

Catálogo de soluciones finalistas y ganadores

AMT SMART DESTINATIONS AWARDS 2025



ÍNDICE

Gestión integral del destino	3
Interacción con el turista y ciudadano	10
Promoción y marketing del destino	18
Sostenibilidad medioambiental	25
Proyecto innovador del destino	31

La octava edición de los “AMT Smart Destinations Awards” ha premiado a las mejores soluciones y herramientas tecnológicas que ayudan a los destinos turísticos en los retos de convertirse en un destino turístico inteligente (DTI).

Asimismo, por primera vez, se ha premiado al proyecto más innovador llevado a cabo por un destino en su territorio, proyecto alineado con los pilares de estos AMT Smart Destinations Awards.

GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO



placenet

Finalista en la categoría de Gestión integral del destino

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Placenet

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

Objetivo

Hacer de un destino turístico un verdadero smart destination. Hay demasiadas Apps y servicios digitales para mejorar la experiencia de los turistas o visitantes, y resulta difícil que terminen descargándose la App de cada lugar o servicio. Placenet permite crear una App universal que, en función de en que lugar te encuentras, te conecta con los servicios digitales de ese lugar y con las personas que se encuentran allí. A través de una única app, conecta y accede a todo lo que necesitas para tu estancia en ese destino. Todo lo que necesitas AQUÍ y AHORA.

Funcionalidades

Creación de una App universal para la integración de todos los servicios digitales del destino en función de donde estás. En cada lugar, un asistente virtual que te ofrece información contextualizada de cada lugar. En cada lugar, un muro virtual

donde poder chatear, colgar anuncios o información o socializar únicamente con las personas que se encuentran en ese mismo lugar. Comunicación a tiempo real con los visitantes y los gestores/empresas de ese lugar (Chat, anuncios, botón emergencia, etc..)

Requisitos

No se necesita de la instalación de ningún tipo de hardware.

Listado de los lugares y su superficie (plano) que se quieren localizar y los servicios/ contenidos digitales a integrar en cada lugar.

Ventajas

Se fomenta y se da relevancia a los distintos espacios (lugares) físicos de ciudad, permitiendo ofrecer servicios/ contenidos o comunicaciones exclusivas únicamente o mientras te encuentras en ese lugar concreto. Una nueva herramienta de comunicación

en tiempo real directa a los visitantes de cada lugar concreto, abriendo puertas a nuevas oportunidades, posibilidades de transmitir información relevante y útil a cada persona. Mejora de la gobernanza con una solución que integra servicios públicos y privados para mejorar la experiencia de los visitantes en el destino.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

Una solución única para integrar todos los servicios digitales de la ciudad a través de 1 sola app, y gestionados de manera sencilla a través de una plataforma. Rompemos con la gran fricción de los ciudadanos y visitantes de descargar, registrarse y usar múltiples aplicaciones distintas. Gestionado y administrado de manera sencilla a través de una única plataforma sin requerimientos de conocimientos técnicos.

REFERENCIAS

**Hotel Yurbban
Passage Barcelona**
www.yurbbanpassage.com/es/

**Transporte Metropolitano
de Barcelona (TMB):**
Bus turístico
www.holabarcelona.com

Complejos deportivos Myplay:
Aplicación en diversos complejos deportivos que trabajan con MyPlay en los servicios de cámaras y servicios digitales
www.myplay.com/es/

Paseo de gracia:
En todo el paseo de gracia una experiencia phygital de visita para que en cada lugar de interés turístico aparezca un Asistente virtual (Gaudí, el arquitecto)

Puerto de Cartagena
www.apc.es/webapc/

Proyecto puertos 4.0, juntamente con la consultoría tecnológica Crowe y Futurespace.

CONTACTO:

Guim Expósito
Director de Ventas

guim.exposito@placenet.app
675 479 562

www.placenet.app

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Número de nuevas descargas de la app: Hacemos que la app del destino sea verdaderamente relevante, que valga la pena descargarla.

Número de consultas al asistente personal: también podemos facilitar datos sobre el tipo de consultas, preguntas frecuentes, que necesitan los usuarios...

Número de interacciones en los lugares: cada vez que un usuario usa la aplicación podemos saber en qué lugar está y si interactúa o se comunica con el lugar. Tiempo medio de uso/interacción con/en la app.

INVERSIÓN

Absoluta

La inversión consiste en una suscripción anual, y no depende de ningún factor el precio del mismo. Nos adaptamos siempre a las necesidades de nuestros clientes, por lo que no tenemos una forma definida de cobro, ya que entendemos la complejidad, muchas veces, de las administraciones públicas. Nos adaptamos totalmente.



Ganador en la categoría de Gestión integral del destino

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: OK LOCATED

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada



DESCRIPCIÓN

Soluciones Tecnológicas Innovadoras enfocadas a la Digitalización de los Municipios, mediante la implementación de Señalética Digital Inteligente Beacons en recursos turísticos, culturales y de comercio, facilita la comunicación digital en destino por proximidad al recurso y el desarrollo propio de nuestro asistente conversacional IA entrenado para recoger y ofrecer información fidedigna del destino, interactúa con las personas de forma natural, multidioma, optimizando la experiencia de usuario.

Facilita la información relevante de rutas turísticas, museos y recomendaciones de restaurantes, eventos y la gestión de flujos, permitiendo crear itinerarios personalizados turísticos, culturales, gastronómicos, de compras generando un importante Big data de país de procedencia, municipio residencia, perfil demográfico, horarios, tiempos de estancia, etc.

Mediante Sensórica IOT proporciona el conteo de

personas que acceden a un espacio y facilita la gestión del Control de Aforos como museos, monumentos y exteriores como senderos, parques naturales, playas, etc.

Este sistema innovador permite por sensores radar el conteo de personas en tiempo real, sin utilizar métodos como el seguimiento de smartphones, ni usar cámaras para ello.

Cumpliendo la RGPD la señalética digital Bluetooth provee la información en tiempo real, mediante Beacons, incluso sin datos por falta de cobertura en ubicaciones hostiles o turistas sin Roaming, con la audioguía o texto multidioma de la información del lugar, links o videos de referencia y galería de fotografías ilustrativas.

Utilidades

Turismo:

Señalética en patrimonio histórico, monumental y natural (senderos, rutas, montaña, playas) información en cada lugar de interés turístico.

Cultura:

Comunicación a través de la implantación estratégica de la agenda digital de eventos culturales

Comercio:

Marketing de proximidad para el fomento de productos, hostelería y servicios locales, rutas eno/gastronómicas

Gamificación:

Juegos y concursos

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

La plataforma móvil OK Located es común, replicable y compatible en cualquier destino del Mundo, promueve la Cohesión territorial principalmente en los entornos rurales, no siendo necesario cambiar de app cuando el usuario cambia de municipio, ciudad o país. Dispone de una gran ventaja competitiva y diferenciadora para el destino digitalizado, proporcionando la total cobertura móvil del 100% en entornos de interior,

exterior o de naturaleza, lugares hostiles de cobertura de datos móvil. La información de valor a transmitir a ciudadanos y turistas no se ve interrumpida en ningún entorno.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Tipo de indicadores que aportan enfoque en la consecución de la estrategia OK Located.

- Número de usuarios nacionales e internacionales que descargan OK Located en un periodo anual.
- Usuarios activos en el municipio.
- Impacto por áreas o sectores; turismo, cultura o comercio.
- Índice de digitalización antes y después en cada municipio que se implanta OK Located.
- Control de la afluencia de personas que acceden a un entorno, días, horas, etc. Control de Aforo y gestión de flujos, comparativa en diferentes períodos.
- Indicador del número de usuarios que reciben información comercial e impactan las promociones y descuentos del marketing de proximidad.
- Tendencia o preferencias de los usuarios en la personalización de rutas.
- Indicador de fortalecimiento de la identidad cultural en el municipio e impacto de la difusión, promoción de eventos y tradiciones en los entornos rurales.

