se caracterizan por desarrollar iniciativas sociales),

sociedad (a partir de colectivos con intereses comunes), colectivo profesional y/o una organización no gubernamental (ONG).

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Proceso participativo

Este apartado se divide en cuatro puntos. El primero está relacionado con la identificación de experiencias previas en procesos participativos; su objetivo es conocer la cultura participativa que detenta la comunidad. Además, se reseñará el grado de participación alcanzado en procesos previos y los resultados obtenidos. En el segundo, se da paso a los puntos clave de la implementación del proceso participativo. El tercero está enfocado a identificar al responsable de la gestión, la forma cómo se gestiona el espacio participativo y a través de que herramientas se lleva a cabo el proceso; y el último apartado, analiza los puntos clave para su evaluación y seguimiento.

En general, se considera que los procesos participativos que únicamente tienen elementos de información y comunicación no son realmente procesos participativos. Cuando se ha conseguido una alta participación de forma periódica o bien una plena participación activa es cuando realmente se puede decir que nos encontramos ante experiencias exitosas de empoderamiento y apropiación de resultados.

En relación a la implementación del proceso participativo, hay que señalar que la puesta en marcha del proceso participativo va a depender de las características del destino en el que se vaya a aplicar, así como de las condiciones socioeconómicas, culturales y/o políticas de quienes vayan a participar en él. Para ello, se requiere de una planificación en la que, de alguna forma, se deben seguir los pasos lógicos propuestos en la ficha: conocer el tipo y objetivos del plan o programa al que se asocia el proceso participativo, diseñar el plan de trabajo participativo, establecer el alcance del proceso participativo en términos de duración (tiempos) y número de actores implicados en el mismo. Además, una parte fundamental de la implementación del proceso participativo es la identificación de los actores sociales, especificando el papel que juegan en su organización, el alcance de su representación, la motivación que les lleva a involucrarse en el proceso y los datos de contacto.

En el punto dedicado a la gestión del proceso participativo, se hace referencia a la identificación y descripción de las tareas de coordinación y facilitación. Un aspecto relevante es que el equipo que coordine tenga la competencia organizativa y técnica necesaria para poder llevar a cabo el trabajo, y que tenga suficiente credibilidad pública y capacidad de convocatoria entre los actores interesados. La facilitación o mediación se refiere a las tareas técnicas propias utilizadas durante el proceso participativo.

Además, en la ficha se hace referencia a los canales de comunicación utilizados para llegar a todos los participantes, actuales y potenciales. Entre ellos, se pueden utilizar las comunicaciones: orales (conversaciones telefónicas, las conferencias, los eventos sociales, etc.), escritas (cartas, informes, prensa, carteles, tablón de anuncios, campañas, etc.), audiovisuales (videos, videoconferencias, etc.), digitales (internet, correos electrónicos, etc.), redes sociales (blogs, Twitter, sms, WhatsApp, etc.).

Finalmente, se aborda la identificación de las herramientas de participación a utilizar en función del tipo de plan o programa que se quiere implementar (cuadro PRT1).

Cuadro PRT1
Herramientas participativas

| HERRAMIENTA PARTICIPATIVA | DESCRIPCIÓN |
|--|--|
| Entrevistas formales e informales | Conjunto de preguntas, abiertas o cerradas, dirigidas a una o más personas. Captan mucha información en profundidad y en detalle a partir de las palabras y los enfoques de las personas que comparten un mismo escenario social, además de posibilitar describir e interpretar aspectos que no son directamente observables (sentimientos, impresiones, sucesos, etc.) La entrevista informal se podría desarrollar como una conversación abierta. Consiste en un diálogo entre un entrevistado y el investigador que orienta el discurso con un propósito predefinido. |
| Encuestas | Conjunto de preguntas sistemáticamente ordenadas y con una intencionalidad establecida. Se aplican por escrito o verbalmente mediante cuestionarios a una muestra que se estime representativa en función del proyecto o plan que se asocie el proceso. Encuestas abiertas: permiten la expresión libre del encuestado, emitir opiniones y juicios. Encuestas cerradas: en las que las respuestas ya están más limitadas y con la elección de alternativas concretas. Encuestas semiestructuradas: el encuestador utiliza una estrategia mixta alternando preguntas cerradas con preguntas espontáneas. |
| Talleres de prospectiva | Es una herramienta metodológica que facilita y sistematiza la reflexión colectiva sobre el territorio y la construcción de escenarios e imágenes de futuro. |
| Método Delphi | Es un método de prospectiva que se lleva a cabo con un grupo de expertos que abordan problemas complejos. |
| Talleres de participación ciudadana | Eventos que permiten un consenso mediante el intercambio de conocimiento, percepciones y opiniones hasta llegar a conclusiones y acuerdos dentro del grupo. |
| Consejos consultivos | Grupos estables de representantes de todos los sectores implicados, que se reúnen de manera periódica para identificar y evaluar problemas, elaborar y valorar propuestas y realizar el seguimiento de las acciones llevadas a cabo. |
| Grupos focales | Reuniones con grupos de personas o expertos específicos directamente involucrados en la temática de que se trata. |
| Grupos de discusión | Técnica grupal que propone situaciones de conflicto que susciten interés, para que se aporten soluciones. |
| Árbol social | Herramienta que sirve para representar la realidad y caracterizar a la comunidad social de su entorno. |
| Debate público | Comunicación directa entre personas especialistas sobre un tema previamente acordado, capaces de interactuar de forma coloquial y siguiendo un guion previsto. El auditorio debe formular preguntas a los protagonistas. En este grupo de herramientas se incluye Phillips 66, Mesas redondas, Video-forum, etc. |
| Lluvia de ideas | Consiste en que cada participante intervenga, ya que sus aportaciones pueden ser útiles para lograr el objetivo del grupo, sin que en ningún momento las opiniones queden condicionadas por la presencia de los demás participantes. |
| Estudio de casos o supuestos prácticos | Implica el análisis sistemático y en profundidad de casos similares al plan y/o programa al que se asocie el proceso participativo (<i>benchmarking</i>). |
| Juego de roles | Dinámica de grupos que ayuda a desarrollar la perspectiva social y la empatía mediante la representación de diferentes papeles dentro de situaciones conflictivas donde intervienen posiciones encontradas que tienen que ser combinadas. Se utiliza para trabajar las relaciones interpersonales, el comportamiento, los valores y las actitudes. |
| Plataformas de petición ciudadana online | Plataformas online para la solicitud de apoyo a iniciativas ciudadanas (Change.org, Avanz.org, etc.). Estas plataformas promueven cambios sociales a gran escala dado el número de internautas al que llegan. |
| Plataformas de participación ciudadana virtual | Se trata de herramientas de inteligencia colectiva que permiten poner en contacto unos actores con otros y llegar a consensos, gracias al uso extendido de internet (blogs, foros de discusión, etc.), redes sociales, dispositivos móviles y el auge de las redes 3G y wifi. |

Adicionalmente, este apartado se cierra con la identificación de aspectos relacionados con la evaluación y el seguimiento de la experiencia participativa. Por consiguiente, se propone analizar los resultados y los riesgos, amenazas, fortalezas y oportunidades para la implementación del proceso participativo. En este sentido, se deberá señalar, a modo de ejemplo, si hay coordinación interinstitucional entre las diferentes administraciones implicadas en el proceso, si los actores sociales están organizados (asociacionismo, representatividad de sus líderes, etc.), si existe una cultura emprendedora, etc.

Por último, se procederá a establecer determinados mecanismos de seguimiento y de evaluación del proceso y de las propuestas, identificando quién llevará a cabo el seguimiento y los indicadores que se utilizarán. Cada proceso participativo debe diseñar sus propios indicadores de seguimiento y evaluación de los objetivos pero, a modo de ejemplo, pueden señalarse: el grado de sensibilización de la comunidad respecto a su rol en el proceso, el grado de participación e involucramiento en el diseño y planificación de la acción, el número de personas interesadas en la continuidad del proceso, el número de personas que iniciaron el proceso y que lo ha finalizado, etc.

4. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

5. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la puesta en marcha del proceso de participación.

6. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para completar el análisis del proceso participativo. Así, se incluirán fotografías, actas, etc.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

CIMAS (2009). *Metodologías Participativas. Manual. Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible*. Ed. CIMAS, Madrid, 91 pp.

Diputación de Barcelona (2015). *La participación ciudadana en la planificación estratégica territorial. Guías metodológicas para la planificación estratégica*, 7. Ed. Diputación de Barcelona, 55 pp.

Organización Naciones Unidas (2002). *Experiencias y metodología de la investigación participativa. Serie Políticas Sociales (CEPAL) Nº 58*, Naciones Unidas (Santiago de Chile), 73 pp.

- Parés, M. y March, H. (2013). *Short Guides for Citizen participation, 3. Guide to evaluate Participatory Processes*. Ed. Generalitat de Catalunya, 40 pp.
- Slocum, N. (2003). *Participatory Methods Toolkit. A practitioner's manual*. Ed. King Baudouin Foundation, 167 pp.
- UNESCO (2006). *Biodiversity and Stakeholders: Concertation Itineraries*. Biosphere Reserves, Technical-Notes 1. UNESCO (France), 80 pp.
- UNESCO (n.d.). *Sustainable Tourism Online Toolkit. Guide 4. Engaging Local Communities and Businesses*. Ed. UNESCO/World Heritage Convention, 14 pp.
- Ramsar Convention Secretariat (2010). *Participatory skills: Establishing and strengthening local communities' and indigenous people's participation in the management of wetlands. Ramsar handbooks for the wise use of wetlands, 4th edition, vol.7*. Ed. Ramsar Convention Secretariat, Gland, Switzerland, 112 pp.

