



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

Sistema de indicadores que se aplicarán en el primer año del Observatorio (Sujeto a ajustes)

MENSUAL	Demanda	No. de llegada de turistas	
		Grado de satisfacción	
		Lugares visitados	
	Oferta (censo + muestreo)	No. de establecimientos y cuartos disponibles	
		No. de establecimientos de Alimentos y Bebidas	
		Servicios	
		No. de recintos para eventos	
		Atractivos turísticos (inventario)	
		Actividad turística, educativa y cultural	
		Igualdad y accesibilidad	
		Índice de confianza empresarial	
		Salud y seguridad	
		Estacionamientos	
	Percepción de la sociedad	Bienestar de la comunidad: satisfacción y reclamos	
		Efectos del turismo en la comunidad	



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

		Acceso de los locales a los principales recursos	
		Igualdad entre los sexos	
		Toma de conciencia y participación de la comunidad	
SEMESTRAL	Inteligencia Turística	Industrias de Congresos y convenciones	
		Turismo LGTB	
		Restauración y Gastronomía	
	Resultados de desempeño	Personal empleado	
		Impacto económico	
		Impacto social	
		Impacto ambiental	Certificación
			Áreas verdes
			Contaminación urbana
			ANP
			Calidad aguas de mar
			Impacto visual
		Inversión	
		Impuestos recabados	
		PIB turístico	



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

		Ingreso por habitación disponible	
ANUAL	Indicadores Destinos rurales, naturales y alternativos	Índice de satisfacción	
		Efecto en las comunidades	
		Acceso a los bienes locales	
		Conservación del patrimonio arquitectónico	
		Ecosistemas frágiles	
		Control actividad turística	
		Circuitos y rutas	
	Indicadores Destinos de playa	Acceso a bienes locales	
		Ecosistemas frágiles	
		Calidad del agua	
		Mitigación del cambio climático	
		Control de actividades turísticas	
		Circuitos y rutas	
		Estado de las playas	
		Cruceros	



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

	Indicadores Pueblos Mágicos	Satisfacción local con el turismo	
		Efectos en las comunidades	
		Conservación del patrimonio arquitectónico	
		Ecosistemas frágiles	
		Control de actividades turísticas	
		Creación de rutas y circuitos	
	Indicadores complejos	Indicadores de sustentabilidad	
		Indicadores de competitividad	
	Indicadores de gestión del destino	Indicadores de liderazgo. Dirección de Turismo / Fideicomiso	
		Indicadores referidos a las relaciones organismos locales	
		Indicadores referidos a la comunicación del destino	
		Indicadores referidos a la gestión ambiental	
		Indicadores referidos a la gestión cultural	
		Indicadores referidos a la gestión de calidad	



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

		Indicadores referidos a la gestión de recursos humanos	
		Indicadores referidos a la gestión del conocimiento del destino	
		Indicadores referidos a la tecnología del soporte a la gestión	
		Indicadores referidos al bienestar de la comunidad	



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

2. Lista de indicadores generales

Indicadores de DEMANDA

1. Arribo de viajeros

1.1. Número de llegadas de viajeros nacionales (por ciudad de residencia)

- Turistas
- Excursionistas
- Viajeros de negocio o función laboral

1.2. Número de llegadas de viajeros internacionales (por país de origen).

- Turistas
- Excursionistas
- Viajeros de negocio o función laboral

2. Derrama

2.1. Gasto promedio diario

- Si viaja con media pensión + alimentos y diversión
- Si viaja en excursión, alojamiento y comidas + otros gastos

2.1. Gasto total.

2.2. Gastos de transportación local

2.3. Importes pagados por los turistas en transporte desde su lugar de residencia al destino.

3. Perfil del visitante

3.1. Socio-demográfico.

- Edad
- Género
- País de residencia
- Estado civil
- Nivel de estudios
- Ocupación (profesión, oficio o habilidades)

- Situación laboral: empleo completo o media jornada, jubilado o pensionado
- Actividad económica
- Ingresos: aproximado totales (se dan cantidades fijas por aproximación)

3.2. Temporada en la que visita el destino.

- Estacionalidad tradicional
- Fin de semana largos combinados con feriados

3.3. Pre viaje:

- Descubrimiento: internet, revistas, diarios, boca a boca
- Realización de reservas, tipo de reservas realizadas, canal para realizar las reservas, productos reservados, reservas por internet, uso de dispositivos móviles, consulta en Oficinas de Turismo.