INVERSIÓN

Relativa

La solución digitalizadora que aportamos a través de la plataforma OK Located les permite al destino la integración de herramientas tecnológicas complementarias entre sí, que unifican y recogen datos dentro de la misma plataforma móvil, facilitando al municipio la contratación integral y no por partidas individualizadas, para colaborar y ayudar a convertirlos en un destino turístico inteligente. El modelo de comercialización de la empresa OK Located se enfoca en la venta directa a entidades y empresas que buscan digitalizar sus recursos y optimizar la información de valor del municipio, oficinas de turismo y puntos de información cultural y de comercio. Mediante proyectos personalizados a medida de los recursos turísticos que dispone cada Ayuntamiento, que van desde un contrato menor, facilitando su implantación en menos de 1 mes. La plataforma está disponible para la transformación digital del municipio, proporcionando el acceso a todos los Municipios independientemente del tamaño, ubicación, idiosincrasia o viabilidad económica, democratizando el acceso a la tecnología. Consiguiendo Cohesión territorial en los entornos rurales y la creación de nuevos servicios turísticos.

REFERENCIAS

La solución tecnológica para la Digitalización de destinos Ok

Located esta implementada en más de 150 municipios y unos 2700 recursos turísticos en España y en LATAM tiene digitalizados lugares turísticos en Perú, Ollantaytambo acceso a Machu Pichu que próximamente se extenderá a lo largo del país, así como proyectos activos en otros países de Latinoamérica y Europa. Algunos de los lugares digitalizados más representativos: Córdoba, Baena, Pozoblanco, Lucena, Granada, Motril, Almuñécar, Benalmádena, San Salvador de Guardiola, Gea de Albarracín, Barcelona.

Se añaden links de notas de prensa:

www.diariocordoba.com/cordoba-ciudad/2021/11/17/ayuntamiento-presenta-ok-located-guia-59621849

www.granadahoy.com/granada/aplicacion-oferta-turistica-hosteleria-comercial-Granada_0_1505549574

<https://europatropical.net/2020/10/21/con-la-presencia-del-delegado-de-turismo-esta-manana-se-ha-presentado-ok-located-en-almunecar/>

<https://acortar.link/QZo5CY>

CONTACTO:

Enrique Lara Gómez
CEO

ceo@oklocated.es
652 962 220

www.oklocated.com

info*i*tourist

OpenWeb24

Finalista en la categoría de Gestión integral del destino

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Infotourist

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

INFOTOURIST Office es una plataforma en la nube diseñada para departamentos de turismo, que integra funciones de CRM, ERP y CMS específicas para la gestión de destinos turísticos.

Objetivo

Mejorar la comunicación, gestión y atención al visitante mediante soluciones innovadoras que optimizan la productividad y reducen costes, sin alterar la función esencial de las oficinas de turismo.

Áreas de solución

Comunicación: Gestiona portales web, puntos informativos y señalización digital, facilita campañas de

marketing online y distribución de contenido multimedia.

Gestión: Administra almacenes, recursos, contactos, encuestas y estadísticas, generando informes detallados sobre visitantes y elementos de comunicación.

Atención: Ofrece atención presencial e interactiva 24/7, gestiona colas, envía información directa al móvil del turista y reduce el uso de papel. Su herramienta INFOTOOLS mejora significativamente la experiencia del visitante y facilita la atención durante pandemias mediante teletrabajo y distanciamiento. Adaptada a la NORMA UNE 178503 y parte del catálogo de la Red DTI bajo SEGITTUR (Ministerio de

Industria, Comercio y Turismo), INFOTOURIST Office es una solución clave para modernizar y elevar la calidad del servicio turístico, mejorando la eficiencia y la satisfacción de los visitantes.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICA/S IDENTIFICADAS

La plataforma sincroniza automáticamente todos los medios integrados, reflejando los cambios en tiempo real y eliminando la necesidad de actualizaciones individuales. Su configuración es intuitiva y personalizable, adaptándose a las necesidades específicas de cada departamento de turismo. INFOTOURIST es

REFERENCIAS

una herramienta versátil que optimiza la gestión de la información, mejorando la eficiencia y ofreciendo soluciones en tiempo real.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Recogida de datos de los visitantes más eficiente mediante el módulo de estadísticas.

Reducción del tiempo por parte de las oficinas de turismo dedicado a la gestión de contenidos, ya que se encuentra todo centralizado en la misma plataforma.

INVERSIÓN

Absoluta

La inversión consiste en una suscripción anual, y no depende de ningún factor el precio del mismo. Nos adaptamos siempre a las necesidades de nuestros clientes, por lo que no tenemos una forma definida de cobro, ya que entendemos la complejidad, muchas veces, de las administraciones públicas. Nos adaptamos totalmente.

Red de Oficinas de Turismo de Cataluña

Red Tourist info de la Comunidad Valenciana

Associació Intermunicipal Alt Maestrat

www.altmaestrat.com

Cantur, Red de Oficinas de Turismo de Cantabria

Red de Oficinas de Turismo de Lanzarote

Red de Oficinas de Turismo de Navarra

Oficinas de Turismo de a Mariña Lucense

Oficina de Turismo de Costa del Sol

Ayuntamiento de Comillas

Santa Susanna

Turismo a Coruña

Visit Valencia

La Rioja Turismo

Ayuntamiento de Logroño

CONTACTO:

Petko Pavlov Petkov
PTO

petko@insyde.es
962 870 575

www.insyde.es
www.infotourist.es

INTERACCIÓN CON EL TURISTA Y CIUDADANO





Finalista en la categoría de Interacción con el turista y ciudadano

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: iViewpoint, red de miradores tecnológicos musealizados

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

Catálogo Soluciones dti

iViewpoint forma parte del catálogo de Soluciones Tecnológicas DTI desde el año 2022 y ha sido presentada en diferentes ferias sectoriales y foros profesionales, entre otros en la VII Thinktur Technology Transfer.

Motivación y contexto

La musealización in situ de los recursos visibles e intangibles de los miradores es una cuestión de plena actualidad para el público, las administraciones y los especialistas. Los miradores al aire libre emergen como un recurso con gran potencial turístico y, por tanto, una fuente de riqueza para los destinos, especialmente para las comunidades rurales.

iViewpoint

En 2018 nace iViewpoint.eu, servicio integral llave en mano

de musealización de miradores mediante la implantación de mesas panorámicas tecnológicas en puntos pintorescos acompañado de la generación de contenido multimedia. iViewpoint permite al usuario acceder a contenido extendido de los recursos más destacados que se pueden observar desde un mirador, gracias a la creación y difusión de contenidos digitales de calidad (texto, audio, vídeo de vuelo dron, fotografía 360, 180, vídeo 360, realidad virtual). Gracias a iViewpoint los destinos tienen ante sí una poderosa herramienta de valorización de su patrimonio cultural, natural y paisajístico a través de una solución integral TIC.

Alcance y recorrido

En la actualidad suma más de 25 destinos en la red, con presencia en Galicia, Asturias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura y Andalucía. En 2024 y en respuesta a

la demanda creciente de experiencias inmersivas y accesibles, iViewpoint incorpora la realidad virtual al sistema, con el desarrollo de una aplicación para gafas Meta Quest 3.

Mecenazgo cultural

Para impulsar el desarrollo y la expansión de la red de miradores, iViewpoint cuenta con un programa de mecenazgo cultural que invita a empresas privadas a patrocinar la creación de miradores.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

Promoción del destino y aumento del tiempo de estancia del visitante, atractiva para destinos rurales y poco desarrollados

Abandono del rural y despoblación, musealización para frenar el abandono de

estos destinos y reactivar su economía atrayendo nuevos visitantes y aumentando los beneficios derivados del turismo.

Nuevos hábitos y turismo de naturaleza, para viajeros que buscan ricas experiencias culturales en un entorno de naturaleza.

Participación de la comunidad local, con implicación de distintos agentes y profesionales de reconocido prestigio

Intercambio cultural, entre la población local y los visitantes

Comunicación y audiencia global en internet, con presencia en portal Web, WebApp y gafas RV

Contenidos de calidad y rentabilización de la inversión, reutilizables en otros medios y soportes del destino.