PROCESOS PARTICIPATIVOS

1. DENOMINACIÓN DEL DESTINO¹ O ELEMENTO/S ASOCIADO/S AL PROCESO PARTICIPATIVO

Denominación del destino o elemento/s asociados

Institución promotora del proceso participativo

¹ Destino: área geográfica que es actualmente o potencialmente atractiva a los visitantes/turistas y que tiene infraestructuras y equipamientos turísticos así como una oferta turística estable.

2. DATOS DE INSPECCIÓN

Nombre del compilador

Fecha y lugar de recogida de datos

E-mail del compilador

Teléfono del compilador

3. PROCESO PARTICIPATIVO

3.1. Experiencia/s previa/s en procesos participativos

Cultura participativa

1 - No se han realizado previamente procesos participativos; **2** - Participación en procesos de información/comunicación; **3** - Participación en procesos de consulta/deliberación; **4** - Participación en procesos de toma de decisiones; **5** - Participación en la gestión de proyectos y organismos de gestión (Organización de Gestión del Destino, etc.)

Documentos existentes sobre las experiencias previas (especificar planes de participación desarrollados, actas de las reuniones, entrevistas, encuestas, etc.)

Nivel de participación

1 - Muy baja participación; **2** - Baja participación; **3** - Participación regular y continua; **4** - Alta participación de forma periódica; **5** - Plena participación

Comentarios

(experiencias exitosas de empoderamiento y apropiación de resultados)

3.2. Implementación del proceso participativo

Plan o programa al que se asocia el proceso participativo

a - Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible; **b** - Plan de Dinamización Turística Sostenible; **c** - Plan Director; **d** - Plan de Conservación de los Recursos; **e** - Plan de Gestión del Uso Público; **f** - Plan de Ordenación de los Recursos Naturales; **g** - Plan Rector de Uso y Gestión; **h** - Plan de Puesta en Valor Turístico del Patrimonio; **i** - Programa de Interpretación; **j** - Planes Específicos (restauración, etc.); **k** - Plan de Conservación de Centro Histórico; **l** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios

Plan de Trabajo

participativo (especificar las fases, objetivos y planificación de actividades)

Alcance del proceso participativo (duración y número de actores involucrados)

Implicación de los actores y la sociedad

a - Administración pública (internacional, nacional, provincial y/o local); **b** - Organizaciones (agencias de desarrollo local, grupos de interés, fundaciones, corporaciones, sindicatos, cooperativas, etc.); **c** - Centros de enseñanza e investigación (escuelas, centros de enseñanza superior, universidades, etc.); **d** - ONGs; **e** - Propietarios (de tierras, de elementos, de viviendas, de empresas turísticas, etc.); **f** - Usuarios locales (agricultores, ganaderos, regantes, pescadores, cazadores, artesanos, empleados de actividades turísticas, transportistas, etc.); **g** - Usuarios foráneos (visitantes, turistas, grupos de interés, etc.); **h** - Población en general; **i** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios

| Actor | Perfil y función que desempeña en la organización | Alcance de su representación ² | Motivación e implicación ³ | Datos de contacto |
|-------|---|---|---------------------------------------|-------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

² Este parámetro está en función de la importancia que tiene el representante en la jerarquía de la organización: **1** - Muy poco representativo; **2** - Poco representativo; **3** - Representativo; **4** - Muy representativo; **5** - Máxima representación

³ La motivación y la implicación de un colectivo o grupo social tiene que ver con el tipo de plan o programa al que se asocia el proceso y con los objetivos que se persiguen. Puede ser: **1** - Muy baja; **2** - Baja; **3** - Media; **4** - Alta; **5** - Muy alta

3.3. Gestión del proceso

| | |
|---|--|
| Descripción de las tareas de coordinación y mediación/facilitación⁴ | |
| Canales de comunicación (internos y externos) | |
| Herramientas de participación⁵ | <input type="text"/> <p>a - Entrevistas formales e informales; b - Encuestas; c - Talleres de prospectiva; d - Método <i>Delphi</i>; e - Talleres de participación ciudadana; f - Consejos consultivos; g - Grupos focales; h - Grupos de discusión; i - Árbol social; j - Debate público; k - Lluvia de ideas; l - Estudio de casos o supuestos prácticos; m - Juego de roles; n - Plataformas de petición ciudadana online; o - Plataformas de participación ciudadana virtual; p - Otros (especificar en comentarios)</p> |
| Comentarios | |

⁴ Un facilitador es una persona experta en procesos grupales, idóneo para temas de comunicación, dinámica grupal, efectividad grupal, toma de decisiones, para ayudar a un grupo de personas a entender sus objetivos comunes y les asiste en su planificación para alcanzarlos.

⁵ Clasificación (ver cuadro PRT1 en el texto introductorio)

3.4. Evaluación y seguimiento de la experiencia en el procesos participativos

| | |
|---|--|
| Principales resultados | |
| Riesgos y Amenazas para la implementación del proceso participativo | |
| Oportunidades y Fortalezas asociadas al proceso participativo | |
| Mecanismos de seguimiento y de evaluación de las propuestas ciudadanas (comisión de seguimiento del proceso en la que participen los actores, establecimiento de unos indicadores de participación, realización de informes de evaluación, etc.) | |

4. COMENTARIOS ADICIONALES

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

6. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, actas, etc.)

13

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'CAPACIDAD DE CARGA RECREATIVA'

INTRODUCCIÓN

La Capacidad de Carga Recreativa (CCR) es una de las herramientas de gestión del patrimonio, tanto natural como cultural, más reconocidas para garantizar la sostenibilidad de la actividad turística. La capacidad de carga recreativa aborda la cuestión de determinar el número máximo de visitantes que pueden desarrollar al mismo tiempo una actividad recreativa de calidad sin riesgo de degradar el patrimonio ni su entorno y bajo condiciones de confort y satisfacción para el visitante. Se trata de un concepto diferente al de 'capacidad de carga turística' que se refiere al número máximo de turistas y visitantes que un destino puede acoger de acuerdo a la disponibilidad de infraestructuras y servicios turísticos (plazas de alojamientos y restaurantes, disponibilidad de agua potable, etc.).

La determinación de la capacidad de carga recreativa resulta compleja y no hay un método que ajuste perfectamente a todas las situaciones ya que la diversidad de escenarios donde tienen lugar las actividades recreativas es muy amplia (espacios naturales, monumentos, museos, yacimientos arqueológicos, centros de visitantes, senderos, áreas de pícnic, etc.).

En esta ficha, se ha realizado un esfuerzo de síntesis de aquellos elementos y parámetros del análisis para que sean tomados en consideración cuando se aborde la cuestión de la capacidad de carga recreativa de un sitio. De esta forma, se presenta una secuencia lógica de los diferentes análisis que hay que desarrollar para llegar a un resultado final coherente.

En la primera parte de la ficha se analizan los aspectos espaciales del sitio o elemento, la disponibilidad temporal, las necesidades espaciales del visitante y la actividad a desarrollar. La segunda parte arranca de los resultados obtenidos en la primera parte, pero de forma combinada. A lo largo de todo el proceso, se ha dado una gran importancia a los factores limitantes. Por ello se ha atribuido un gran margen de discrecionalidad al evaluador a la hora de aplicarlos. Esto es debido a la gran variedad de posibles impactos y factores de confort físico y psicológico que puede darse en un lugar determinado y en un momento dado.

Finalmente, recordar la importancia que tiene la gestión que se realiza de la capacidad de carga recreativa en un sitio. Todo queda condicionado por la capacidad de gestión que tiene la institución y/o entidad responsable en términos de personal dedicado a estas tareas, presupuesto, etc. En términos general, una gestión precaria suele considerarse un factor limitante muy importante en muchos casos, pero es superable cuando cambian las circunstancias.

Esta ficha incluye 10 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del sitio o elemento/s

El apartado 1 hace referencia a la denominación del sitio. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que es conocido para que no haya equívocos en torno a su designación.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la recogida de datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Análisis espacial

El estudio de la capacidad de carga recreativa se inicia con un análisis espacial del lugar donde se va a aplicar. Los sitios, por regla general, no suelen ser de características homogéneas, o son demasiado grandes, o cumplen diversas funciones, por lo que se debe establecer una zonificación en unidades espaciales más pequeñas. Por eso, este apartado se inicia con la identificación de las diferentes unidades espaciales a las cuales se les asignará un nombre o signatura. La delimitación de las unidades se basará en criterios como la homogeneidad de cada unidad (salas de museo, áreas de recepción, terrazas, pasillos de circulación, senderos, laguna, playa, áreas de pícnic, miradores, etc.), la existencia de perímetros claros que delimiten las áreas, etc.