4. Característica y organización del viaje

Tipo de viaje.

Ecoturismo, negocios, salud, sol y playa, cultural, aventura, urbano, agro turismo, otros.

4.4.1. Motivo del viaje.

4.4.1.1. Personal

Vacaciones, descanso, recreativo, visitar familia y amigos, educación o entrenamiento, salud y tratamientos médicos, religioso, peregrinaje, compras, tránsito, otros.

4.4.1.2. Negocios o profesional: Reuniones, congresos, ferias y exhibiciones. Otros negocios y propósitos profesionales.

4.4.2. Forma de viajar (solo, en pareja, en grupo, otros).

4.4.3. Vía de acceso utilizada.

4.4.4. Medio de transporte utilizado hacia el destino y en el destino.

4.4.5. Línea aérea utilizada.

- 4.4.6. Régimen y tipo de alojamiento.
 - 4.4.7. Estadía media.
 - 4.4.8. Presupuesto global del viaje.
 - 10. Actividades realizadas.
-
- 5. Grado de satisfacción y valoración del destino
 - 5.1. Número de visitas al destino.
 - 5.2. Cumplimiento general de las expectativas.
 - 5.3. Índice de satisfacción del visitante (%)
 - 5.4. Percepción del destino como atractivo e interesante.
 - 5.5. Tasa de turistas regresando a la ciudad destino (RevPar).
 - 5.6. Índice de satisfacción de los visitantes respecto a la relación calidad-precio (%).

 - 6. Índice de repetición
 - 6.1. Intención de recomendar el destino.
 - 6.2. Intención de repetir la visita a la misma región o a una diferente.

 - 7. Número de visitantes a los principales atractivos (naturales y culturales)
 - 7.1. Número anual de visitantes por atracción o centro turístico (parques, museos, sitios arqueológicos, etc.)
 - 7.2. Clasificación por número de visitantes.
 - 7.3. Número de visitantes nacionales e internacionales a los principales monumentos y museos.
 - 7.4. Visitas culturales guiadas.
 - 7.4.1. Número de visitas guiadas y número de participantes.
 - 7.4.2. Idiomas utilizados en las visitas guiadas.



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

8. Industria de congresos y convenciones

8.1. Número de eventos realizados en el destino

8.1.1. Número de congresos, convenciones, ferias y exposiciones (nombre, lugar, fecha, duración, tarifa).

8.1.2. Número de eventos ocasionales.

8.1.3. Número de eventos recurrentes.

8.2. Recintos para reuniones.

8.2.1. Número de recintos para reuniones.

8.2.2. Metros cuadrados de superficie por exposición.

8.3. Oferta de habitaciones y salones de conferencias para el turismo de Congresos y Convenciones (capacidad)

8.4. Oferta de salones de conferencias en edificios históricos, museos, centros culturales, teatros y más.

8.5. Turismo Internacional de Congresos y Convenciones.

8.5.1. Número de Asociaciones Internacionales de Congresos y Convenciones.

8.5.2. Número de reuniones de Asociaciones Internacionales.

8.5.3. Eventos de la International Congress & Convention Association (ICCA)

8.5.4. Organizadores de MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions).

8.5.5. Número de eventos MICE realizados.

8.5.6. Duración de las reuniones.

8.5.7. Tipo de evento organizado.

8.5.8. Número de reuniones por tipo de participantes.

8.6. Análisis del Mercado de MICE y su visión de la ciudad.

- 8.6.1. Número de reuniones por año por empresa u organización.
- 8.6.2. Máximo número de participantes por reunión.
- 8.6.3. Tipo de instalaciones requeridas.
- 8.6.4. Motivo de la reunión.
- 8.6.5. Tipo de evento organizado.
- 8.6.6. Tipo de servicios contratados.
- 8.6.7. Razones para la elección de un Hotel como recinto de la reunión.
- 8.6.8. Tipo y categoría de alojamiento reservado.
- 8.6.9. Calidad de los Hoteles en el destino.
 10. Contratación de una Oficina de Congresos y Visitantes (OCV) para organizar la reunión.
 11. Actividades pre y post la reunión.
 12. Presupuesto asignado para la reunión.
 13. Percepción de la ciudad o país como destino MICE.
 14. Gasto en turismo de negocios.