Accesibilidad e inclusión, gracias a tecnologías emergentes (NFC, QR, RV, Web, WebApp, audioguías

Sostenibilidad y mecenazgo.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

iViewpoint cuenta con múltiples indicadores precisos que permiten medir a lo largo del tiempo el impacto de

cada actuación. Mostramos a continuación los 3 indicadores más relevantes acompañados de datos reales del sistema sobre 3 miradores:

Visitas Webapp Mirador Y Recursos

Período:

01/01/2024 - 20/11/2024

<https://ocebreiro.iviewpoint.eu/19256241>

9.000 visitas

<https://montedofacho.alendosomalpor.gal/19361617>

15.000 visitas

<https://farocias.iviewpoint.eu/19384247>

7.500 visitas

Visitas ficha mirador web

<https://iviewpoint.eu/es/miradores/26/ALTO-DO-CEBREIRO>

2.819 visitas

<https://iviewpoint.eu/es/miradores/37/MONTE-DO-FACHO>

1.379 vistas

<https://iviewpoint.eu/es/miradores/46/Faro-de-Cíes>

560 visitas

Visitas vídeos Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=ztGsankQ4-w>

553 visitas

<https://www.youtube.com/watch?v=f7On-Ewut5k>

210 visitas

https://www.youtube.com/watch?v=BM_YlasuSL4

184 visitas

INVERSIÓN

Absoluta

iViewpoint ofrece diferentes modalidades de contratación, desde una intervención completa sobre el territorio con la instalación de una mesa panorámica hasta modalidades exclusivamente digitales (Ficha Web, RV), que permitan a los destinos formar parte de la red con una inversión acotada. Los proyectos tienen una fase de diseño e implantación y una suscripción anual al servicio cloud:

Mesa panorámica tecnológica + webapp + ficha web: 12.500€.

Evaluación in situ de las condiciones del lugar.

Localización de recursos patrimoniales del entorno.

REFERENCIAS

Realización de materiales digitales (Fotografías recursos, 360º y 180º de alta calidad, mapas, contenidos, audios, traducciones, vídeo vuelo con dron,...).

Diseño, maquetación gráfica, fabricación e instalación de la mesa panorámica.

Creación de ficha de mirador en portal iviewpoint.eu.

Ficha web del Mirador: 3.500€.

Localización de recursos patrimoniales del entorno.

Realización de materiales digitales (Fotografías recursos, 360º y 180º de alta calidad, mapas, contenidos, audios, traducciones, vídeo vuelo con dron,...).

Creación de ficha de mirador en portal www.iviewpoint.eu

Mirador virtual Interactivo: 6.500€

Creación de mirador virtual (RV).

Creación de contenidos digitales inmersivos: fotografías 360º, vídeos, audio y textos descriptivo.

Desarrollo y diseño de la aplicación "iViewpoint VR" para navegación intuitiva.

Subscripción cloud anual mesa + webapp + web: 350€ .

Subscripción cloud anual web: 150€

Subscripción cloud anual RV: 200€

Programa de mecenazgo

Las empresas que formen parte del programa de mecenazgo acceden a las mismas tarifas que el destino, añadiendo sobre los distintos soportes su presencia corporativa: Espacio mecenazgos (impreso en mesa): Logotipo, web, QR. Ficha Web mecenazgos en portal www.iviewpoint.eu

Logotipo siempre visible en el pie de la WebAPP.

Logotipo + espacio mecenazgos en la ficha Web del mirador.

Inclusión del logotipo en la interfaz de aplicación iViewpoint VR. #hashtags y @usuario redes sociales de la empresa.

Cíes
Monte do Facho
Axencia Galega de Turismo
Taramundi
Cidade da Cultura
Oiartzun
Bugallido
Ames
Cebreiro
Vilela
Pino Manso
Albergue Seminario Menor
Viajes Vitoria
San Xiao
Turismo de Tui
Corteliño
Turismo de Baiona
Montouto
Fonsagrada

CONTACTO:

Eloy Calatayud Álvarez
Socio Director

ecalatayud@wirelessgalicia.com
986 113 273

www.wirelessgalicia.com
www.iviewpoint.eu



Ganador en la categoría de Interacción con el turista y ciudadano

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Freeplantour

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada



DESCRIPCIÓN

FreePlantour.com permite generar guías de viaje personalizadas a cualquier destino y en cualquier idioma, desde grandes ciudades hasta pueblos de 10 habitantes. A diferencia de herramientas como ChatGPT, toda la información es real, actualizada y basada en datos verificables, sin contenido inventado. Además, ofrece a los destinos turísticos la posibilidad de supervisar y personalizar los itinerarios, asegurando que se adapten a sus necesidades específicas y resalten lo mejor de cada lugar.

Principales funcionalidades

Generación de itinerarios globales:

Capacidad para crear guías en cualquier parte del mundo, destacando tanto lugares conocidos como menos frecuentados.

Edición profesional:

Los gestores de destinos pueden ajustar y personalizar los itinerarios generados, añadiendo información clave como eventos locales o servicios específicos.

Promoción de turismo sostenible:

Recomendaciones que diversifican el flujo turístico, apoyando a comunidades pequeñas y reduciendo la saturación en áreas populares.

Requisitos de implementación

Infraestructura en la nube escalable (ej.: Vercel, Google Cloud).

Integración con fuentes de datos locales y globales para garantizar la precisión.

Colaboración con los destinos para supervisar el contenido.

Ventajas para los destinos

Cobertura completa:

Información precisa y actualizada, incluso en zonas rurales o menos conocidas.

Mayor visibilidad de destinos menos conocidos.

Control total:

Profesionales locales pueden ajustar el contenido para alinearlos con su estrategia.

Mayor competitividad:

Herramienta única que combina automatización y personalización para destacar frente a otros destinos.

Turismo sostenible:

Descentraliza el turismo y fomenta el desarrollo de áreas menos visitadas. FreePlantour, com es una solución innovadora que no solo mejora la

experiencia de los viajeros, sino que también ayuda a los destinos a ser más competitivos y sostenibles.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

ProFalta de visibilidad de destinos pequeños o menos conocidos. Información imprecisa o inventada en herramientas actuales, lo que afecta la confianza del viajero. Ausencia de herramientas que permitan a los gestores locales supervisar y personalizar el contenido. Saturación en destinos populares por la falta de alternativas destacadas.

Solución propuesta

FreePlantour.com ofrece guías personalizadas para cualquier destino, garantizando que incluso pequeños pueblos sean visibles y atractivos. Asegura que toda la información sea real y actualizada, diferenciándose de otras plataformas. Además, permite a los gestores locales ajustar itinerarios para resaltar sus puntos fuertes, asegurando contenido alineado con sus objetivos. Al promover destinos menos conocidos, fomenta un turismo más sostenible y equitativo.

FreePlantour.com combina tecnología y personalización para resolver estas problemáticas y transformar el turismo en una herramienta inclusiva y efectiva.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

1. Aumento en el número de visitantes a destinos menos conocidos

Antes:

Número de visitantes anuales antes de la implementación de FreePlantour.com en un destino específico.

Después:

Incremento en el tráfico de visitantes a puntos de interés destacados por la herramienta tras su implantación.

Ejemplo:

En pruebas iniciales, destinos pequeños promocionados por FreePlantour.com han registrado un aumento en búsquedas.

2. Tiempo de permanencia en el destino

Antes:

Promedio de tiempo que los turistas permanecen en el destino antes de la implantación.

Después:

Incremento en la duración media de las visitas gracias a itinerarios más completos y personalizados.

Ejemplo:

En zonas rurales hay nuevas guías y más visitantes.

3. Diversificación del flujo turístico

Antes:

Concentración de visitantes en puntos turísticos populares.

Después:

Reducción de la presión en áreas saturadas y aumento del interés por áreas alternativas dentro del destino.

INVERSIÓN

Relativa

Depende de si se contrata por usuarios, por API y del volumen de itinerarios. Para un destino mediano se puede contratar por menos de 3.000 € anuales.

REFERENCIAS

www.mesadelaturismo.org

www.hotelavenida.com

www.fglogrono-hotel.com

CONTACTO:

Eduardo Sanjurjo
CEO

freeplantour@fmeaweb.com
677 934 395

www.freeplantour.com



Finalista en la categoría de Interacción con el turista y ciudadano

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Customer Web Mobile - CWM

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

Objetivo

Transformar la experiencia del huésped y optimizar la gestión hotelera mediante una plataforma digital que permita una interacción fluida, autónoma y personalizada entre los huéspedes y el hotel.

La solución busca mejorar la competitividad de los destinos al ofrecer herramientas que agilicen procesos, incrementen la satisfacción del cliente y potencien la generación de ingresos adicionales.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

El sector hotelero enfrenta desafíos como procesos de

check-in/check-out lentos, sobrecarga operativa del personal y limitada autonomía para los huéspedes.

Estas deficiencias generan frustración, dificultan la comunicación efectiva y limitan las oportunidades de upselling y cross-selling.