Es necesario incluir un mapa que recoja la zonificación establecida para conocer la distribución de las unidades y, además, indicar la superficie areal de cada una, ya sea en m^2 o en km^2 , así como la distancia entre ejes y, en el caso de espacios cerrados o confinados (cuevas, tumbas, refugios de guerra, salas de museos, etc.), es muy importante conocer la altura para poder calcular el volumen de aire que cabe ya que en los estudios de capacidad de carga recreativa en estos espacios hay que prever la renovación de oxígeno.

Se deben describir las características de cada unidad y especificar aquellos elementos internos que integra la unidad (árboles, relieves, corrientes de agua, pasarelas, columnas, etc.).

El siguiente paso es determinar para cada unidad el espacio útil para actividades recreativas. Las limitaciones vienen dadas por usos conservacionistas (por ejemplo, áreas de reserva integral en un espacio natural), por la fragilidad intrínseca de alguno de los elementos (por ejemplo, un mosaico romano que debe preservarse), por razones de seguridad para los visitantes (por ejemplo, edificios patrimoniales con balcones bajos donde no se debe permitir que se acerquen los visitantes), por incompatibilidad de usos (por ejemplo, lugares sagrados o de culto, etc.), por la disposición espacial de los componentes internos mismos (por ejemplo, la presencia de muchas columnas en una unidad presenta una merma importante del espacio disponible para el desarrollo de algunas actividades). Todas estas limitaciones se expresarán en m^2 o km^2 y se restarán a la superficie inicial calculada para cada unidad. La superficie final representará la Superficie Útil para la Recreación (SUR).

A continuación, se debe desvelar la vocación recreativa de cada unidad; es decir, identificar las características propias que la hacen idónea para el desarrollo de una actividad. Así, la Superficie Idónea para la Recreación (SIR) representa el mejor lugar para realizar la actividad, donde el

impacto es mínimo. Se sugiere identificar de forma jerarquizada las tres actividades recreativas más idóneas para esa unidad y señalar si existen incompatibilidades entre ellas. Hay que pensar que las unidades con menor idoneidad son igualmente útiles para el desarrollo de actividades, ya que es necesario disponer de áreas de tránsito, de descanso, áreas donde ubicar los equipamientos, etc.

4. Disponibilidad temporal del sitio o elemento

En este apartado, se analiza la temporalidad de los recursos, ya que evidentemente, es un factor que puede restringir la utilización de un sitio o elemento. Se han establecido tres tipos de temporalidad.

La Temporalidad Intrínseca se refiere a la propia de los sitios o elementos naturales (migraciones faunísticas, fenómenos astronómicos, etc.), culturales (exposiciones temporales en museos, etc.) y/o paisajísticos (periodos de floración, temporada otoñal, etc.).

La Temporalidad Ambiental se relaciona, sobre todo, con las actividades al aire libre. Por ello, las condiciones climáticas condicionan mucho el periodo y horario de disfrute de los atractivos y el desarrollo de las actividades (confort climático, horas de iluminación, etc.).

La Temporalidad Programada se refiere a aquella impuesta de forma expresa por organismos gestores o propietarios de los espacios o elementos.

5. Necesidades espaciales de los visitantes

Una cuestión importante en los estudios de capacidad de carga recreativa es identificar las necesidades de espacio personal que tiene un visitante para el desarrollo de una actividad en condiciones de calidad. Hay que señalar que variarán en función del perfil psicológico del visitante y de la actividad en concreto a realizar. Por ello, para recabar esta información se propone, antes que nada, identificar la actividad a desarrollar, especificando si se trata de una actividad estática en la que no se producen muchos movimientos ni recorridos por el espacio, o es una actividad dinámica que exige un mayor espacio recreativo y un mayor espacio personal por visitante. Es obvio, que las actividades en las que se requiere utilizar un equipo (bicicleta, caballo, barco, etc.) o las actividades adaptadas necesitan un mayor espacio personal.

Para asignar el espacio personal se han utilizado los estándares de proxémica que son aquellas distancias medibles entre las personas mientras actúan entre sí (espacio interpersonal de interacción). Al aplicarlos, se establece el número de personas que puede alojar el espacio simultáneamente de forma estática (por ejemplo, espectáculo deportivo, exposición artística, tomar el sol, etc.).

Los estándares de confort recreativo son las distancias establecidas para el desarrollo de actividades dinámicas; por ello, implica unas necesidades de espacio personal mayores a las establecidas con los estándares de proxémica. Estos estándares establecen el espacio que necesita una persona para desarrollar una actividad recreativa, considerando que puede necesitar la utilización de un equipo (por ejemplo, en actividades ecuestres, actividades ciclistas, actividades náuticas, etc.), un equipamiento (por ejemplo, embarcadero, sendero, etc.) o puede tratarse de una actividad adaptada, como se ha comentado. También hay que considerar en este punto el grado de especialización del visitante (por ejemplo, observadores de aves, escaladores, etc.) ya que, a mayor especialización, estos visitantes precisan de mayor espacio personal para desarrollar la actividad en condiciones de confort psicológico y toleran peor el encuentro con otros grupos.

Estos estándares pretenden evitar situaciones que conducen a experiencias negativas y de baja calidad, como periodos de saturación y zonas con congestión en el transcurso de la visita o actividad.

En el cuadro CCR1, a modo de ejemplo, se proponen algunos estándares de proxémica y de confort recreativo.

Cuadro CCR1
Ejemplos de estándares de proxémica y de confort recreativo

| | |
|---|---------------------|
| Distancia mínima de lectura de los paneles | 1,00 m |
| Filas de personas frente a los paneles interpretativo-educativos | 2 filas |
| Superficie mínima viable por visitante en espacios cerrados en actividades en grupo | 1.20 m ² |
| Superficie mínima viable por visitante en espacios abiertos en actividades en grupo | 1,50 m ² |
| Superficie mínima viable por visitante en actividades recreativas dinámicas | 4 m ² |
| Distancia mínima de contacto visual entre personas en senderos lineales (visitas autónomas) | 50 m |
| % de ocupación del sendero por parte de los usuarios | 10% |
| Distancia de seguridad hasta los bordes de desniveles pronunciados | 1 m |

6. Determinación de la capacidad de carga recreativa

El primer paso de este proceso es calcular el número de Personas que puede acoger una unidad espacial Al Mismo Tiempo (PAMT), considerando las necesidades de espacio de cada visitante, tanto si realiza una actividad estática (estándares de proxémica) como una dinámica (estándares de confort recreativo). El resultado nos aporta una imagen de una distribución aleatoria de los visitantes repartidos por todo el territorio o sitio, hecho que no coincide con la realidad ya que las visitas y/o actividades discurren siguiendo un patrón de la visita.

En consecuencia, el siguiente paso es organizar espacialmente a los visitantes en grupos e identificar áreas donde ubicar el desarrollo de la actividad para que puedan llevar a cabo la actividad prevista de forma simultánea y en condiciones de confort físico y psicológico. El tamaño máximo de grupo se establecerá en función del tipo de actividad y del perfil del visitante. El cálculo del número de grupos resulta muy sencillo una vez establecido el tamaño del grupo. Consiste en dividir el número de personas al mismo tiempo (PAMT), entre el tamaño del grupo.

Una vez establecido el número de grupos y conocido el patrón de la visita, habrá que determinar el número de encuentros que puede producirse entre ellos o la posibilidad de una intrusión de visitantes en la cuenca visual de otro grupo (ver ficha de paisaje). Por otra parte, hay que recordar que los estudios empíricos recomiendan, por ejemplo, que para actividades interpretativas no es recomendable que se produzcan más de 3 encuentros ya que genera insatisfacción entre los visitantes. Esta sería una razón para reducir el número de grupos en circulación en un itinerario. Además, el perfil del usuario también influye en la decisión de reducir el tamaño del grupo o el número de grupos para garantizar la calidad de la experiencia.

Con la información relativa al número de personas desarrollando una actividad simultáneamente, se conocen las condiciones de confort físico y psicológico del visitante, pero no se garantiza la conservación del sitio o elemento. Para ello, hay que aplicarle el coeficiente de rotación (diario, mensual, anual), que consiste en determinar el número global de personas desarrollando actividades recreativas, en condiciones de mínimo impacto, considerando un periodo de tiempo dado. De este modo, se observa que este parámetro tiene connotaciones claramente proteccionistas porque se establece para velar por la conservación del sitio o elemento. Con la aplicación de este coeficiente se podrá valorar los impactos acumulativos que el sitio o elemento sufre a corto, medio y largo plazo debido a causas recreativas. La evaluación de los impactos resulta una tarea compleja que precisará del desarrollo de estudios empíricos. Por ello se recomienda comenzar las actividades con prudencia, aplicando unos factores limitantes rigurosos y, en paralelo, hacer un seguimiento del sitio o elemento para controlar su evolución tras haber sido implantada la actividad.

Por tanto, la capacidad de carga recreativa real se puede considerar como el resultado final del proceso de análisis espacio-temporal, de los visitantes y de la actividad llevada a cabo. Se establece en base al número de grupos que simultáneamente puede desarrollar la actividad en un espacio multiplicado por el coeficiente de rotación y reduciendo esta cifra por la aplicación de los factores de confort físico y psicológico y de impacto acumulativo correspondientes.

7. Gestión de la capacidad de carga recreativa

Este apartado se dedica a analizar toda una serie de factores limitantes que tienen que ver con la gestión del sitio o elemento y que pueden reducir notablemente el número de visitantes diarios establecido en fases anteriores.