9. Turismo de negocios

1. Número de viajeros de negocios.
2. Perfil socio-demográfico.
3. Motivo del viaje.
4. Recinto de la Conferencia.
5. Medios de transporte local (hacia la ciudad y en la ciudad).
6. Alojamiento.
 1. Lugar y Tipo de alojamiento.
 2. Reservas de hoteles en consideración de sus clasificaciones.
 3. Pernotaciones.
 4. Elementos esenciales para un alojamiento de calidad.



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

2. Estancia.
3. Presupuesto y gasto diario.
4. Actividades realizadas.

10. Turismo LGTB

1. Visitas a la ciudad.
 - 1.1. Frecuencia de visitas.
 - 1.2. Tipo de reservaciones.
 - 1.3. Forma de organización de la visita.
2. Elección del destino.
 - 2.1. Motivo para la elección del destino.
 - 2.2. Presupuesto y gasto diario.
3. Alojamiento.
 - 3.1. Lugar y tipo de alojamiento.
 - 3.2. Criterio en la elección del alojamiento.
 - 3.3. Motivo del viaje.
 - 3.4. Duración de la estancia.
 - 3.5. Atributos de un hospedaje de calidad.
4. Medio de transporte utilizado.
5. Opinión del destino y grado de satisfacción
6. Número de pasajeros que arriban al destino por tipo de transporte utilizado.
7. Transporte aéreo.
 - 7.1. Número de vuelos (regulares, no regulares, privados y otros)
 - 7.2. Número total de entradas de viajeros por el aeropuerto por país de origen.
 - 7.3. Número de viajeros por tipo de línea aérea.



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

- 7.4. Frecuencias de vuelos nacionales e internacionales que llegan al aeropuerto.
- 7.5. Clase reservada en los vuelos.
- 7.6. Reservas de vuelos realizadas a través de algún globalizador o Agencia de Viajes.
- 7.7. Número de vuelos (líneas regulares, charters, carga, otros).
- 7.8. Hoteles cercanos al aeropuerto.
- 7.9. Acceso al aeropuerto (auto, tren, taxi, otros).
8. Transporte por carretera.
 - 8.1. Por autobús.
 - 8.1.1. Número de pasajeros que llegan a la central de autobuses, según país de origen.
 - 8.1.2. Frecuencias de pasajeros nacionales e internacionales llegados a la central de autobuses, según país de origen.
 - 8.1.3. Perfil de los pasajeros.
 - 8.2. Por automóvil.
 - 8.2.1. Número de pasajeros que llegan vía automóvil (propio, renta de automóvil con chofer o sin chofer, taxis, limusinas)
 - 8.2.2. Perfil de los pasajeros.
9. Transporte marítimo.
 - 9.1. Líneas de pasajeros, cruceros y ferris.
 - 9.2. Yates y otros medios acuáticos de transporte.
 - 9.3. Número de cruceros que llegan al destino por temporada.
 - 9.4. Número total de llegadas por puerto (por país de origen, motivo del viaje y tipo de y categoría de alojamiento)



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

- 9.5. Derrama económica en el destino.
 - 9.6. Estadía promedio de viajeros ingresados por puerto.
 - 9.7. Pernoctaciones de viajeros ingresados por puerto.
 - 10. Renta de animales o vehículos impulsados por animales.
 - 11. Por otros medios (Bicicleta, caballo, motocicleta, a pie)
 - 12. Reducción del impacto del transporte.
 - 12.1. Estadía media (en general / en alojamientos comerciales).
 - 12.2. Porcentaje de los diferentes modos de transporte.
 - 12.3. Porcentaje de transporte activo no contaminante.
10. Número de llegadas por tipo de alojamiento
- 1. Número de llegadas (por tipo de alojamiento, por temporada, fines de semanas largos, por categoría de hotel, por país de origen de los visitantes, por motivo de viaje).
 - 2. Pernoctaciones totales (por tipo de alojamiento, por temporada, fines de semanas largos, por categoría de hotel, por país de origen de los visitantes, por motivo de viaje).