El CWM soluciona estos problemas con un sistema tecnológico que permite a los huéspedes gestionar su estancia desde cualquier dispositivo. Incluye pre check-in online, escaneo automático de documentos, un menú personalizado y comunicación proactiva a través de correos automáticos. Esto agiliza procesos, elimina largas esperas y otorga autonomía al cliente. Para

el hotel, automatiza tareas administrativas, reduce la carga operativa y permite al personal centrarse en la atención personalizada. Además, facilita la generación de ingresos adicionales mediante herramientas integradas. El CWM transforma la experiencia del huésped y optimiza la operativa, posicionando al hotel como líder en innovación

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

La implementación del CWM transforma la experiencia hotelera, midiendo su impacto con indicadores clave. Uno de ellos es la reducción del tiempo medio de check-in/check-out, que pasa de 10-15 minutos a

REFERENCIAS

solo 2-3 minutos gracias al pre check-in online y el escaneo automático de documentos, eliminando esperas y mejorando la satisfacción del cliente.

La tasa de autonomía del huésped aumenta de menos del 10% a más del 70-80%, reduciendo la carga operativa del personal. Además, el hotel incrementó sus ventas en más de 240.000 euros anuales gracias al upselling y cross-selling integrados, sin interacción de ninguna persona. También se logra un aumento del 20-30% en ingresos por servicios adicionales, y el índice de satisfacción del cliente sube de 7/10 a 9/10.

Estos resultados confirman que el CWM optimiza la gestión interna, mejora la experiencia del huésped y aumenta la competitividad del destino.

La inversión inicial comienza desde 10.000€ a 50.000€, dependiendo de la personalización y necesidades específicas, mientras que la cuota mensual oscila entre 500€ y 2.000€, según el tamaño del hotel.

Los pagos pueden fraccionarse para el costo inicial, y las cuotas recurrentes pueden abonarse de forma mensual o anual. Se ofrecen descuentos por volumen para cadenas hoteleras. Además, el soporte técnico y las actualizaciones están incluidos en las cuotas mensuales.

La implementación completa se realiza en un plazo de 3 a 6 semanas, permitiendo un retorno de inversión rápido mediante la optimización operativa, la satisfacción del cliente y el incremento en ventas de servicios adicionales.

Hotel Gran Bilbao

INVERSIÓN

Relativa

La implementación del CWM requiere como condición esencial contar con el PMS de Class One, garantizando una integración perfecta y un rendimiento óptimo.

CONTACTO:

Rodrigo Orozco
Director General

rodrigo.mx@shms.es
628 868 584

www.shms.es

PROMOCIÓN Y MARKETING DEL DESTINO



Barceló Experiences

Ganador en la categoría de Promoción y Marketing del Destino

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Barceló Experiences

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada



DESCRIPCIÓN

Objetivo

Hacer que cada viaje sea una experiencia única y memorable. En Barceló Experiences, ofrecemos vivencias auténticas en colaboración con proveedores locales, invitando a los viajeros a sumergirse en los destinos y descubrir su verdadera esencia. Al mismo tiempo, generamos un valor añadido al entorno al visibilizar y digitalizar la actividad de pymes y micropymes.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

Además de contribuir a la profesionalización y digitalización de pequeñas empresas ofrecemos una oportunidad para poner en

alza el patrimonio natural y cultural de los entornos, generando un valor añadido al hotel y al destino y celebrando la diversidad a través de la experiencia del viaje.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Pese a que el sector turístico es uno de los más digitalizados, sorprende la baja madurez digital de la categoría T&A. La principal causa es la extraordinaria fragmentación de la oferta dentro de esta categoría. Se estima que el mercado global está conformado por más de 125.000 pequeños proveedores locales, de los cuales, el 80% atienden a menos de 5.000 viajeros cada año. Por otro lado, la demanda se concentra

en muchos casos alrededor de unas pocas localizaciones y actividades en cada destino, provocando un problema de masificación y sostenibilidad.

En los últimos años las grandes agencias de viajes online ya han tomado posiciones en la categoría T&A a través de la adquisición de soluciones orientadas a potenciar el acceso de proveedores de actividades a sus canales de venta y multiplicar la oferta online de actividades en destino.

INVERSIÓN

El proyecto está financiado por los fondos europeos Next Generation.

Más de 1 M euros de ahorro para los proveedores locales vs. distribución vía OTAs internacionales

REFERENCIAS

Presente en 4 destinos:

- Gran Canaria
- Tenerife
- Lanzarote
- Fuerteventura

Experiencias vinculadas a 14 hoteles.

210 proveedores locales.

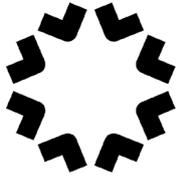
CONTACTO:

Rosa Salom
Senior Advisor PR

rsalom@flymetothemoon.es
917 812 506

www.barcelo.com/es-es/

www.barcelo.com/guia-turismo/es/



Keibell

Finalista en la categoría de Promoción y Marketing del Destino

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Keibell APP

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: En pruebas en entorno real o fase de desarrollo

DESCRIPCIÓN

Objetivo

Transformar la operativa hotelera en destinos turísticos, digitalizando y automatizando procesos para aumentar la eficiencia, reducir costos y mejorar la experiencia del huésped. Al eliminar fricciones y ofrecer servicios sin contacto, Keibell eleva la satisfacción del turista en cada etapa de su estancia, contribuyendo al atractivo y la competitividad del destino.

Funcionalidades

Automatización de Procesos de Frontdesk: Optimización de tareas como la asignación de habitaciones y servicios al huésped.

Gestión centralizada

Monitoreo de todas las operaciones en un solo

panel, mejorando la toma de decisiones.

Acceso inteligente

Llaves digitales para acceso seguro a habitaciones y áreas comunes, sin llaves físicas.

Asignación Automática de Tareas

Organización de tareas de limpieza y mantenimiento según ocupación.

Monitoreo de recursos

Control de agua y energía, impulsando prácticas sostenibles.

Requisitos de implantación infraestructura de red

Internet estable en todo el hotel para la conectividad en tiempo real.

Dispositivos inteligentes

Tablets o móviles para el personal, y smartphones o códigos QR para el acceso digital de los huéspedes.

Soporte de integración

Compatible con PMS y sistemas de domótica para centralizar operaciones.

Ventajas para el destino turístico

Competitividad

Hoteles más eficientes y rentables que atraen inversión y mejoran la experiencia del visitante.

Sostenibilidad

Optimización de recursos,

contribuyendo al atractivo ecológico del destino.

Mejora de la experiencia del huésped

Proceso automatizado y seguro que eleva la satisfacción y el retorno del visitante.

Adaptación a nuevas normas de seguridad

Operación con protocolos de contacto mínimo, alineada con las expectativas actuales de seguridad en turismo. Keibell no solo mejora la operativa de los hoteles, sino que posiciona a los destinos como innovadores y sostenibles, aumentando su atractivo y competitividad

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS.

Problemáticas Identificadas:

Dependencia de personal para tareas repetitivas, lo que incrementa costos y dificultad en la contratación.

Falta de digitalización que genera errores y limita la eficiencia. Control limitado de recursos como agua y energía, afectando la sostenibilidad y costos.

Solución propuesta Por keibell

Keibell aborda estos problemas con una automatización total de las operaciones hoteleras, reduciendo la dependencia de grandes equipos al

automatizar tareas de limpieza, mantenimiento y asignación de habitaciones.

Con llaves digitales y un sistema centralizado, la plataforma minimiza errores y mejora la eficiencia operativa, asegurando una experiencia del huésped fluida y sin contacto. Además, el monitoreo de recursos permite un consumo más sostenible, ayudando a reducir costos y mejorar la competitividad del destino. Keibell impulsa a los hoteles hacia una operación rentable, ecológica y tecnológicamente avanzada.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Indicadores de Impacto Reducción de Costos Operativos:

Medido como porcentaje de disminución en gastos de personal y gestión tras la implantación de Keibell.

Los hoteles que usan la plataforma reportan un ahorro promedio del 25% en costos operativos gracias a la automatización de procesos y la reducción de personal necesario para tareas manuales.