De este modo, se enumeran una serie de factores limitantes técnicos, presupuestarios, de servicios, administrativos, constructivos, legales, de seguridad, etc. que hay que identificar y ponderar, para después aplicar las medidas de gestión necesarias. Hay que destacar que ponderar con precisión estos factores limitantes resulta complejo, pero si se puede llegar a una aproximación y tomar algunas decisiones en consecuencia como, por ejemplo, cerrar unidades espaciales al público si no pueden ser custodiadas, disminuir el número de grupos si no se tiene control sobre los mismos, disminuir el horario de visitas si no se tiene personal suficiente, etc.

Finalmente, se sugiere que, vista la situación global, se propongan recomendaciones para implantar de la mejor manera posible esta herramienta de gestión ya que resulta de gran utilidad tanto para los elementos patrimoniales como para los visitantes.

8. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

9. Referencias bibliográficas y documentales

Listado de referencias bibliográficas, documentos de consulta y direcciones web será recomendable para poder conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas en el análisis de la capacidad de carga recreativa.

10. Documentos gráficos

La ficha reseñará aquellos documentos gráficos necesarios para analizar los espacios donde tiene lugar la actividad recreativa y la propia actividad recreativa. Así, se incluirán fotografías, mapas, planos, etc., citando siempre su origen y autoría.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Agnew, N. y Deams, M. (2014). *Visitor Management and Carrying Capacity at World Heritage Sites in China*. Ed. The Getty Conservation Institute, 174 pp.
- Cifuentes, M. (1992). *Determinación de la Capacidad de Carga Turística en áreas protegidas*. Ed. Turrialbe (Costa Rica), WWF-Catie, 34 pp.
- Coccosis, H. y Mexa, A. (eds.) (2004). *The challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment. Theory and Practice*. Ed. Routledge, 310 pp.
- Gómez-Limón, J. y García Ventura, D. (s.d.). *Capacidad de acogida de uso público en los espacios naturales protegidos*. Cuadernos de la red de Parques Nacionales, 3. Organismo Autónomo Parques Nacionales de España, 89 pp.
- Organización Mundial del Turismo (2004). *Tourism Congestion Management at Natural and Cultural Sites*. World Tourism Organization, 125 pp.
- UNESCO (n.d.). *Sustainable Tourism Online Toolkit. Guide 8. Managing Visitor Behaviour*. Ed. UNESCO/World Heritage Convention, 10 pp.

CAPACIDAD DE CARGA RECREATIVA

1. DENOMINACIÓN DEL SITIO O ELEMENTO/S

| | |
|-------------------------------------|--|
| Denominación del sitio o elemento/s | |
| Otras denominaciones | |

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. ANÁLISIS ESPACIAL

3.1. Zonificación y caracterización de unidades

| Localización de las unidades | | | |
|------------------------------|--|--|--|
| Unidad espacial (UE) | Coordenadas | | Tipo de espacio ¹ |
| UE01 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | m ² /km ² : X: Y: Z: Componentes internos: |
| UE02 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | m ² /km ² : X: Y: Z: Componentes internos: |
| UE03 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | m ² /km ² : X: Y: Z: Componentes internos: |
| UE04 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | m ² /km ² : X: Y: Z: Componentes internos: |
| Otras | | | |

Comentarios (describir las características de las unidades y la disposición de los componentes internos)

Mapa de zonificación de las unidades

¹ Tipo de espacio: **a** - Abierto; **b** - Con barreras; **c** - Cerrado; **d** - Confinado; **e** - Areal; **f** - Lineal; **g** - Otros (especificar en comentarios)

3.2. Superficie para la recreación

3.2.1. Superficie Útil para la Recreación (SUR)²

| Unidad espacial (m ² /km ²) | Limitaciones por razones conservacionistas (m ² /km ²) ³ | Limitaciones por fragilidad intrínseca del elemento (m ² /km ²) ⁴ | Limitaciones por razones de seguridad (m ² /km ²) ⁵ | Limitaciones por incompatibilidad de usos (m ² /km ²) ⁶ | Limitaciones por la disposición espacial de los componentes internos (m ² /km ²) ⁷ | SUR final (m ² /km ²) |
|---|---|---|--|---|---|---|
| UE01 | | | | | | |
| UE02 | | | | | | |
| UE03 | | | | | | |
| UE04 | | | | | | |
| Otras | | | | | | |

Comentarios

² **Superficie Útil para la Recreación (SUR):** es la superficie que queda disponible para actividades recreativas tras descartar todos aquellos espacios que por razones de conservación, seguridad, fragilidad, incompatibilidad de usos, o la propia disposición de sus componentes, no puede utilizarse.

³ **Limitaciones por razones conservacionistas:** estimar la superficie que por razones de conservación no puedan utilizarse para fines recreativos, estén o no estas razones recogidas en documentos legales o de gestión.

⁴ **Limitaciones por fragilidad intrínseca del territorio:** estimar la superficie que por razones de fragilidad intrínseca del elemento no deban utilizarse para fines recreativos (la fragilidad queda definida en las fichas de atractivos).

⁵ **Limitaciones por razones de seguridad:** estimar la superficie que está sujeta a riesgos o peligros para los visitantes.

⁶ **Limitaciones por incompatibilidad de usos:** estimar la superficie en que se dan otros usos productivos y/o sociales que resultan incompatibles con la recreación, incluidos otros usos recreativos.

⁷ **Limitaciones por la disposición espacial de los componentes internos:** estimar la superficie que ocupan los propios componentes internos de la unidad (árboles, columnas, etc.), que reducen el espacio disponible para la recreación.

3.2.2. Superficie Idónea para la Recreación (SIR)⁸

| Unidad espacial | Superficie idónea para la Recreación (m ² /km ²) |
|-----------------|---|
| UE01 | Actividad recreativa, equipamiento, etc. 1: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 2: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 3: |
| UE02 | Actividad recreativa, equipamiento, etc. 1: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 2: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 3: |
| UE03 | Actividad recreativa, equipamiento, etc. 1: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 2: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 3: |
| UE04 | Actividad recreativa, equipamiento, etc. 1: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 2: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 3: |
| Otras | Actividad recreativa, equipamiento, etc. 1: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 2: Actividad recreativa, equipamiento, etc. 3: |

Comentarios (especificar las posibles incompatibilidades entre actividades a desarrollar en la misma unidad)

⁸ **Superficie idónea para la recreación (SIR):** es la superficie cuyos atributos intrínsecos resultan idóneos para el desarrollo de determinadas actividades recreativas, para la localización de equipamientos y/o para zonas de tránsito. Identificar de forma jerarquizada las tres actividades más adecuadas para cada unidad. Será necesario consultar, entre otras, las fichas de atractivos naturales y culturales, paisaje, clima, actividades recreativas y la de equipamientos para completar información.

4. DISPONIBILIDAD TEMPORAL DEL SITIO O ELEMENTO

| | |
|--|---|
| Temporalidad Intrínseca ⁹ | Estacionalidad: |
| | Disponibilidad: |
| | Periodo de duración: |
| Temporalidad Ambiental ¹⁰ | Horarios de disfrute (según temporada): |
| | Horario de máxima afluencia: |
| | Cierres de larga duración: |
| Temporalidad Programada ¹¹ | Horario de apertura y cierre: |
| | Horarios festivos: |

⁹ **Temporalidad intrínseca:** se refiere a la frecuencia, estaciones, meses y fechas del año en que los recursos o elementos están disponibles, indicando el periodo de duración (especies migratorias, floraciones, auroras boreales, exposiciones temporales, eventos, etc.).

¹⁰ **Temporalidad ambiental:** se refiere a sitios y/o elementos al aire libre condicionados por los factores climáticos y ambientales (horas de luz, nieblas, lluvias, etc.). Consultar la ficha de clima para completar la información.

¹¹ **Temporalidad programada:** tiene que ver con la gestión que se realiza del sitio y/o elemento (museos, monumentos, etc.), por ello se debe consignar el horario de apertura y cierre del sitio y/o elemento.

5. NECESIDADES ESPACIALES DE LOS VISITANTES

| Estándares espaciales | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------|---|--|
| Nombre de la actividad recreativa | Tipo de actividad ¹² | Estándares de proxémica ¹³ (m ² /usuario) | Estándares de confort recreativo ¹⁴ (m ² /usuario) |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Comentarios

¹² **Actividad recreativa:** definir el tipo de actividad recreativa en base a: **a** - Actividad recreativa estática, en la que no se producen desplazamientos por el espacio; **b** - Actividad dinámica en la que se producen desplazamientos; **c** - Actividades que, para su práctica, necesitan equipo (bicicleta, caballo, embarcación, etc.) o están adaptadas.

¹³ **Estándares de proxémica:** son aquellas distancias medibles entre las personas mientras actúan entre sí (espacio interpersonal de interacción). Al aplicarlos, se establece el número de personas que puede alojar el espacio simultáneamente de forma estática. Aplicar valores a partir de datos del cuadro CCR1 en texto introductorio.

¹⁴ **Estándares de confort recreativo:** establecen el espacio que necesita una persona para desarrollar una actividad recreativa, considerando que puede necesitar la utilización de un equipo (por ejemplo, en actividades ecuestres, actividades ciclistas, actividades náuticas, etc.), un equipamiento (por ejemplo, embarcadero, sendero, etc.), por tratarse de una actividad adaptada.

6. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA RECREATIVA

| | | |
|---|----------------------|--|
| Número de Personas Al Mismo Tiempo (PAMT) en una unidad espacial | <input type="text"/> | $PAMT = \frac{SIR}{\text{Estándar proxémica o de Confort recreativo}}$ |
| Número de Personas desarrollando una actividad simultáneamente | <input type="text"/> | Tamaño de grupo (establecer según el tipo de actividad y perfil del usuario) |
| | <input type="text"/> | $\text{Número de grupos simultáneamente} = \frac{PAMT}{\text{Tamaño de grupo}}$ Reducción del número de grupos por la aplicación de factores limitantes de confort físico y psicológico de los visitantes |
| Número máximo de personas desarrollando la actividad a lo largo del día | <input type="text"/> | $\text{Coeficiente de rotación} = \frac{\text{Horario disponible}}{\text{Tiempo medio de la actividad}}$ Reducción del número de grupos por la aplicación de factores limitantes por impacto acumulativo |
| Capacidad de Carga recreativa real diaria (número de personas aceptable diariamente) | <input type="text"/> | (Número de grupos simultáneos) x (Coeficiente de rotación) Reducción del número de grupos por la aplicación de factores limitantes de confort físico y psicológico de los visitantes y de impacto acumulativo |
| Comentarios | | |

7. GESTIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA RECREATIVA

7.1. Factores limitantes de gestión

| | | |
|----------------------------|----------------------|--|
| Técnicos | <input type="text"/> | a - Irregularidad de las unidades espaciales; b - Falta de protección física de algunos elementos (vallas, barreras físicas, etc.); c - Falta de equipamientos básicos y recreativos (senderos, señalización, aparcamiento, etc.); d - Falta de estudios sobre impactos; e - Falta de medidas preventivas y correctoras; f - Patrón de la visita inadecuado; g - Otros (especificar en comentarios) |
| Presupuestarios | <input type="text"/> | a - Recursos financieros escasos para el uso público; b - Falta de recursos para tareas de mantenimiento y restauración; c - Otros (especificar en comentarios) |
| Servicios | <input type="text"/> | a - Personal de vigilancia escaso; b - Personal para el guiado, la interpretación y el monitoreo de actividades escaso; c - Falta de personal para controlar el acceso (tanto <i>in situ</i> como las reservas de internet); d - Otros (especificar en comentarios) |
| Administrativos | <input type="text"/> | a - Falta de planes de gestión; b - Falta de estudios rigurosos sobre capacidad de carga recreativa del sitio; c - Falta de estándares de conservación y de indicadores; d - Falta códigos de conducta ética y de etiqueta; e - Otros (especificar en comentarios) |
| Constructivos | <input type="text"/> | a - Existencia de aforos y/o límites de carga para infraestructuras, equipamientos e instalaciones (seguridad estructural); b - Otros (especificar en comentarios) |
| Legales | <input type="text"/> | a - Restricciones por normativas contra incendios; b - Restricciones por cuestiones de accesibilidad; c - Restricciones por incompatibilidad de usos (prioridad al uso conservacionista); d - Restricciones establecidas en planes de autoprotección; e - Otras (especificar en comentarios) |
| Seguridad | <input type="text"/> | a - Restricciones temporales por riesgos ambientales; b - Restricciones temporales por riesgos estructurales de edificios y equipamientos; c - Restricciones temporales por temas de salubridad e higiene; d - Restricciones temporales por catástrofes naturales; e - Restricciones temporales por cuestiones sociopolíticas (crisis políticas, visitas institucionales, eventos programados, etc.); f - Otros (especificar en comentarios) |
| Otros (especificar) | | |
| Comentarios | | |

7.2. Capacidad de carga recreativa efectiva¹⁵

| | |
|--|--|
| Número máximo de visitantes que puede gestionar la entidad y/o institución responsable del sitio diariamente (especificar los motivos, las reducciones aplicadas y las posibilidades de superar los factores limitantes) | |
| Comentarios (identificar posibles recomendaciones para mejorar la gestión de la capacidad de carga efectiva como control de accesos, control de transporte, diseño senderos circulares, etc.) | |

¹⁵ **Capacidad de Carga Recreativa efectiva:** es el resultado de aplicar las restricciones necesarias a la capacidad de carga real derivadas de los factores limitantes asociados a la gestión.

8. COMENTARIOS ADICIONALES

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

10. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, planos, etc.)

14

Comentarios e instrucciones para la realización de la ficha 'COMUNICACIÓN TURÍSTICA'

INTRODUCCIÓN

Tras la puesta en valor turística del patrimonio, procede poner en marcha las acciones de comunicación que tienen un claro carácter promocional. La promoción de un destino es un elemento clave en relación a su competitividad, entendida como la capacidad de un destino para: optimizar sus atractivos y utilizarlos de forma eficiente y sostenible para fines turísticos, crear e integrar productos y servicios con valor añadido y de calidad aceptables para la sociedad anfitriona, y situarse en una buena posición del mercado turístico respecto a sus competidores.

Se trata pues de dar a conocer el destino a los potenciales visitantes para favorecer la dinamización socioeconómica del destino que se espera con la llegada de turistas y excursionistas. Los elementos susceptibles de ser promocionados son los atractivos, las actividades recreativas, pero también los productos turísticos existentes. Habitualmente, la comunicación de un destino es una tarea de ámbito institucional, pero la participación del sector privado es fundamental. La administración pública tiene una responsabilidad ética a este respecto y velará por la veracidad de la información que se transmite al público desde los canales oficiales.

Esta ficha está concebida como un instrumento integral que incluye información muy diversa y de gran utilidad para la revisión de las acciones comunicativas y promocionales llevadas a cabo por un destino y para valorar el nivel alcanzado en la promoción del mismo en cuanto a la utilización de medios y acciones.

Los primeros apartados de la ficha son descriptivos y consisten en la recopilación de datos relativos a la gestión de la comunicación realizada y a la descripción de las características principales de los planes en marcha. Por otra parte, es muy importante identificar las instituciones y agentes responsables de la comunicación de un destino. Se ha realizado especial incidencia en la presencia de las Organizaciones de Gestión de Destinos (OGD), estimando la necesidad que existe de tener en un destino una entidad de estas características.

En la segunda parte de la ficha, se enumeran y valoran los medios comunicativos utilizados tanto en el entorno *offline* como *online* con especial incidencia en el análisis de los sitios web y de las redes sociales. De este modo, se incluye la valoración integral del sitio web en relación a la arquitectura, contenidos y posicionamiento del mismo, así como de las redes sociales. Hay que señalar que el uso de estas herramientas está creciendo de forma muy rápida debido a la inmediatez, universalidad y, sobre todo, por razones presupuestarias, ya que resulta un medio más económico que otros tradicionales.

En la última parte, se relacionan las acciones promocionales distinguiendo entre aquellas dedicadas a la captación de nuevos visitantes y mercados, las acciones de fidelización y las de posicionamiento. Finalmente, se dedica un apartado a indagar sobre la imagen de marca que utiliza el destino en sus acciones comunicativas y promocionales.

Para la cumplimentación de esta ficha, además de la revisión de documentos, se tendrá que recurrir a entrevistas en profundidad con gestores encargados de las tareas de comunicación. Esta ficha incluye 11 apartados que se describen a continuación.

DESARROLLO DE LA FICHA

1. Denominación del destino

En este apartado 1 se hace referencia a la denominación del destino para el que se analiza la comunicación turística. Es necesario que se registren los diversos nombres por los que el destino es conocido para que no haya equívocos en torno a su designación. También hay que indicar quien es la institución responsable de la gestión turística del destino.

2. Datos de inspección

Es importante indicar el lugar y la fecha en que se ha realizado la compilación de los datos para conocer el nivel de actualización de los mismos. A efectos prácticos, hay que reseñar los datos de contacto del compilador para posibles consultas adicionales si fuera necesario.

3. Entidad encargada de la comunicación

Se indicará en este apartado el nombre y datos de contacto de la Organización Gestora del Destino (OGD) o patronato turístico que tiene la responsabilidad de los temas de comunicación. Hay que destacar el importante papel estratégico que juegan estas organizaciones en la gestión integral del destino ya que agrupan y coordinan los intereses de muchas instituciones y del sector privado.

Hay que añadir, además, en la casilla correspondiente el nombre de otras instituciones o entidades promotoras que tengan también asignadas tareas de comunicación en el destino, indicando que unidad o departamento asume estas tareas y la aptitud y capacidad del personal asignado para las mismas. En el caso de agentes o entidades supramunicipales hay que hacerlo constar adecuadamente.

Es necesario incluir el nombre, posición y datos de contacto de la persona que ha sido entrevistada para facilitar la información.

4. Instrumentos y planes de comunicación

Este apartado indaga sobre la gestión de la comunicación que se hace en el destino. Así, en primer lugar, se solicita que se identifiquen los instrumentos de comunicación existentes, indicando su periodo de vigencia y el nivel de implementación alcanzado. Un elemento que da idea de la importancia concedida a la comunicación turística es la elaboración anual de una memoria dedicada a recoger las acciones promocionales y la valoración de las mismas a lo largo de un año.