A. OFERTA TURÍSTICA

- 1. NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS Y CUARTOS DISPONIBLES DE HOSPEDAJE COMERCIAL POR TIPO Y CATEGORÍA.
 - 1.1. Número total de Establecimientos Turísticos.
 - 1.2. Número total de habitaciones y camas de los Establecimientos Turísticos.
 - 1.3. Grado de ocupación total promedio de los Establecimientos Turísticos.
 - 1.4. Establecimientos Turísticos por tipo y categoría.

(Hoteles, Bed&Breakfast (B&Bs), Hoteles Apartamentos, Apartamentos Turísticos, Campings, Pensiones, Albergues, Hostales, Residencias Secundarias).

1.4.1. Número total de habitaciones y camas de cada tipo de alojamiento turístico.

1.4.2. Grado de ocupación total promedio

1.4.3. Número de pernoctaciones.

1.4.4. Estadía promedio.

1.4.5. Densidad por cuarto.

1.4.6. Tarifa promedio y Tarifa media diaria (ADR)

1.4.7. Cuartos noche.

1.5. Porcentaje de empresas involucradas en proyectos de cooperación turística (RevPar).

(Dada la dificultad para medir el hospedaje en propiedades privadas solamente se propone evaluar este indicador en destinos donde este fenómeno sea realmente relevante).

2. ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

2.1. Número de establecimientos de alimentos y bebidas.

2.2. Capacidad.

2.3. Cheque promedio.

3. SERVICIOS.

3.1. Inventario de servicios turísticos actualizado por año.

3.2. Banca y casas de cambio.

3.3. Establecimientos comerciales.

3.4. Operadores locales (Destination Management Companies).

- 3.5. Arrendadoras de autos.
 - 3.6. Guías de turistas certificados.
 - 3.7. Servicios de cultura, deporte y recreación.
 - 3.8. Spa.
 - 3.9. Golf.
 - 3.10. Sistema de información para empresarios, municipios, autoridades, inversionistas, distribuidores y comunidades locales.
 - 3.11. Oficinas de Turismo.
 - 3.12. Organismo local de regulación del desarrollo turístico.
 - 3.13. Otros.
4. RECINTOS PARA REUNIONES
- 4.1. Número de recintos para reuniones.
 - 4.2. Metros cuadrados de superficie por exposición
5. ATRACTIVOS TURÍSTICOS
- 5.1. Inventario de atractivos turísticos actualizado cada año.
 - 5.2. Oferta natural.
 - 5.2.1. Número de sitios naturales (riqueza natural y paisaje)
 - 5.2.2. Potencial ecológico del destino.
 - 5.2.3. Porcentaje del destino (en km²) que está considerado como protegido.
 - 5.2.4. Áreas protegidas y Reservas.
 - 5.2.4.1. Áreas protegidas.
 - 5.2.4.2. Reservas Naturales.
 - 5.2.4.3. Reservas Arqueológicas.
 - 5.2.4.4. Reservas Biológicas.
 - 5.2.4.5. Reservas Forestales.

5.3. Oferta cultural.

5.3.1. Número de museos, monumentos y atracciones turísticas culturales en el destino (sitios patrimonio histórico-artísticos, sitios arqueológicos, monumentos, galerías de arte, conjuntos históricos, gastronomía, ambiente, etc.)

5.3.2. Manifestaciones culturales.

5.3.3. Folklore y manifestaciones del patrimonio cultural intangible.

5.3.4. Manifestaciones técnicas, artísticas y culturales contemporáneas.

5.3.5. Acontecimientos programados.

5.3.6. Número de eventos basados en los valores culturales locales o tradicionales.

6. DATOS DE ACTIVIDAD TURÍSTICA, EDUCATIVA Y CULTURAL

1. Funcionamiento de los servicios que se ofrecen al público.
2. Estudios sobre capacidad de carga y organización de flujos turísticos.
3. Análisis del entorno económico y del mercado.
4. Estudios de impacto de la visita pública en la economía local y en la conservación del destino.
5. Seguimiento y control del grado de cumplimiento del Plan Director.

2. IGUALDAD – ACCESIBILIDAD.

1. Existencia de una política de acceso para personas discapacitadas.
2. Disponibilidad de transporte público y vehículos accesibles para personas discapacitadas y porcentaje del total de unidades.
3. Porcentaje de empresas de hospitalidad que cumplen con las normas de accesibilidad establecidas.
4. Número de hoteles con instalaciones para recibir personas discapacitadas.