Optimización de Recursos Naturales:

Medido en la reducción del consumo de agua y energía (en %) por estancia. En hoteles donde Keibell está implementado, se ha registrado una disminución promedio del 15% en el consumo de estos recursos gracias al monitoreo

y control automatizado, alineando así los objetivos del destino turístico con prácticas sostenibles. Estos indicadores permiten evaluar la rentabilidad y el compromiso ecológico de los destinos que implementan Keibell, generando un impacto directo en la competitividad y atractivo del sector turístico.

INVERSIÓN

Relativa

Keibell ofrece un modelo de inversión flexible, pensado para adaptarse a las necesidades de cada destino turístico, independientemente del tamaño del establecimiento. La implementación de la solución se basa en un modelo SaaS (Software como Servicio) con un esquema de suscripción mensual o anual, lo que permite una fácil escalabilidad sin grandes desembolsos iniciales.

CONTACTO:

Feliks Kasmi
CEO

info@keibell.com
644 091 171

www.keibell.com

identify

ENJOY TRAVEL

Finalista en la categoría de Promoción y Marketing del Destino

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: DTX - Destination Traveller Experience

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

Objetivo

Transformar los destinos turísticos en experiencias interactivas e innovadoras, potenciando su competitividad mediante tecnología, gamificación y sostenibilidad.

Esta solución permite a los destinos ofrecer una experiencia personalizada que fomente la exploración cultural, incremente la participación de visitantes y genere datos clave para la planificación estratégica, todo ello respetando el entorno y promoviendo el patrimonio local.

Entre sus principales funcionalidades destaca la creación de rutas gamificadas personalizables con mapas interactivos y puntos de interés geolocalizados. Estas rutas incorporan un sistema de recompensas que incentiva a los visitantes a participar en actividades y consumir servicios locales. Además, la digitalización de contenidos culturales aporta información multimedia multilingüe sobre la historia, naturaleza y gastronomía del destino.

Toda esta tecnología, es accesible a través de links o códigos QR sin necesidad de aplicaciones adicionales ni de carteles físicos. Por otra parte, también se recopilan y analizan datos sobre el comportamiento y preferencias de los visitantes, proporcionando información estratégica para optimizar la gestión turística.

Para su implementación, se requiere que el destino tenga, por un lado el contenido que se precisa digitalizar, y por otro, disposición para asignar recompensas y validar la información que se quiere promocionar. Todo ello, con el fin de trazar en conjunto el plan de promoción turística digital.

Esta herramienta ofrece ventajas competitivas clave como:

La mejora del engagement con los visitantes, la prolongación de su estancia, el fomento de la sostenibilidad con rutas a pie o en bicicleta y la reducción del uso de materiales impresos. Además, impulsa la economía local al conectar a los turistas con negocios de la zona.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

Algunas de las problemáticas del destino donde se ha ejecutado el proyecto son la falta de digitalización de la información del destino, la poca interacción de los visitantes con el patrimonio cultural, la concentración de flujos turísticos en puntos saturados y la limitada participación local. Por ello, mediante plataformas web interactivas como la DTX, se digitaliza la oferta turística, sustituyendo materiales impresos y facilitando el acceso a la información de forma digital. Asimismo, con la gamificación a través de rutas personalizadas y recompensas, se fomenta la exploración de puntos menos conocidos, reduciendo la saturación en zonas masificadas y promoviendo la conexión con el patrimonio cultural.

Por último, la DTX conecta a los turistas y las comunidades locales. Las recompensas y la geolocalización dirigen a los turistas hacia comercios y servicios locales, generando un impacto económico positivo.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Incremento de participantes en evento de rutas gamificadas:

En la segunda edición de esta iniciativa se ha producido un aumento del 50% de participantes respecto a la actividad del año anterior. Engagement y satisfacción del visitante: Número de retos completados y valoraciones positivas sobre la experiencia. Dato obtenido con las encuestas post ruta. En este caso, el 95% de los usuarios calificaron la experiencia como “excelente” la experiencia de este año, frente al 70% del año anterior.

del contenido durante el transcurso del proyecto. El mantenimiento incluye hosting, actualizaciones, kpis y soporte técnico ajustado al volumen de datos y usuarios previstos. Para facilitar la gestión económica del destino la inversión inicial puede fraccionarse en diversos pagos. En colaboración con asociaciones o instituciones públicas, también se pueden gestionar ayudas o subvenciones para cubrir parte de la inversión, especialmente si el proyecto contribuye a objetivos relacionados con la sostenibilidad o la digitalización. La solución es altamente escalable, permitiendo añadir nuevos puntos de interés, rutas y funcionalidades sin necesidad de realizar una reinversión completa. Además, presenta un retorno de inversión gracias al incremento en las visitas a comercios locales, la reducción del uso de materiales impresos y el aumento general de visitantes.

[barcelona/7047032/](https://www.barcelona.cat/7047032/)

<https://www.rtve.es/play/audios/serveis-informatius-radio-4/rambling-2023-barcelona/7047032/>

<https://www.beteve.cat/agenda/rambling-gimcana-virtual-rambla/>

<https://www.amicsdelarambla.cat/cat/rambling/rambling>

<https://www.identifytravel.app/blog-viajes/rambling-2024>

<https://www.identifytravel.app/blog-viajes/revive-el-rambling-con-identify-travel>

<https://www.lavanguardia.com/local/>

INVERSIÓN

Absoluta

La implementación de la solución tecnológica está diseñada para ajustarse a las necesidades específicas de cada destino, ofreciendo flexibilidad en las condiciones de inversión.

La inversión inicial para configurar y personalizar la herramienta se sitúa en un rango entre 3.000 y 15.000€, dependiendo el número de puntos de interés a digitalizar, los idiomas en los que debe estar disponible el contenido y las funcionalidades específicas requeridas, como la gamificación avanzada o la integración de sistemas de recompensas. Se establece un precio inicial de creación y otro de mantenimiento.

El mantenimiento puede variar si se requieren cambios

REFERENCIAS

Asociación Amics de la Rambla

<https://www.timeout.cat/barcelona/ca/noticies/la-rambla-de-barcelona-es-converteix-en-un-tauler-de-joc-interactiu-gratis-per-nadal-nomes-un-dia-122723>

<https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20231227/rambling-juego-rambla-premios-barcelona-96307389>

<https://www.rtve.es/play/audios/serveis-informatius-radio-4/rambling-2023->

CONTACTO:

Elena Losantos
CEO

elenalasantos@identifyapp.es
680 116 514

www.identifytravel.app/

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL





Finalista en la categoría de Sostenibilidad Medioambiental

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Effiwaste

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

Desarrollamos soluciones para acabar con los residuos orgánicos en el sector hotelero. Para ello, implementamos nuestro hardware y software para la medición del desperdicio alimentario en las cocinas. A partir de ahí, con los datos obtenidos realizamos análisis predictivos que permiten ajustar las elaboraciones en cocina y las compras al consumo estimado. Con el desperdicio inevitable, instalamos compostadoras industriales inhouse en cada hotel o, en otros caso, en áreas turísticas. Todo ello lo acompañamos de formación y consultoría individualizada.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

Reducción del gasto derivado del desperdicio alimentario.

Cumplimiento normativo de la Ley de prevención del desperdicio alimentario y

reducción del coste de gestión de residuos derivado de la Ley 7/2022. La solución Effiwaste permite reducir en hasta un 40% el desperdicio, cumplir con ambas normativas y reducir el coste de la nueva tasa por gestión de residuos.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Reducción del desperdicio alimentario: Entre un 25% y 40% por hotel.

Residuo orgánico compostado: 60%.

INVERSIÓN

Relativa

El coste de implementación es de 5.000€/año por hotel para la reducción del desperdicio y, a nivel de compostaje, tiene un coste de 50.000€/500kg día.

REFERENCIAS

Adrián Hoteles
Hotel Tigaiga
Dreamplace Hotels
HECANSÁ (Tenerife)
Seaside Hotels (Lanzarote)
Hotel Tecina (La Gomera)
Blaumar Hotels (Salou)

CONTACTO:

Javier Jiménez Rodríguez
CEO

sostenibilidad@effiwaste.es
604 965 609

www.effiwaste.es



Finalista en la categoría de Sostenibilidad Medioambiental

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Park4Dis

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada

DESCRIPCIÓN

Park4Dis es una solución tecnológica para gestionar aparcamientos reservados para personas con movilidad reducida (PMR), optimizando su uso y garantizando la accesibilidad. A través de sensores en las plazas, la plataforma permite monitorear la ocupación en tiempo real, generar informes estadísticos sobre el uso de los espacios, y gestionar alertas e incidencias.