Seguidamente, se solicita que se recabe información sobre el plan o programa operativo vigente en el momento de realización de la ficha. Así, hay que indicar: los objetivos, estrategias, las audiencias a las que se dirige, los medios empleados, mensajes clave, programación, presupuesto, etc.

5. Equipamientos y medios de comunicación *offline* existentes

El apartado 5 recopila información sobre los equipamientos, soportes impresos y medios de comunicación *offline*, utilizados por el destino turístico para abordar las acciones promocionales.

En primer lugar, se enumerarán y georreferenciarán las oficinas de información turística, especificando si se trata de oficinas de titularidad pública (señalando a que administración están vinculadas) o si, por el contrario, son empresas concesionadas para la prestación del servicio de información al visitante o si se trata de un servicio que está externalizado en una empresa privada. Seguidamente, se realizará una valoración sobre la extensión de la temporada de funcionamiento y del horario de atención. Este dato es importante ya que viene a demostrar la vocación del destino por la hospitalidad y atención al visitante.

De igual modo, siguiendo con los equipamientos informativos se indicará el número, ubicación y periodo de operatividad de los escaparates interactivos de consulta, casetas informativas, quioscos, *cornershops* en establecimientos y/o estructuras de publicidad exteriores tales como vallas, señales o cartelería, entre otras.

En segundo lugar, este apartado recopilará la información relativa a los medios promocionales *offline*. Así, se recabará información sobre las inserciones publicitarias en los diferentes medios de comunicación escritos y audiovisuales indicando el número, la frecuencia, calidad y alcance de las publicaciones, así como las lenguas utilizadas en su publicación.

En relación a los medios de comunicación escritos se distinguirá entre anuncios en prensa diaria, artículos en prensa, menciones o comentarios en revistas especializadas, boletines de noticias, entre otros. En cuanto a los medios audiovisuales se distinguirá entre las formas publicitarias en radio, tales como cuñas, publirreportaje, publicidad directa, patrocinio o *bartering*¹, entre otros. En cuanto a la televisión, se identificarán las formas promocionales utilizadas por el destino como podría ser: documentales, concursos, *reality-show*, anuncios, filmaciones en el destino de películas o series de TV, etc. También se indicará si el destino cuenta con videos promocionales o si utiliza el *video mapping*² para su promoción.

Por último, se realizará un contaje de los diferentes soportes impresos editados por el agente promotor tales como folletos, catálogos, calendario de eventos, mapas, pósteres, etc., indicando su regularidad, calidad y alcance de sus publicaciones, lenguas en las que el material promocional ha sido editado, etc.

6. Medios de comunicación *online* actuales

En este apartado se analizan y valoran los medios de comunicación *online*, especialmente el sitio web y las redes sociales.

En relación al sitio web, hay que destacar la importancia de los sitios webs oficiales de los destinos ya que son su principal carta de presentación al mundo.

Se propone identificar los contenidos y el posicionamiento orgánico o natural (*Search Engine Optimization* –SEO–) del sitio web. Para ello, se realizará una comprobación a través de un

¹ Forma de publicidad mediante la cual un personaje conocido acude a un programa para promocionar su producto a cambio de su participación en dicho programa.

² El *video mapping* es una técnica consistente en proyectar imágenes sobre superficies reales, generalmente inanimadas (monumentos, edificios históricos, etc.), para conseguir efectos de movimiento ó 3D dando lugar a un espectáculo visual.

buscador como Google para saber si el sitio web está bien posicionado en los primeros lugares de la búsqueda o, si por el contrario, necesita mejorar su estrategia de posicionamiento.

En relación a los contenidos de la web, este apartado identificará la información contenida y la presentación de la misma insistiendo en destacar si existe una descripción de los principales atractivos, agenda de actividades y productos turísticos, enlace a prestatarios de servicios, accesibilidad al destino, y si ofrece los soportes promocionales impresos para ser descargados y consultados *online*.

En este mismo apartado, se realizará una revisión de las redes sociales utilizadas con fines promocionales en el destino turístico. Las redes permiten una interacción directa e inmediata entre el destino y los visitantes potenciales y/o reales. Las mayoritariamente utilizadas para la comunicación turística en estos momentos son: Facebook, Twitter, Youtube e Instagram. No obstante, se contempla la recopilación de información sobre otras redes sociales.

En general, interesa conocer el impacto en términos de seguidores, interacciones realizadas, la frecuencia de las publicaciones y los temas abordados de interés para el destino. En el caso de Facebook, se pregunta por el nombre de la página profesional o *Fan page*³, ya que es la modalidad de participación profesional en la red social.

Este mismo apartado, incluye la identificación de otras redes sociales divididas según su contenido. Así, se distingue entre las redes sociales de contenido fotográfico como pueda ser Flickr o las que contienen videos como Vimeo. También, puede tratarse de documentos vinculados con el destino que son compartidos a través de redes como Slidshare, Issuu o Scribd, entre otras.

Por otro lado, se ha contemplado la existencia de uno o varios blogs tanto si su titularidad es propia del destino o si por el contrario se trata de un particular dedicado a la publicación de información y actividades sobre el destino.

7. Otras acciones promocionales

Igualmente, esta ficha recoge otras acciones promocionales que se han organizado en función de si se trata de acciones de captación de nuevos clientes, de posicionamiento y de fidelización. Así en relación a las acciones dirigidas a la captación de nuevos clientes se propone identificar aquellas que implican la asistencia del destino a ferias turísticas de diferente ámbito geográfico (FITUR en Madrid, WTM en Londres, ITB en Berlín, etc.).

Entre las acciones que ayudan a mejorar el posicionamiento del destino se proponen aquellas que incluyen las dedicadas a la organización de viajes de familiarización o *famtrips*, de exposiciones, exhibiciones y talleres tales como eventos culturales, gastronómicos y/o deportivos dirigidos a prescriptores de internet y redes sociales, periodistas o agentes de viajes, entre otros.

Las acciones promocionales que buscan la fidelización del público serían aquellas que se centran en la promoción del destino a través de descuentos, regalos, convocatorias para la participación del público en concursos o premios, así como en otras acciones de marketing o similares.

³ La diferencia entre página profesional (*Fan Page*) y perfil personal es que la primera se utiliza generalmente con fines profesionales (entidades y empresas), y la información se publica en abierto; mientras que el perfil personal se dedica a los seguidores que son aceptados a quienes se denominan "amigos".

8. Imagen de marca

Este apartado analiza los elementos y atributos (tangibles e intangibles) que constituyen la marca del destino. En primer lugar, se indicará si existe una única marca o si conviven varias marcas. En este caso, se repetirá el análisis para cada una de las marcas utilizadas y se especificará si el uso es específico para cada una.

A continuación, la ficha avanza en el análisis de los atributos tangibles de la marca como son: el nombre, logotipo, colores corporativos, contenidos, diseño. Por otra parte, se deben desvelar los valores identitarios que caracterizan la marca. Este análisis se completará con la identificación de los soportes donde se aplica la marca: la señalización, los uniformes del personal, documentos escritos, otros soportes promocionales como *rollers*, sitio web, documentos escritos, etc.

9. Comentarios adicionales

Este apartado se reserva para consignar toda la información relevante que por diversas razones no haya sido incluida en los apartados anteriores.

10. Referencias bibliográficas y documentales

Una lista de referencias bibliográficas, sitios web, redes sociales, documentos, programas, planes, etc. para consultar será recomendable para conocer las fuentes de conocimiento básicas utilizadas para la elaboración de la ficha.

11. Documentos gráficos

La ficha incluirá aquellos documentos gráficos necesarios para completar el conocimiento de los materiales de comunicación del destino. Así, se incluirán fotografías, aplicaciones del logo, folletos, etc.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Bigné, E.; Font, X. y Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y Estrategias de desarrollo*. Ed. ESIC, 545 pp.

Chahbra, D. (2010). *Sustainable Marketing of cultural and Heritage Tourism*. Ed. Routledge (Taylor & Francis Group), 237 pp.

Hamú, D.; Auchincloss, E. y Goldstein, W. (2004). *Communicating protected areas*. Ed. IUCN, 317 pp.

Huertas, A. (2014). *La comunicación de los territorios, los destinos y sus marcas*. Ed. UOC Ediciones, 199 pp.

Tourism Australia (2013). *Tourism Australia. Brand Guidelines*, Ed. Tourism Australia, 89 pp.

UNESCO (n.d.). *Sustainable Tourism online tools. Guide 5. Communicating with visitors.* Ed. UNESCO World Heritage, 12 pp.

World Tourism Organization (2007). *A practical guide to Tourism Destination Management.* Ed. UNTWO, 162 pp.

World Tourism Organization (2011). *Communicating Heritage. A Handbook for the Tourism Sector.* Ed. UNTWO, 150 pp.

COMUNICACIÓN TURÍSTICA

1. DENOMINACIÓN DEL DESTINO¹

| | |
|---|--|
| Denominación del destino | |
| Otros nombres | |
| Entidad responsable de la gestión del destino | |

¹ **Destino:** área geográfica que es actualmente o potencialmente atractiva a los visitantes/turistas y que tiene infraestructuras y equipamientos turísticos así como una oferta turística estable.