Observatorio Integral
de la Región Turística
PUERTO VALLARTA - BAHÍA DE BANDERAS

5. Número de empresas que ofrecen actividades para personas discapacitadas.
 6. Número de atracciones con instalaciones para silla de ruedas e instalaciones adaptadas.
 7. Número de personas con discapacidad que visitan el destino.
 8. Distancia al hospital más cercano
 9. Presencia de personal médico.
2. ÍNDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL
- 2.1. Índice de Confianza Empresarial por subsectores de actividad económica: Alojamiento, Restaurantes, Agencias de Viajes.
 - 2.2. Índice de Confianza Empresarial por tipo de alojamiento: Hoteles, Hoteles apartamento, Bed&Breakfast, Acampamentos turísticos, etc.
3. SALUD Y SEGURIDAD.
- 3.1. Número de enfermedades o decesos de turistas.
 - 3.2. Número de visitas al médico por parte de turistas.
 - 3.3. Número de reportes por intoxicación.
 - 3.4. Porcentaje de establecimientos con distintivo H.
 - 3.5. Número de accidentes que involucran turistas.
 - 3.6. Número de folletos con medidas de seguridad para los visitantes.
 - 3.7. Porcentaje de empresas con señalización de seguridad.
 - 3.8. Porcentaje de empresas con plan de manejo de riesgos y comité de crisis.
 - 3.9. Porcentaje de establecimientos con entrenamiento sobre riesgos.
 - 3.10. Número de incidentes con turistas.
 - 3.11. Número de turistas heridos o implicados.

3.12.Existencia de plan de contingencia en caso de incidentes que impliquen turistas en el destino.

3.13.Número de crímenes denunciados por turistas.

3.14.Número de turistas acusados de crímenes.

3.15.Costo anual de seguridad en el destino.

3.16.Número de policías / turistas.

B. RESULTADOS DE DESEMPEÑO

1. PERSONAL EMPLEADO EN EL SECTOR TURÍSTICO.

1. Ocupación laboral en las ramas de las actividades turísticas: Alojamientos, restaurantes, agencias de viajes, etc.

2. Empleo total en el sector (%).

3. Porcentaje de empleo en turismo respecto a empleo total.

4. Número total de empleados en el sector turístico.

5. Porcentaje de empleados en el sector turístico calificados profesionalmente para ocupar puestos básicos, intermedios y avanzados.

6. Tasa de rotación de personal.

7. Total de personal empleado por tipo de alojamiento.

8. Población activa en el sector turístico y ocupación.

9. Número de plazas por Establecimiento Turístico.

10. Formación.

10.1.Número de empleados titulados/certificados.

10.2.Número de empleados que reciben entrenamiento.

10.3.Gasto en entrenamiento y formación en el sector.

10.4.Nivel de formación de los empleados.

10.5.Existencia de programas de formación continua.

11. Tipo de contratación.

- 11.1. Número de trabajadores formales y permanentes (porcentaje del total)
- 11.2. Número de trabajadores informales, temporales, fijo discontinuo (porcentaje del total)
- 11.3. Número de trabajadores independientes.
- 11.4. Número de trabajadores ocupados medio tiempo y tiempo completo.
- 11.5. Porcentaje de empleos de tiempo completo, el año completo.

12. Nivel de ingresos promedio de empleados del sector.
13. Número de accidentes en el trabajo.
14. Porcentaje de empleados provenientes de otras partes.
15. Tasa de paro (desempleo) en las actividades del sector turismo (por actividad: Alojamientos, servicios de alimentos y bebidas, agencias de viajes).
16. Tasa de desempleo local en temporada baja.
17. Afiliaciones a la seguridad social.
18. Equidad de género.
 - 18.1. Desglose de los empleados que trabajan en la industria turística (edad, género, salarios).
 - 18.2. Distribución de los trabajadores por grupos de edad y nacionalidad (%).
 - 18.3. Número de empleados hombres y mujeres en los Establecimientos Turísticos.
 - 18.4. Porcentaje de empresas turísticas que ofrecen apoyo para guarderías.
 - 18.5. Porcentaje de empresas turísticas que cuenta con una política de equidad de género.

