



UN Tourism



**BEST
TOURISM
VILLAGES**
by UN Tourism

Best Tourism Villages by UN Tourism

Áreas de evaluación
Edición 2025

Best Tourism Villages by UN Tourism

Áreas de evaluación
Edición 2025

La iniciativa Best Tourism Villages by UN Tourism aspira a convertir el turismo en una fuerza positiva para la transformación, el desarrollo rural y el bienestar de las comunidades. Pretende impulsar el papel del turismo en la valoración y salvaguarda de los pueblos rurales junto con sus paisajes asociados, sus sistemas de conocimientos, su diversidad biológica y cultural, valores y actividades locales (agricultura, silvicultura, ganadería y/o pesca), incluyendo su gastronomía.

La iniciativa promoverá, en particular, enfoques innovadores y transformadores para el desarrollo del turismo en los destinos rurales que contribuyan a los tres pilares de la sostenibilidad -económica, social y medioambiental- en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La iniciativa Best Tourism Villages by UN Tourism aspira a maximizar el papel del turismo en:

1. Reducir las desigualdades regionales en ingresos y desarrollo
2. Luchar contra el éxodo rural
3. Promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres y los jóvenes
4. Promover la transformación rural y fortalecer la capacidad de tracción
5. Reforzar la gobernanza a varios niveles, las asociaciones y la participación de las comunidades (colaboración público-privada-comunitaria)
6. Mejorar la conectividad, la infraestructura, el acceso a las finanzas y la inversión
7. Impulsar la innovación y la digitalización
8. Innovar en el desarrollo de productos y la integración de la cadena de valor
9. Promover la relación entre los sistemas alimentarios sostenibles, equitativos y resilientes y el turismo para preservar la biodiversidad, la diversidad agrícola, el patrimonio cultural y la gastronomía local
10. Fomentar la conservación de los recursos naturales y culturales
11. Promover prácticas sostenibles orientadas a un uso más eficiente de los recursos y la reducción de las emisiones y de los residuos
12. Mejorar la educación y la adquisición de destrezas

Áreas de evaluación

De acuerdo con la definición de turismo rural de la ONU Turismo¹, un pueblo debe presentar las siguientes características para presentarse:

- Tener una **baja densidad demográfica** y un máximo de 15.000 habitantes.
- Estar situado en un **paisaje** con una importante presencia de actividades tradicionales como la agricultura, la silvicultura, la ganadería o la pesca.
- Compartir los **valores** y el **estilo de vida** de la comunidad.

Las candidaturas sólo pueden presentarse a través de los Estados Miembros de la ONU Turismo con un máximo de **ocho** pueblos por Estado Miembro.

Las candidaturas serán evaluadas por un Consejo Asesor independiente y multidisciplinar en base a las siguientes áreas (Sección 4. Áreas de Evaluación del formulario de Candidatura):



1. Recursos culturales y naturales

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo tiene recursos naturales y culturales (materiales e inmateriales) reconocidos a nivel subnacional, nacional, regional o internacional.

- 1.1. El pueblo tiene recursos culturales (materiales e inmateriales) reconocidos.
- 1.2. El pueblo tiene recursos naturales reconocidos.



2. Promoción y conservación de recursos culturales

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo está comprometido con la conservación y la promoción de sus

¹ Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

recursos culturales, los cuales hacen que sea único y auténtico.

- 2.1. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas destinadas a la conservación y promoción de sus recursos culturales.

\$ 3. Sostenibilidad económica

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo está comprometido con la promoción de la sostenibilidad económica apoyando el desarrollo empresarial, el espíritu emprendedor y la inversión.

- 3.1. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para apoyar el acceso a la financiación para el desarrollo del turismo y la inversión turística.
- 3.2. El pueblo difunde y/o promueve un marco propicio para el desarrollo empresarial, en especial para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del turismo y el emprendimiento.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):

4. Sostenibilidad social



El pueblo está comprometido con la promoción de la inclusión social y la igualdad.