2. DATOS DE INSPECCIÓN

| | | | |
|-----------------------|--|------------------------------------|--|
| Nombre del compilador | | Fecha y lugar de recogida de datos | |
| E-mail del compilador | | Teléfono del compilador | |

3. ENTIDAD ENCARGADA DE LA COMUNICACIÓN

| | |
|--|--|
| Organización de gestión de destinos (OGD) ² o Patronato de turismo encargado de la comunicación (nombre, datos de contacto y tipo de entidad: público, privado o público-privado) | |
| Competencias de comunicación de las OGD/Patronato de turismo | |
| Otras entidades involucradas en la comunicación | |
| Competencias de cada entidad | |
| Personal de comunicación (número de personas involucradas, cualificación profesional, competencias lingüísticas, etc.) | |
| Persona entrevistada y sus datos de contacto | |
| Cargo de la persona entrevistada | |
| Comentarios | |

² **Organización de Gestión de Destinos (OGD):** entidad pública o pública-privada cuyo objetivo es fomentar, planificar y coordinar el desarrollo turístico de un destino en su conjunto, incluidas las cuestiones de comunicación. Las OGD incluyen juntas nacionales de turismo, oficinas de turismo nacional y regional y oficinas de congresos y convenciones, entre otros.

| 4. INSTRUMENTOS Y PLANES DE COMUNICACIÓN | |
|--|---|
| Instrumentos de comunicación existentes | <input type="text"/> a - Plan de Promoción y/o Comunicación; b - Plan Director de Turismo; c - Manual de Identidad corporativa; d - Manual de Estilo en Redes sociales; e - Plan de <i>Marketing</i> ; f - Otros (especificar en comentarios) |
| Fecha de redacción, periodo de vigencia y nivel de implementación alcanzado | |
| Memoria anual | <input type="text"/> a - Sí; b - No |
| Plan de comunicación actual (objetivos, estrategias, medios y audiencias, mensajes clave, calendario, presupuesto, etc.) | |
| Comentarios | |

5 EQUIPAMIENTOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN OFFLINE EXISTENTES

5.1. Equipamientos de comunicación

5.1.1. Oficinas de turismo

| Oficinas de Turismo (OT) (nombre y descripción) | Coordenadas ³ | Temporada de funcionamiento ⁴ | Horario de atención | Institución a la que pertenece (nombre y tipo) ⁵ |
|---|--|--|---------------------|---|
| OT1 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | | |
| OT2 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | | |
| OT3 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | | |
| OT4 | GEOGRÁFICAS <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> ° <input type="text"/> ' <input type="text"/> " <input type="text"/> <input type="text"/> UTM (10x10) <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> | | | |
| Otros | | | | |

| | |
|-------------|--|
| Funciones | <input type="text"/> a - Atención a visitantes; b - Información sobre los atractivos de la zona, alojamiento, mapas y otros elementos relevantes para el turismo; c - Observatorio de demanda (encuestas); d - Promoción de la oferta turística; e - Comercialización de <i>merchandising</i> ; f - Otros (especificar en comentarios) |
| Comentarios | |

³ Indique las coordenadas geográficas o UTM del punto de acceso principal.

⁴ **Temporada de funcionamiento:** 1 - Esporádicamente (sólo entre semana); 2 - Fines de semana y/o días especiales; 3 - Fiestas nacionales; 4 - Temporada alta; 5 - Todo el año

⁵ **Administración responsable:** a - Administración pública; b - Empresa concesionaria; c - Empresa privada; d - Otros (especificar en comentarios)

5.1.2. Quiosco interactivo

Comentarios (número aproximado, ubicación preferente, periodo de operatividad, etc.)

5.1.3. Instalaciones provisionales (casetas informativas, *cornershops*, etc.) y estructuras de publicidad exterior (vallas publicitarias, señales, cartelería, etc.)

Comentarios (número aproximado, ubicación preferente, periodo de operatividad, etc.)

5.2. Medios de comunicación *offline*

5.2.1. Publicidad en medios de comunicación escritos

Medios de comunicación escritos

a - Prensa diaria; **b** - Artículos; **c** - Comentarios en revistas especializadas; **d** - Boletines de noticias; **e** - Revista propia; **f** - Comunicados de prensa; **g** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios (número de inserciones semanales, regularidad, nombre, calidad y alcance de la publicación, idiomas utilizados, etc.)

5.2.2. Publicidad en medios de comunicación audiovisuales

Medios de comunicación audiovisuales

a - Radio (cuñas, publirreportaje, publicidad directa, patrocinio, *bartering*, etc.); **b** - Televisión (documental, concursos, *reality show*, publicidad, escenario de películas o series, etc.); **c** - Vídeos promocionales; **d** - *Video mapping*; **e** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios (número de inserciones semanales, regularidad, nombre, calidad y alcance de la publicación, idiomas utilizados, etc.)

5.2.3. Soportes impresos

Soportes impresos

a - Folletos; **b** - Panfletos; **c** - Colecciones; **d** - Mapas; **e** - Calendarios de eventos; **f** - Pósteres; **g** - Catálogos; **h** - Pancartas; **i** - Otros (especificar en comentarios)

Comentarios (regularidad, calidad y alcance, idiomas utilizados, etc.)

6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN *ONLINE* ACTUALES

6.1. Sitio web oficial

URL y fecha de la última actualización

Contenidos

a - Descripción de los atractivos (¿Qué visitar?); **b** - Agenda de actividades y productos turísticos (¿Qué hacer?); **c** - Enlaces a prestatarios de servicios (¿Dónde comer y/o dormir?); **d** - Equipamientos; **e** - Accesibilidad al destino (¿Cómo llegar?); **f** - Información útil para el visitante; **g** - Información institucional; **h** - Información de contacto; **i** - Soportes impresos *online*; **j** - Otros (especificar en comentarios)

Posicionamiento orgánico (SEO)⁶ web (puesto que ocupa en el *ranking* de un buscador)

1 - Después del 10º; 2 - Del 10º al 7º; 3 - Del 6º al 4º; 4 - El 3º o 2º; 5 - Primer lugar

Comentarios

⁶ **SEO: Search Engine Optimization.** Es un conjunto de estrategias y técnicas utilizadas para incrementar el número de visitantes a un sitio web, y así poder estar posicionado en los primeros lugares de los motores de búsqueda (Google, Bing, Yahoo, etc.).

| 6.2. Redes Sociales y blogs | |
|--|---|
| Twitter | Nombre usuario: |
| | Nº Seguidores: |
| | Nº Siguiendo: |
| | Frecuencia: |
| | Principales temas tratados: |
| Facebook | Nombre usuario (<i>fan page</i>): |
| | Nº Seguidores: |
| | Nº Siguiendo: |
| | Frecuencia: |
| | Principales temas tratados: |
| YouTube | Canal de YouTube: |
| | Nº de vídeos: |
| | Nº Seguidores: |
| | Frecuencia: |
| | Principales temas tratados: |
| Instagram | Nombre usuario: |
| | Nº Seguidores: |
| | Nº Siguiendo: |
| | Frecuencia: |
| | Principales temas tratados: |
| Otras | <input type="text"/> <p>a - Fotos (Flickr, etc.); b - Videos (Vimeo, Vime, etc.); c - Documentos (Slidshare, Issuu, Scribd, etc.); d - Marcadores Sociales (Delicious, etc.); e - Redes de contacto (Telegram, WhatsApp, Google+, Snapchat, etc.); f - Profesionales (Linkedin, Xing, etc.); g - <i>Microblogging</i> (Tumblr, etc.); h - Otros (especificar en comentarios)</p> |
| Comentarios (contenidos, regularidad, calidad, alcance, idiomas utilizados, etc.) | |
| Blog | Nombre: |
| | Nº Seguidores: |
| | Frecuencia: |
| | Principales temas tratados: |
| Comentarios (contenidos, regularidad, calidad, alcance, idiomas utilizados, etc.) | |
| 7. OTRAS ACCIONES PROMOCIONALES | |
| Acciones de captación, posicionamiento y/o fidelización | <input type="text"/> <p>a - Ferias comerciales; b - Exhibiciones y/o exposiciones (artísticas, gastronómicas, de moda, etc.); c - Eventos artísticos, culturales, deportivos, etc. (festival cinematográfico, espectáculos, festival de teatro, concierto, etc.); d - Viajes de familiarización o <i>famtrips</i> (para prensa, turoperadores, <i>bloggers</i> u otros prescriptores web); e - Visitas promocionales y talleres; f - Muestras y/o degustaciones; g - Seminarios, jornadas y congresos (científicos, comerciales, etc.); h - Concursos y/o premios; i - Descuentos (ofertas, regalos, cupones, etc.); j - Acciones de <i>marketing</i> urbano; k - Otros (especificar en comentarios)</p> |
| Comentarios | |

8. IMAGEN DE MARCA

| | |
|---|---|
| Nombre de la marca (especificar si existe más de una marca) | |
| Elementos tangibles (nombre, logo, color corporativo, contenidos, diseño, etc.) e intangibles (valores) | |
| Elementos soporte | <input data-bbox="451 493 557 546" type="checkbox"/> a - Señalización; b - Uniformes; c - Equipamientos; d - Soportes promocionales; e - Documentos corporativos; f - Materiales impresos ; g - Otros (especificar en comentarios) |
| Logotipo de la marca | |