18.6. Porcentaje empresas turísticas que ofrecen transporte para empleadas en turno nocturno.

18.7. Porcentaje de empresas turísticas dirigidas por mujeres.

18.8. Ingreso promedio en la industria para hombres y para mujeres.

2. IMPACTO ECONÓMICO

2.1. Ingresos monetarios por el turismo receptivo (millones de dólares).

2.2. Ingresos por tipo de alojamiento.

2.3. Contribución relativa (%) del turismo a la economía local del destino.

2.4. Balanza de Bienes y Servicios (millones de dólares).

2.5. Contribución de la actividad turística al empleo.

2.6. Estatus de los proyectos de infraestructura (sancionados y no sancionados).

2.7. Incidencia de la actividad turística sobre la estructura socioeconómica y empresarial de la comunidad local.

3. BENEFICIOS ECONÓMICOS

3.1. Llegadas de turistas al mes, al año.

3.2. Gasto total de turistas.

3.3. Gasto promedio por turista.

3.4. Tasa de ocupación en establecimientos de hospedaje registrados.

3.5. Ingresos por concepto del impuesto al hospedaje anuales.

3.6. Gasto gubernamental en promoción e infraestructura al año.

3.7. Solicitudes de información en los centros de información turística por mes.

3.8. Número de actividades ofrecidas en temporada baja.

3.9. Número de eventos en temporada baja.

3.10. Número de establecimientos turísticos nuevos que abren cada año.

3.11. % de establecimientos turísticos propiedad de habitantes del destino.

3.12. Longevidad de los negocios turísticos.

4. IMPACTO SOCIAL

4.1. Número de camas por cada 100 habitantes locales.

4.2. Relación entre el número de turistas en comparación con la población local (visitantes por cada 100 habitantes).

4.3. Percepción de la comunidad local frente al turismo.

5. IMPACTO AMBIENTAL

5.1. Porcentaje de proyectos que incluyen estudio de impacto ambiental.

5.2. Porcentaje de proyectos turísticos que contribuyen a la protección ambiental.

5.3. Porcentaje de áreas protegidas financiadas por el turismo.

5.4. Valor generado por entradas de turistas.

5.5. Valor generado por contribuciones de operadores turísticos.

5.6. Valor generado por donaciones de los turistas.

5.7. Existencia de código de conducta o protección del sitio.

5.8. Número de organizaciones de conservación en el destino.

5.9. Número de programas de conservación abiertos a turistas (liberación de tortugas, colección de basura).

5.10. Porcentaje de empresas (hospedaje y sitios) que poseen una certificación ambiental.

5.11. Lista de hoteles que han sido premiados o galardonados por sus prácticas sustentables.

5.12. Consumo total de agua por los Establecimientos Turísticos (m³).

5.13. Administración de residuos sólidos.

- 5.13.1. Volumen de residuos de la ciudad destino (en toneladas/año).
- 5.14. Manejo de agua en el destino.
 - 5.14.1. Uso de agua (volumen total consumido y litros de agua por turista)
 - 5.14.2. Ahorro de agua por año (reducción en el uso de agua respecto al período anterior).
 - 5.14.3. Porcentaje de aguas negras o grises recicladas.
 - 5.14.4. Evacuado de aguas residuales por un sistema de alcantarillado (total o la cantidad derivada del turismo).
 - 5.14.5. Número de establecimientos que cuentan con sistemas de conservación de agua.
 - 5.14.6. Número de incidentes de corte de agua en el destino por año.
 - 5.14.7. Porcentaje de agua importada al destino.
 - 5.14.8. Costo del agua por litro.
- 5.15. Calidad del agua potable
 - 5.15.1. Porcentaje de empresas turísticas con agua tratada con estándares mundiales de potabilidad.
 - 5.15.2. Frecuencia de enfermedades relacionadas a la calidad del agua.
 - 5.15.3. Percepción de la calidad del agua entre los turistas.
- 5.16. Manejo de desechos sólidos.
 - 5.16.1. Toneladas de desechos producidos en el destino al año.
 - 5.16.2. Tipos de manejo en el destino (incineración, depósito, reciclaje).
 - 5.16.3. Desechos atribuibles al turismo.
 - 5.16.4. Porcentaje de desechos que es reciclado.
 - 5.16.5. Número de establecimientos turísticos que reciclan / separan.
 - 5.16.6. Porcentaje del destino que tiene servicio de colecta de desechos.
 - 5.16.7. Imagen de limpieza del destino percepción.