Requiere de infraestructura básica como sensores, conectividad Wi-Fi o móvil, y una plataforma web o app para su gestión.

Los destinos turísticos pueden beneficiarse de esta herramienta mejorando la accesibilidad, optimizando recursos y ofreciendo una experiencia inclusiva a los turistas. Además, proporciona

datos valiosos para la toma de decisiones y facilita la implementación de políticas de sostenibilidad, demostrando el compromiso del destino con la accesibilidad y la eficiencia operativa. Así, Park4Dis ayuda a los destinos a ser más competitivos y responsables, mejorando la gestión y la satisfacción del visitante.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

El valor de Park4Dis radica en su capacidad para resolver varios problemas clave en la gestión de aparcamientos para personas con movilidad reducida.

Primero, aborda la accesibilidad limitada, garantizando que las plazas reservadas sean

accesibles y estén disponibles cuando se necesiten, mejorando la experiencia del colectivo. También elimina el uso indebido de las plazas reservadas mediante monitoreo en tiempo real, evitando que sean ocupadas por vehículos no autorizados. Además, resuelve la falta de información en tiempo real al proporcionar datos precisos sobre la ocupación y uso de las plazas, lo que facilita la planificación y optimización de recursos.

Esto no solo mejora la experiencia de los visitantes, sino que también permite a los destinos turísticos implementar políticas más eficaces de sostenibilidad y accesibilidad, promoviendo un turismo inclusivo y mejorando la competitividad del destino.

REFERENCIAS

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

La implementación de Park4Dis tiene un impacto significativo en la accesibilidad y gestión de recursos en destinos turísticos, promoviendo un turismo inclusivo.

Indicadores/Métricas: Usuarios activos y voluntarios:

Más de 8,000 usuarios y 900 voluntarios participan en la gestión de accesibilidad, reflejando el grado de involucramiento y sensibilización sobre la importancia de la accesibilidad.

Plazas mapeadas y ciudades implantadas: Se han mapeado más de 48,000 plazas en más de 350 ciudades de 10 países, principalmente en España, lo que muestra la expansión de la infraestructura accesible.

tecnológica existente en el destino.

A continuación, se detallan las principales condiciones de la inversión. estar disponible el contenido y las funcionalidades específicas requeridas, como la gamificación avanzada o la integración de sistemas de recompensas. Se establece un precio inicial de creación y otro de mantenimiento.

El mantenimiento puede variar si se requieren cambios

- Sant Cugat
- Lloret de Mar
- Platja d'Aro
- Sant Joan d'Alacant
- Malgrat de Mar
- Sitges
- Viladecans
- Ulea
- Albudeite
- Ojós
- Villanueva del Río Segura
- Ricote
- Aledo
- Campos del Río
- Pleigo
- Blanca
- Librilla
- Lorquí i Moratalla

INVERSIÓN

Relativa

La inversión necesaria para implementar la solución Park4Dis en un destino turístico depende de varios factores, como el tamaño del área a cubrir, el número de plazas de aparcamiento reservadas para personas con movilidad reducida y la infraestructura

CONTACTO:

Carlo Castellano
Presidente

irene@park4dis.org
604 820 625

www.asopmr.org/

www.park4dis.org/main



Ganador en la categoría de Sostenibilidad Medioambiental

NOMBRE DE LA SOLUCIÓN: Servicios de Murmuration

GRADO DE MADUREZ DE LA SOLUCIÓN: Probada y validada



DESCRIPCIÓN

Objetivo

Murmuration ofrece herramientas digitales innovadoras para la gestión sostenible del turismo.

Utilizando datos de satélites de observación de la Tierra a escala global, proporcionamos información fiable y precisa sobre la presión turística y el estado del medio ambiente en cada punto del planeta.

Mediante diferentes tipos de indicadores, elaborados en torno cinco temas clave -aire, agua, biodiversidad, suelo y clima-, hemos desarrollado una serie de servicios que permiten:

- Analizar la relación entre el número de turistas y el estado del medio ambiente.

- Vigilar el estado del medio ambiente en determinadas zonas muy visitadas
- Anticipar el futuro impacto del cambio climático en una zona, etc.

Funcionalidades y requisitos

La herramienta que proporcionamos es un cuadro de mando, es decir, una interfaz gráfica en línea a la que se puede acceder a través de Internet mediante un navegador, sin necesidad de instalar ningún software específico.

Esta interfaz es interactiva: se puede jugar con distintos parámetros para elegir la información mostrada, identificar correlaciones y, en ocasiones, fundamentar hipótesis.

Los cuadros de mando pueden personalizarse y co-construirse con el destino para responder mejor a sus problemas y a las características específicas de su región. Son posibles varias visualizaciones: mapas, gráficos, diagramas, etc.

Beneficios de la solución

Optar por la solución Murmuration significa:

- Elegir una solución innovadora basada en datos satélites de observación de la Tierra, lo que representa un avance significativo en comparación con la competencia, que se basa principalmente en medidas locales.
- Ser acompañado en la transición hacia un turismo sostenible.

- Utilizar una solución basada en datos científicos : los datos que utilizamos proceden del programa europeo Copernicus, gestionado por la Comisión Europea y la Agencia Espacial Europea.
- Cumplir o anticiparse a la regulación ambiental.

VALOR AÑADIDO DE LA SOLUCIÓN PARA RESOLVER LAS PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS

Hoy en día, los territorios se enfrentan a un gran número de retos medioambientales (pérdida de biodiversidad, contaminación atmosférica, erosión costera, etc.), a veces provocados por el exceso de visitas a los lugares turísticos.

Tienen que tomar decisiones para mitigarlos, pero no disponen necesariamente de los indicadores medioambientales para hacerlo. Esta cuestión fue planteada por el Parlamento Europeo en 2021 declarando que «la falta de datos cuantitativos y cualitativos exactos sobre los efectos del turismo sobre la sostenibilidad dificulta la toma de decisiones de los agentes públicos y privados» (Informe - A9-0033/2021).

Nuestro papel es aportar una solución a este problema y proporcionarles mediciones cuantitativas científicas del estado medioambiental de su territorio. Con estos datos, las autoridades locales pueden conocer el estado del medio ambiente y tomar decisiones para preservar los espacios naturales y adaptarse al cambio climático.

GRADO DE IMPACTO DE LA SOLUCIÓN EN EL DESTINO Y EN EL SECTOR TURÍSTICO

Disponemos de un catálogo de 25 indicadores medioambientales que nos permiten seguir el estado medioambiental de un área a lo largo del tiempo. Así, cuando una zona aplica nuestras herramientas y toma decisiones estratégicas u operativas en favor del medio ambiente, podemos medir el impacto de estas nuevas medidas. Por ejemplo, tras adoptar nuestras herramientas, un destino puede decidir limitar el número de visitantes a un lugar turístico debido a las presiones medioambientales que hemos detectado. En este caso, podremos evaluar el impacto de esta decisión en diversos indicadores como la contaminación del agua, el pisoteo, la salud de la vegetación o la turbidez del agua, etc.

INVERSIÓN

Relativa

El precio de nuestras soluciones varía en función de su complejidad (número de indicadores, agregación para la comparación, tamaño de la zona) y del nivel de personalización requerido.

1. El paquete básico, con una herramienta sencilla y una personalización limitada, cuesta 5.000 euros.

2. Una versión más completa, que ofrece una amplia gama de opciones de personalización, ronda entre 15.000 y 20.000 euros.

REFERENCIAS

- Ministerio de Turismo de Malta
- Turismo de Portugal
- Comunidad de Municipios Granville Terre & Mer (Francia)
- Agencia Regional de Turismo Auvernia Ródano-Alpes (Francia)
- Comite Regional de Turismo de Occitania (Francia)
- Agencia Departamental de Turismo de los Pirineos Atlánticos (Francia)
- Parque Natural Regional de Haut-Jura (Francia)
- Agencia Departamental de Turismo de Charentes (Francia)

CONTACTO:

Ana Diaz
Business Developer

ana.diaz@murmuration-sas.com
(+33) 766 824 506

www.murmuration-sas.com/fr/

www.destinationearth.murmureo.com/climate-dt/dashboards/demo/

PROYECTO INNOVADOR DEL DESTINO





Finalista en la categoría de Proyecto Innovador del Destino

NOMBRE DEL PROYECTO: Herramienta para la identificación de Viviendas de Uso Turístico potencialmente no regladas (VUT.IA)

DESCRIPCIÓN

Dénia es un destino cuya trayectoria turística se ha basado fundamentalmente en el turismo de sol y playa, todas las segundas residencias y su extraordinaria gastronomía.