9. COMENTARIOS ADICIONALES

| |
|--|
| |
|--|

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

| |
|--|
| |
|--|

11. DOCUMENTOS GRÁFICOS (fotografías, mapas, folletos, marca, logotipos, etc.)

| |
|--|
| |
|--|

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Albert, M.T.; Richon, M.; Viñals, M.J. y Witcomb, A. (eds.) (2012). *Community Development through World Heritage*. World Heritage Papers, 31. Ed. UNESCO, 113 pp.
- Australian Government (2012). *Australia's National Landscapes Program: Experience Development Strategies*. Ed. Tourism Australia, 29 pp.
- Australian Heritage Commission (1999). *Successful Tourism and Heritage. A Guide for Tourism Operators, Heritage Managers and Communities*. Ed. Australian Heritage Commission/ Department of Industry Science and Resources, 61 pp.
- Ballantyne, R.; Hughes, K. y Moscardo, G. (2008). *Designing Interpretative Signs. Principles in Practice*. Ed. Fulcrum Publishing, 152 pp.
- Bandarin, F. y Van Oers, R. (2012). *The historic urban landscape: Managing heritage in an urban century*. Ed. John Wiley & Sons, Ltd., 224 pp.
- Becken, S. y Wardle, C. (2017). *Tourism Planning in Natural World Heritage Sites*. Ed. UNESCO/Griffith University, 37 pp.
- Borges, M.A.; Carbone, G.; Bushell, R. y Jaeger, T. (2011). *Sustainable tourism and natural World Heritage. Priorities for action*. Ed. IUCN, 30 pp.
- Bote Gómez, V. (1990). *Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una estrategia artesanal*. Ed. Trillas, México, 373 pp.
- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Ed. Trillas, 245 pp.
- Buchinger, M. (1996). *Turismo, recreación y medio ambiente. Problemas y soluciones*. Ed. Universo, Buenos Aires.
- Castillo, M.A. (ed.) (2000). *Ciudades Históricas: Conservación y Desarrollo. Encuentros sobre Patrimonio*. Colección Debates sobre Arte. Ed. Fundación Argentaria, 229 pp.
- Commonwealth of Australia (2004). *Steps to sustainable tourism planning. A sustainable future for tourism, heritage and the environment*. Ed. Australian Government, 68 pp.
- Corbett, J.B. (2006). *Communicating Nature. How we create and understand environmental messages*. Ed. Island Press, 351 pp.
- Department of Tourism the Republic of the Philippines (2012). *Tourism Development Planning Guidebook for Local Government Units*. Ed. Department of Tourism (Philippines), 66 pp.
- Europarc-España (2005). *Manual sobre Conceptos de Uso Público en Espacios Naturales Protegidos*. Serie Manuales. Ed. Europarc-España, 94 pp.
- Europarc-España (2005). *Integración de los Espacios Naturales Protegidos en el Territorio*. Serie Monografías, Monografía 01. Ed. Europarc-España, 118 pp.
- European Commission (2014). *Guide on EU Funding for the Tourism Sector*. Ed. European Commission Directorate-General for Enterprise and Industry, 53 pp.

- Galvin, L.; Jakovela, A.; De Jong, H.; Kusters, N.; Partington, R. y Ziemele, A. (2012). *Practical, Profitable, Protected a Starter Guide to Developing Sustainable Tourism in Protected Areas*. Ed. Europarc/International the European Centre for Eco and Agro Tourism in Partnership (ECEAT), 82 pp.
- Global Heritage Fund (2010). *Saving our Vanishing Heritage: safeguarding endangered Cultural Heritage Sites in the developing world*. Ed. Global Heritage Fund, 69 pp.
- González de Souza, M.A.; Jiménez, A. y Martín, D. (2015). *El Inventario de los Recursos Turísticos. Un Enfoque desde la Demanda*. Ed. Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Gobierno de España/EOI (Escuela de Organización Industrial), 84 pp.
- Gunn, L.A. (1994). *Tourism planning*. Ed. Taylor & Francis. New York, 357 pp.
- Hamú, D.; Auchincloss, E. y Goldstein, W. (eds.) (2004). *Communicating Protected Areas*. Ed. IUCN, 305 pp.
- Humke, M. (n.d.). *Sustainable Tourism Enterprise Development a Business Planning Approach. Online Tool Kit and Resource Series*. Ed. US Agency for International Development, 133pp.
- ICOMOS (1993). *Tourism at World Heritage Cultural Sites*. Ed. ICOMOS/ World Tourism Organization (UNWTO), 123 pp.
- Jiang, X. y Homsey, A. (2008). *Heritage Tourism Planning Guidebook. Methods for Implementing Heritage Tourism Programs in Sussex County, Delaware*. Ed. Institute for Public Administration, University of Delaware, 43 pp.
- Leftridge, A. (2006). *Interpretative Writing*. Ed. The National Association for Interpretation, 132 pp.
- Leno Cerro, F. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ed. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid, 261 pp.
- Leung, Y.; Spenceley, A.; Hvenegaard, G. y Buckley, R. (2014). *Tourism and Visitor Management in Protected Areas. Guidelines for sustainability*. Ed. IUCN, 269 pp.
- López Olivares, D. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Ed. Universitat Jaume I, colecc. manuals, 11, Castellón de la Plana, 301 pp.
- López Olivares, D. (2013). *Los Recursos Turísticos. Evaluación, Ordenación y Planificación Turística*. Colección Crónica. Ed. Tirant Lo Blanch, 180 pp.
- Manning, R.E.; Anderson, L.E. y Pettengill, P.R. (2017). *Managing Outdoor Recreation. Case Studies in the National Parks* (2ª edición). Ed. CABI, 235 pp.
- Moscardo, G. (ed.) (2008). *Building Community Capacity for Tourism Development*. Ed. Cabi, 183 pp.
- Organización Mundial del Turismo (1979): *Evaluación de los recursos turísticos*. OMT, Madrid.
- Patry, M. y Vujicic-Lugassy, V. (cords.) (2008). *Enhancing our Heritage Toolkit. Assesing Management Effectiveness of Natural World Heritage Sites*. Ed. UNESCO, World Heritage Papers 23, 104 pp.
- Pedersen, A. (2002). *Managing Tourism at World Heritage Sites: A Practical Manual for World Heritage Site Managers*. Manual 1. Ed. UNESCO, 96 pp.
- Pérez, L. (2014). *Turismo Cultural: Una Oportunidad para el Desarrollo Local. Guía Metodológica*. Ed. Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) (Chile), 100 pp.
- Ramos, M. (2007). *El Turismo Cultural, los Museos y su Planificación*. Ed. Trea, 468 pp.

- Ramsar Convention on Wetlands and World Tourism Organization (UNWTO) (2012). *Destination Wetlands: Supporting Sustainable Tourism*. Ed. Secretariat of the Ramsar Convention on Wetlands & World Tourism Organization (UNWTO), 80 pp.
- Rico Cánovas, E. (2014). *El patrimonio cultural como argumento para la renovación de destinos turísticos consolidados del litoral en la provincia de Alicante*. Tesis doctoral, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante, 617 pp.
- Robinson, M. y Picard, D. (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development*. Ed. UNESCO, 96 pp.
- Troitiño Vinuesa, M.A. (2009). *Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*. Ed. Universidad Internacional de Andalucía, 276 pp.
- Troitiño Vinuesa, M.A. y Troitiño Torralba, L. (2007). *Planificación y gestión del turismo en destinos patrimoniales*. Ed. UOC, Barcelona, pp. 104-142.
- UNESCO (n.d.). *Sustainable Tourism Online Toolkit. Guide 1. Understanding Tourism at your Destination*. Ed. UNESCO/World Heritage Convention, 10 pp.
- Urry, J. (2008). La globalización de la mirada del turista. Barcelona Metròpolis. *Revista de Informació y Pensamientos Urbanos*, 72, pp. 49-57.
- Vera, J.F. (coord.) (2011). *Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos*. Ed. Tiranch Lo Blanch. Colección Crónica, 473 pp.
- Vargas, E. (ed.). (2007). *Toolkit for Sustainable Tourism in Latin America for Touroperators*. Ed. CREM BV and Rainforest Alliance, 184 pp.
- Viñals, M.J. (ed.) (2002). *Herramientas para la Gestión del Turismo Sostenible en Humedales*. Ed. Organismo Autónomo de Parques Nacionales. Ministerio de Medio Ambiente (4 vols), 229 pp.
- Viñals, M.J.; Filiberto, I. y Morant, M. (2005). *Manual para o inventário dos valores culturais das zonas húmidas/Manual para el Inventario de los valores Culturales de los Humedales*. Ed. Instituto da Conservação da Natureza, 105 pp.
- Viñals, M.J. y Bernabé, A. (eds.) (1999). *Turismo en Espacios Naturales y Rurales*. Ed. Universitat Politècnica de València, 250 pp.
- World Tourism Organization (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Ed. World Tourism Organization (UNWTO), 150 pp.
- World Tourism Organization (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook. Enhancing Capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries*. Ed. European Commission, 226 pp.
- Zimmer, P. y Grassmann, S. (1996). *Evaluar el Potencial Turístico de un Territorio*. Ed. Leader European Observatory, 43 pp.