5.17. Uso de energía.

5.17.1. Consumo total de energía (o de las emisiones de carbono) por las instalaciones turísticas.

5.17.2. Porcentaje de empresas turísticas que realizan acciones de conservación de energía

5.17.3. Porcentaje de energía proveniente de fuentes renovables

5.17.4. Consumo de energía per cápita en el destino

5.18. Gestión de las luces y el ruido.

5.18.1. La contaminación lumínica y la estrategia de reducción de ruidos molestos.

5.19. Impacto visual de la infraestructura en el paisaje

5.19.1. % de calles con cables subterráneos

5.19.2. Número de torres de comunicaciones

5.19.3. Visibilidad de tanques de agua

5.19.4. Erosión a los costados de las carreteras y caminos

5.19.5. Número y tamaño de anuncios espectaculares

5.19.6. Número de empresas que contribuyen a una política de visibilidad de cielos nocturnos

5.19.7. Existencia de una política de protección del patrimonio arquitectónico en las zonas turísticas

5.19.8. % de cumplimiento de las normas de estética local (color, forma de edificios, altura, etc.)

5.20. Control del Desarrollo.

5.20.1. Organismos locales (sector público y privado) de regulación del Desarrollo Turístico.

5.21. Mitigación del cambio climático.

5.21.1.Frecuencia de eventos climáticos extremos (# de huracanes, sequías, inundaciones, etc.)

5.21.2.Valor anual de daños ocasionados por eventos climáticos extremos.

5.21.3.Porcentaje de infraestructura turística ubicada en zona de riesgo.

5.21.4.Número de negocios turísticos asegurados.

5.21.5.Número de empresas turísticas que cuentan con plan de contingencia.

5.21.6.Porcentaje de actividades turísticas dependientes de la observación de especies animales.

5.22.Mitigación del impacto del turismo.

5.22.1.Cálculo del CO² de la industria turística.

5.22.2.Consumo de CO² per cápita.

5.22.3.Número de cuartos con aire acondicionado/calefacción.

5.22.4.Cambio anual en el porcentaje de áreas verdes en el destino.

6. INVERSIÓN

6.1. Monto de Inversiones en el sector turístico.

6.2. Proyectos turísticos.

6.3. Asistencia a los proyectos de generación de ingresos.

6.4. Incentivos a la infraestructura de alojamientos.

6.5. Necesidades prioritarias en la industria turística.

6.6. Asistencia a los organismos para el desarrollo de infraestructura turística.

6.7. Desarrollo de productos de infraestructura para los destinos y circuitos.

6.8. Asignación de recursos para el sector turístico.

6.9. Gasto para el desarrollo de nuevos productos y desarrollo de Recursos Humanos.

7. IMPUESTOS RECABADOS

7.1. Ingresos por impuestos de hospedaje.

8. PIB TURÍSTICO

8.1. Contribución de la actividad turística al PIB.

9. INGRESO POR HABITACIÓN DISPONIBLE (RevPAR)

10. BARÓMETRO TURÍSTICO (DE EXPECTATIVAS Y RESULTADOS)

C. PROMOCIÓN

1. MERCADOTECNIA Y PROMOCIÓN

- 1.1. Porcentaje de clientes que llegan en respuesta a un anuncio específico.
- 1.2. Presupuesto anual en promoción.
- 1.3. Monto invertido en promoción / número de turistas anual.
- 1.4. Cantidad de impactos de publicidad estimada anual.
- 1.5. Porcentaje de representación de empresas privadas en la promoción de organismos públicos de turismo.
- 1.6. Otros esfuerzos, películas, novelas, videos, realizados al año.

2. IMAGEN Y MARCA.

- 2.1. Porcentaje de turistas que reportan tener una buena imagen del destino.
- 2.2. Porcentaje de turistas que recomendarían el destino.
- 2.3. Porcentaje de mercados potenciales donde existe buena imagen del destino.
- 2.4. Porcentaje de TO que perciben al destino como atractivo, seguro y rentable.
- 2.5. Monto invertido en posicionamiento de marca.
- 2.6. Porcentaje de negocios turísticos que utilizan la marca del destino.