Con una oferta alojativa de más de 30.000 plazas, dominada en un 95% por apartamentos turísticos y segundas residencias, Dénia enfrenta un desafío compartido por muchos destinos turísticos españoles: la identificación precisa de todas las Viviendas de Uso Turístico (VUT) que se comercializan en el destino.

Esta situación genera importantes dificultades

- Falta de conocimiento sobre el número total de visitantes alojados, lo cual dificulta la planificación de los servicios municipales y la gestión del destino.
- Obstáculos para medir con precisión los impactos

sociales, medioambientales y económicos de la actividad turística.

Para abordar este desafío, el Ayuntamiento de Dénia ha desarrollado una innovadora herramienta que utiliza el consumo de agua potable como fuente principal de información para identificar de forma automática las potenciales VUT no regladas y monitorizar los patrones de consumo del resto de la oferta alojativa.

Este proyecto parte del siguiente enfoque

Los patrones de consumo de agua potable en VUT difieren significativamente de los de una vivienda de uso habitual o una segunda residencia. Mientras que una vivienda de uso habitual presenta un consumo regular y continuo, las VUT muestran un patrón más irregular. Basándonos en esta premisa, el Ayuntamiento

de Dénia ha desarrollado un modelo basado en algoritmos de Inteligencia Artificial para identificar estas irregularidades y detectar de forma automatizada las potenciales VUT no regladas en el destino.

Este enfoque no solo permite mejorar la gestión del destino y la planificación de los servicios municipales, sino que también contribuye a una gestión más sostenible y equilibrada del impacto turístico, proporcionando datos fundamentales para la toma de decisiones estratégicas.

GRADO DE IMPACTO Y VALOR AÑADIDO QUE APORTA EL PROYECTO AL DESTINO, AL SECTOR TURÍSTICO Y A LA POBLACIÓN LOCAL

La herramienta del Ayuntamiento de Dénia aborda la proliferación de VUT no regladas, mejorando la

INVERSIÓN

calidad de vida de los residentes y la sostenibilidad turística. Basada en tecnología avanzada, busca transformar el modelo turístico hacia uno más equilibrado. Problemas a resolver:

1. Desconocimiento de la capacidad alojativa: La falta de información sobre plazas ofertadas y ocupación dificulta la planificación de servicios municipales. La herramienta optimiza la gestión de recursos al aportar datos precisos.
2. Impacto en la calidad de vida: La falta de control sobre

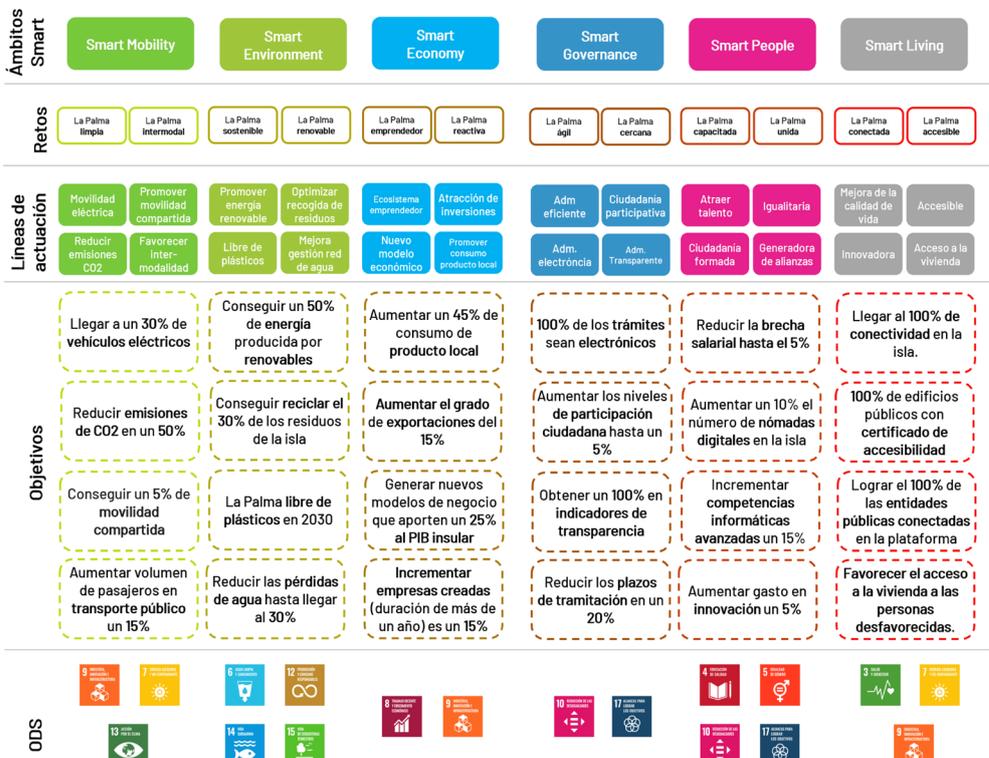
las VUT no regladas genera tensiones entre residentes y visitantes. La solución promueve la convivencia y mejora la percepción del turismo.

Valor añadido

- Identificación automatizada de VUT no regladas, reduciendo costes.
- Geolocalización precisa y referencia catastral de las VUT.
- Sostenibilidad económica y replicabilidad en otros municipios.
- Impulso a la sostenibilidad social y convivencia.

La inversión inicial para la puesta en marcha de la herramienta para la identificación de Viviendas de Uso Turístico potencialmente no regladas (VUT.IA) es de 15.000 € (IVA incluido), y no existen costes de mantenimiento derivados del proyecto, ya que la gestión y actualización de las distintas bases de datos que nutren a la herramienta se realizan a través de las áreas departamentales del Ayuntamiento de Dénia y la empresa subcontratada para la prestación del servicio de abastecimiento de agua potable.

Plan estratégico La Palma Smart Island



CONTACTO:

Pepa Cardona Martorell
Jefe Servicio Turismo

pcardona@ayto-denia.es

www.denia.net



Finalista en la categoría de Proyecto Innovador del Destino

NOMBRE DEL PROYECTO: Smart Office del Ayuntamiento de Benissa

DESCRIPCIÓN

Benissa

Un Destino Inteligente y Sostenible en la Costa Blanca Benissa, municipio de la Marina Alta en Alicante, con 12,279 habitantes (INE, 2023), está a la vanguardia de la transformación turística.

En 2021, recibió 2.5 millones de euros de los fondos Next Generation para ejecutar su Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD), destacándose entre los municipios con mayor inversión europea per cápita.

Este apoyo busca convertir a Benissa en un referente de sostenibilidad y digitalización turística.

Smart office

Hacia un Turismo Inteligente La Smart Office es clave en esta evolución, enfocada en consolidar a Benissa como un

Destino Turístico Inteligente (DTI). Organizada en Gobernanza, Digitalización y Gestión de Datos, Comunicación y Formación, esta iniciativa moderniza la gestión turística mediante tecnologías avanzadas que analizan datos del territorio.

SIT-LAB: Inteligencia Turística de Vanguardia En el corazón de esta transformación se encuentra el Sistema de Inteligencia Turística (SIT-LAB) de Benissa, una herramienta que recopila más de 600 indicadores y 80 fuentes de datos. Con categorías que abarcan Sostenibilidad Socioeconómica, Sostenibilidad Ambiental y Gobernanza, el SIT-LAB monitorea de forma continua múltiples impactos turísticos y facilita una gestión estratégica del destino.

Utilizando herramientas tecnológicas de vanguardia como Gemelos Digitales y cuadros de BI, los datos

se visualizan de manera intuitiva, permitiendo análisis precisos y toma de decisiones fundamentadas.

Innovación en datos turísticos

Con una inversión de 318,000€, Benissa ha desarrollado un Sistema de Recogida y Análisis de Datos Turísticos, liderado por la Smart Office. Este sistema monitorea Viviendas de Uso Turístico, patrones de visitantes y posicionamiento digital, consolidando a Benissa como un destino sostenible, inteligente y preparado para los retos del futuro.