- 4.1. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para fomentar el empleo en el sector turístico.
- 4.2. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para impulsar la igualdad de género en el turismo y para apoyar el desarrollo de competencias, el empleo y el emprendimiento de los jóvenes (de 17 a 29 años).
- 4.3. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para promover oportunidades para la población vulnerable en el turismo: residentes infrarrepresentados de grupos indígenas de minorías étnicas y

residentes con discapacidad.

- 4.4. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para el desarrollo de los recursos humanos, la educación y desarrollo de competencias, especialmente enfocadas a la promoción de la innovación y la reducción de la brecha en cuanto a competencias digitales en el turismo.
- 4.5. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para mejorar la accesibilidad de los viajeros con necesidades específicas.



5. Sostenibilidad ambiental

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo está comprometido con la sostenibilidad ambiental mediante la promoción y/o difusión de políticas, medidas e iniciativas que promuevan la preservación y conservación de sus recursos naturales y minimicen el impacto del desarrollo turístico en el medio ambiente.

- 5.1. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para la preservación y conservación de los recursos naturales.
- 5.2. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas destinadas a la lucha contra el cambio climático.
- 5.3. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para reducir los plásticos de un solo uso en el turismo.
- 5.4. El pueblo difunde y/o promueve políticas, medidas e iniciativas para controlar y reducir el impacto del turismo en el consumo de energía y agua y en la generación de aguas residuales y residuos sólidos.



6. Desarrollo turístico e integración de la cadena de valor

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El turismo en el pueblo está significativamente comercializado y desarrollado. El pueblo promueve además la mejora de la cadena de valor del turismo y la competitividad del destino en áreas relacionadas con el acceso al mercado, la comercialización y la promoción, la innovación, el desarrollo de productos

y la calidad.

- 6.1. El pueblo está integrado en un área más amplia con atractivos turísticos (por ejemplo, forma parte de una ruta temática nacional, regional o internacional, de una asociación de pueblos con valores naturales y culturales comunes, de un parque natural, etc.).
- 6.2. El pueblo tiene opciones de alojamiento que reflejan los valores rurales y locales.
- 6.3. El pueblo promueve la gastronomía local y la cultura culinaria local.
- 6.4. El pueblo promueve la inclusión de agricultores, productores locales (artesanos, etc.) en el turismo, productos, actividades y experiencias relacionados con tradiciones locales y facilita su adquisición por parte de turistas.
- 6.5. El pueblo implementa o defiende unas normas de calidad turística y unos sistemas de certificación en las empresas y los proveedores de servicios turísticos.
- 6.6. Los comercios del pueblo disponen de instalaciones de comercio electrónico y/o de pago electrónico.
- 6.7. El pueblo cuenta con señalización turística
- 6.8. El pueblo tiene capacidad para acoger eventos y/o ha desarrollado eventos relevantes, especialmente relacionados con la cultura, el conocimiento y los productos locales.
- 6.9. El pueblo tiene/participa en planes/iniciativas de marketing y promoción.
- 6.10. La oferta turística del pueblo está bien representada en los canales de distribución de viajes (online y offline).
- 6.11. El pueblo promueve y tiene productos y experiencias innovadores.
- 6.12. El turismo genera un impacto económico positivo en la comunidad, complementando las actividades económicas existentes como la agricultura, la silvicultura, la ganadería y/o la pesca y sus correspondientes industrias de transformación.



7. Gobernanza y priorización del turismo

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo está comprometido con hacer del turismo un pilar estratégico para el desarrollo rural. Además, promueve un modelo de gobernanza basado en la colaboración público-privada, la cooperación con otros niveles de gobierno y la participación de la comunidad en la planificación y el desarrollo del turismo.