3. PUBLICIDAD.

- 3.1. Presupuesto para la promoción y publicidad (nacional y en el extranjero)
- 3.2. Asistencia para el desarrollo de marketing.
- 3.3. Tracking.

4. PARTICIPACIÓN EN FERIAS.

- 4.1. Número de ferias en que participa el destino al año
 - 4.2. Número de mercados que cubren con cada feria
 - 4.3. Número de empresas participantes
 - 4.4. Número de tratos cerrados o iniciados en cada feria
 - 4.5. Presupuesto anual invertido en ferias turísticas
5. OTRAS ACTIVIDADES (FAM'S, VISITAS DE INSPECCIÓN, ETC.)
6. VISITANTES A SITIO WEB.
- 6.1. Datos globales.
 - 6.1.1. Número de visitas al sitio web del destino.
 - 6.1.2. Cantidad de información descargada en gigabytes (mapas y otros descargados).
 - 6.2. Datos de visitas.
 - 6.2.1. Promedio diario.
 - 6.2.2. Duración media.
 - 6.2.3. Porcentaje de visitas nuevas.
 - 6.2.4. Porcentaje de rebote (abandono).
 - 6.3. Datos de descargas de páginas.
 - 6.3.1. Promedio diario de páginas visitadas.
 - 6.3.2. Páginas visitadas por visita.
 - 6.4. Perfil de los usuarios (País de procedencia, idioma).
 - 6.5. Secciones más visitadas.
 - 6.6. Número de reservaciones por medio del sitio web.
 - 6.7. Número de solicitudes de información atendidas.
 - 6.8. Número de periodistas atendidos.
 - 6.9. Fans en Facebook.

6.10. Fans en Twitter.

6.11. Búsqueda del destino en Buscadores.

6.11.1. Buscador empleado (google, bing, search, yahoo, el resto)

6.11.2. Número de aplicaciones.

6.11.3. Guías.

6.11.4. Origen de las visitas.

6.11.4.1. Tráfico de búsqueda.

6.11.4.2. Tráfico de referencia.

6.11.4.3. Tráfico directo.

6.12. Uso de dispositivos móviles para la obtención de información.

6.12.1. Porcentaje páginas accedidas desde dispositivos móviles.

6.12.2. Acceso por dispositivo (Iphone, Ipad, Samsung, otros).

7. PERCEPCIÓN DEL DESTINO A NIVEL INTERNACIONAL.

7.1. Número de incidentes mencionados en la prensa internacional.

7.2. Frecuencia de menciones de incidentes del destino en la prensa internacional.

7.3. Clasificación del destino en revistas o listas internacionales.

7.4. Percepción de la seguridad del destino (derivado de encuesta de satisfacción).

7.5. Presencia en sitios de alertas de viaje de otros países.

8. OTROS INDICADORES ALTERNATIVOS

Indicadores Genéricos.

8.1. Índice de inflación.

8.2. Tasa de desempleo.

- 8.3. IPC- Índice de Precios al consumo: General.
 - 8.4. IPC- Índice de Precios al consumo: Turismo.
 - 8.5. IPH - Índice de precios hoteleros.
 - 8.6. IRH - Índice de rentabilidad hotelera.
 - 8.7. Índice de precios por tipo de alojamiento turístico.
 - 8.8. Índice de viajes organizados.
 - 8.9. Índice de restaurantes, bares y cafeterías.
 - 8.10. Índice de hoteles y alojamientos.
 - 8.11. Índice y Evolución de los Tipos de Cambio.
9. COMPETITIVIDAD DE LOS NEGOCIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS.
- 9.1. Principales mercados de turistas internacionales.
 - 9.2. Principales mercados competidores.
 - 9.3. Comportamiento de los mercados competidores.
 - 9.4. Zonas turísticas y destinos competitivos.
 - 9.5. Rating del destino en listados nacionales/internacionales (escoger y seguir 5 listados de manera constante)
 - 9.6. Posicionamiento de marca del destino.
 - 9.7. Aspectos específicos del destino (único volcán activo, cima más alta del país, único spot de avistamiento de x especie).
 - 9.8. Porcentaje de empresas turísticas que participa en programas cooperativos con el CPTM o SECTUR local.
 - 9.9. Longevidad promedio de las empresas turísticas.
 - 9.10. Porcentaje de empresas turísticas trabajando con asociaciones de la industria.