- 7.1. El pueblo cuenta con un plan o política de desarrollo turístico específico.
- 7.2. El pueblo tiene una entidad/área dedicada al desarrollo y gestión del turismo (pública, público-privada o privada).
- 7.3. El pueblo difunde y/o promueve la cooperación entre las empresas del pueblo.
- 7.4. El pueblo colabora con mecanismos nacionales o regionales en iniciativas de turismo.
- 7.5. El pueblo difunde y/o promueve la participación de la comunidad y sus residentes en la planificación y el desarrollo del turismo; y tiene medidas que contribuyen a que el turismo mejore el bienestar y la satisfacción.
- 7.6. El pueblo colabora con instituciones educativas y académicas en materia de turismo.



8. Infraestructura y conectividad

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo tiene infraestructura para facilitar el acceso y las comunicaciones que contribuye al bienestar de las comunidades rurales, al desarrollo empresarial y a la experiencia de los visitantes.

- 8.1. El pueblo dispone de infraestructuras de transporte adecuadas para facilitar la conectividad.
- 8.2. El pueblo tiene acceso adecuado a servicios tales como agua potable, servicios de saneamiento y electricidad.
- 8.3. El pueblo tiene tecnología de comunicaciones e infraestructura digital

adecuadas.



9. Salud y seguridad

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):



El pueblo tiene sistemas de salud y seguridad para cuidar de los residentes y de los turistas.

- 9.1. El pueblo tiene/es parte de un plan/sistema de salud y seguridad públicas.
- 9.2. El pueblo tiene/está cerca de servicios de atención sanitaria.
- 9.3. En caso de vulnerabilidad a desastres naturales, el pueblo tiene/forma parte de un plan de emergencia.

Glosario de términos turísticos y otras definiciones

Actividad/actividades: En las estadísticas de turismo el término *actividades* representa las actividades y comportamientos de las personas al preparar un viaje o durante este, en tanto que consumidores.²

Cadena de valor del turismo: La *cadena de valor del turismo* es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo.³

Calidad de un destino turístico: La calidad de un destino turístico es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. La calidad, por ser uno de los motores clave de la

competitividad turística, es también una herramienta profesional para los proveedores turísticos a efectos organizativos, operativos y de imagen.⁴

Censo: Un *censo* es la enumeración completa de una población o de grupos en un momento en el tiempo respecto de características bien definidas: por ejemplo, la población, la producción, el tránsito en determinadas carreteras.⁵

Competitividad de un destino turístico: La *competitividad de un destino turístico* es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad.⁶

Destino turístico: Un *destino turístico* es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.⁷

2 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

3 Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI::

<https://doi.org/10.18111/9789284420858>

4 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

5 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

6 Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI::

<https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

7 Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI::

<https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Gasto turístico: El *gasto turístico* hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.⁸

Industrias turísticas: Las *industrias turísticas* abarcan todos los establecimientos cuya actividad principal es una actividad característica del turismo. Las industrias turísticas (también denominadas actividades turísticas) son las actividades que producen típicamente productos característicos del turismo. El término industrias turísticas equivale a actividades características del turismo, dos términos que a veces se utilizan como sinónimos.⁹

Innovación turística: La *innovación turística* es la introducción de un componente nuevo o perfeccionado que aporte ventajas materiales e inmateriales a los agentes del turismo y a la comunidad local, que mejore el valor de la experiencia turística y las competencias clave del sector turístico y que potencie, por lo tanto, la competitividad turística y/o la sostenibilidad. La innovación turística puede aplicarse, por ejemplo, a destinos turísticos, productos turísticos, tecnología, procesos, organizaciones y modelos de negocio, destrezas, arquitectura, servicios, herramientas y/o prácticas de gestión, marketing, comunicación, funcionamiento, aseguramiento de la calidad y fijación de precios.¹⁰

Producto turístico: Un *producto turístico* es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital.¹¹

Sector turístico: El *sector turístico*, según la Cuenta Satélite de Turismo, es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes. Esas industrias se denominan industrias turísticas porque las adquisiciones de los visitantes representan una proporción tan considerable de su oferta que, en ausencia de visitantes, su producción dejaría de existir en cantidades significativas.¹²

Turista (o visitante que pernocta): Un *visitante* (interno, receptor o emisor) se clasifica como *turista* (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como *visitante del día* (o excursionista) en caso contrario.¹³

Viajes/viajero: El término *viaje* designa la actividad de los viajeros. Un *viajero* es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración.¹⁴

8 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

9 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

10 Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

11 Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

12 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

13 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

14 Organización Mundial del Turismo (2019) Glosario de términos de turismo. OMT. Madrid (online), disponible en: www.unwto.org

Referencias y bibliografía

- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO)** (2013), *Aid for trade and value chains in tourism*, available at: <https://unstats.un.org/unsd/trade/events/2013/foc/docs/16%20-%20AID%20FOR%20TRADE%20AND%20VALUE%20CHAINS%20IN%20TOURISM.pdf>
- World Intellectual Property Organization (WIPO) and World Tourism Organization (UNWTO)** (2021), *Boosting Tourism Development through Intellectual Property*, Geneva: WIPO, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422395>
- World Tourism Organization** (2022), *Baseline Report on Climate Change in Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423955>
- World Tourism Organization** (2022), *A Youth-led Recovery of Global Tourism, Priorities and Recommendations*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423705>
- World Tourism Organization** (2022), *Measuring the Sustainability of Tourism – Learning from Pilots*, UNWTO, Madrid, <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284424061>
- World Tourism Organization** (2022), *G20 Bali Guidelines for Strengthening Communities and MSMEs as Tourism Transformation Agents – A People-centred Recovery*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423828>
- World Tourism Organization** (2022), *G20 Bali Guidelines for Strengthening Communities and MSMEs as Tourism Transformation Agents – A People-centred Recovery, Case Studies* UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423804>
- World Tourism Organization** (2021), *Accessibility and Inclusive Tourism Development in Nature Areas – Compendium of Best Practices*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422777>
- World Tourism Organization** (2020a), *AIUa Framework for Inclusive Community Development through Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422159>
- World Tourism Organization** (2020b), *UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422173>
- World Tourism Organization** (2019a), *Global Report on Women in Tourism – Second Edition*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>
- World Tourism Organization** (2019b), *UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs) – Preparing DMOs for new challenges*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420841>
- World Tourism Organization** (2019c), *UNWTO Tourism Definitions*, UNWTO, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- World Tourism Organization and Huzhou City** (2017), *International Rural Tourism Development – An Asia-Pacific Perspective*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418824>
- World Tourism Organization** (2016), *Recommendations on Accessible Information in Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417899>

6

World Tourism Organization (2013), *Sustainable Tourism for Development Guidebook - Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284415496>

World Tourism Organization (2011), *Toolbox for Crisis Communications in Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413652>

World Tourism Organization (2009a), *Handbook on Tourism Destination Branding*, UNWTO, Madrid. DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284413119>

World Tourism Organization (2009b), *Handbook on Tourism Product Development*. UNWTO, Madrid. Available in <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413959>

World Tourism Organization (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations - A Guidebook*, UNWTO, Madrid <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408382>



Con la visión de hacer del turismo una fuerza positiva para la transformación, el desarrollo rural y el bienestar de las comunidades, la iniciativa de **Best Tourism Villages by UN Tourism** pretende avanzar en el papel del turismo en la valoración y salvaguarda de los pueblos rurales junto con sus paisajes asociados, sistemas de conocimientos, diversidad biológica y cultural, valores y actividades locales.

La **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, un organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional con un papel decisivo y central en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible. Sirve de foro mundial para cuestiones de política turística y de fuente práctica de conocimientos sobre el turismo. Sus miembros incluyen 160 países, 6 territorios, 2 observadores permanentes y más de 500 miembros afiliados.