GRADO DE IMPACTO Y VALOR AÑADIDO QUE APORTA EL PROYECTO AL DESTINO, AL SECTOR TURÍSTICO Y A LA POBLACIÓN LOCAL

La Smart Office de Benissa lidera la transformación en

un DTI, mejorando la gestión turística, la sostenibilidad y la calidad de vida de visitantes y residentes. Uno de sus logros clave es la implementación del SIT-LAB, que permite analizar datos sobre afluencia, patrones de comportamiento, impacto económico y actividad en alojamientos, con especial atención a Viviendas de Uso Turístico (VUT).

La Smart Office ha fomentado una gestión basada en datos, mejorando la coordinación entre áreas municipales y consolidando a Benissa como líder en innovación turística. Además, el municipio ha obtenido el distintivo de Municipio Turístico de Relevancia de la Comunidad Valenciana y una financiación de 66.739,33€ del Fondo de Cooperación Municipal.

En definitiva, la Smart Office de Benissa está revolucionando la forma en la que gestionamos nuestro destino turístico, asegurando un desarrollo sostenible, eficiente y centrado en las personas, que sitúa a Benissa como referente en innovación turística

Este proyecto busca transformar el modelo de gestión turística del municipio mediante tecnologías avanzadas para la recopilación y análisis de datos, mejorando la eficiencia en la gestión de recursos turísticos y la planificación estratégica.

La Smart Office incluye herramientas para monitorizar en tiempo real indicadores turísticos, gestionar la demanda y fomentar una estrategia sostenible de desarrollo, permitiendo decisiones basadas en datos que incrementen la competitividad del destino y optimicen la experiencia de los visitantes.

Replicar este modelo en otros destinos puede variar en coste según el grado de digitalización y capacidad de gestión de datos del lugar. En destinos avanzados, los costes serían menores. Se estima que el mantenimiento anual oscila entre 20.000 y 30.000€.

INVERSIÓN

La implementación de la Smart Office en Benissa supuso una inversión inicial de 74.000€ y un horizonte de 26 meses, financiada a través del Plan de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD).

CONTACTO:

Loli Vicens Márquez
Técnica de Turismo del Ayto.
de Benissa

lolivicens@ajbenissa.es

www.ajbenissa.es



Ganador en la categoría de Proyecto Innovador del Destino

NOMBRE DE LL PROYECTO: Gestión inteligente del turismo. Lpa beach, gemelo digital de turismo y movilidad de las palmas de gran canaria, experiencia inmersiva en sitios turísticos

DESCRIPCIÓN

Levantamiento en 3d de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria con capas de turismo y movilidad que analicen el comportamiento de las personas y poder hacer predicciones.

Digitalizar las 3 playas de la capital para analizar la pérdida de arena y la subida

del mar, así como analizar el comportamiento de los visitantes de las playas a través de inteligencia artificial, experiencia inmersiva en el metaverso con gafas virtuales de 9 sitios de interés turístico, sistema de encuestas en alojamientos turísticos para analizar la experiencia del turista en destino.

Objetivo

Llevar a cabo una réplica virtual de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, que refleje su infraestructura física, los sistemas de transporte, los flujos de turistas y otros aspectos relevantes. Este modelo digital 3D permitirá a los usuarios interactuar con la ciudad de una



10/2023 Captura de pantalla Gemelo Digital 3D de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria

manera virtual, proporcionando una visión detallada de la ciudad y sus operaciones. Además, el Gemelo Digital es capaz de integrar y procesar una gran cantidad de datos, incluyendo datos de turismo y movilidad. Esto permite a la ciudad analizar estos datos en un contexto geoespacial, identificar patrones y tendencias, y hacer predicciones precisas.

1. Generación de un gemelo digital base 3D

Permitirá la planificación de futuros desarrollos urbanos y la evaluación de su impacto potencial de manera visual e intuitiva.

Aplicación de índices turísticos: permite evaluar cuáles son las zonas más visitadas, lo que permite la planificación efectiva de estrategias de fomento de la actividad en determinados barrios, y el dimensionamiento de infraestructuras y servicios, basados en la popularidad y el interés turístico.

Aplicación sobre índice de transeúntes: El modelo ofrece una estimación de la intensidad del tráfico peatonal, calculada a nivel de tramo de vía. Se trata de una herramienta de apoyo para la toma de decisiones en la planificación de servicios urbanos, el fomento de la actividad comercial, el diseño de estrategias de movilidad y transporte, y las iniciativas de peatonalización o regeneración de zonas urbanas.

Aplicación de tráfico diario y hora punta: La aplicación generada permite obtener información para cada uno de los días y horas seleccionados, lo que permite realizar

análisis sobre congestión del tráfico, planificación de transporte (desde el ajuste de los horarios de los semáforos hasta la planificación de rutas alternativas) Políticas de movilidad (promoción del transporte público, el diseño de carriles de bicicletas, o la planificación de la expansión de la infraestructura de transporte).

Aplicación sobre variabilidad y estacionalidad del tráfico: permite la planificación del tráfico estacional (los gestores de la ciudad pueden asignar recursos de manera más eficiente, como personal de tráfico y mantenimiento)

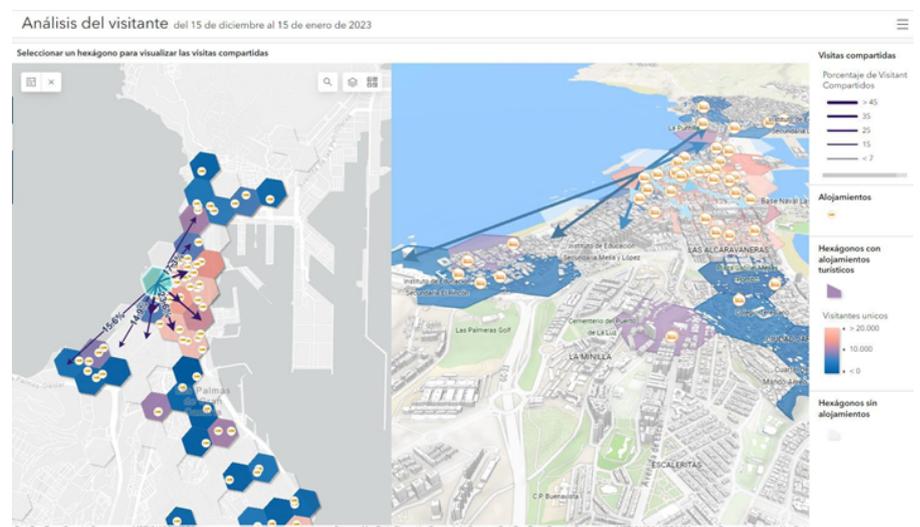
Aplicación de análisis de impacto: estudio del impacto en la movilidad de eventos concretos.

Aplicación sobre análisis de origen-destino: utiliza datos históricos para proporcionar datos de origen-destino desde unas zonas de la ciudad a otras pasando por determinadas vías de conexión.

Aplicación sobre atracción comercial: los datos se obtienen

agregando datos anonimizados de dispositivos móviles con información de geolocalización procedentes de cientos de APPs de consumo distintas (noticias, citas, compras, redes sociales, meteorología, mapas y navegación, eventos, juegos, y fotografía, entre otros). Los métodos de recolección de datos cumplen estrictamente el RGPD. La aplicación genera mapas interactivos que muestran las zonas con mayor densidad de comercio, según el tipo de negocio, zonas donde el comercio atrae a un mayor número de visitantes, según el tipo de negocio, variación de visitantes, medidos sobre el comercio, entre el verano y el invierno y la recurrencia del visitante (qué zonas atraen a un comprador habitual y qué zonas atraen a un comprador esporádico).

Aplicación sobre análisis del visitante: a partir de los mismos análisis de datos móviles, se ha creado un análisis adicional sobre los alojamientos. Se considerarán sólo los visitantes medidos sobre los alojamientos de la base de datos de puntos de interés (hoteles, albergues,



10/2023 Captura de pantalla Modelo de Análisis del Visitante 2D y 3D

hostales, etc.). Para estos visitantes que pernoctan en los alojamientos del municipio, se ofrece un dataset de densidad de visitas para cada zona de la ciudad. Estos datos han permitido generar un mapa de calor de las zonas más frecuentadas por los turistas de la ciudad, caracterizando así la movilidad turística.

Portal de presentación de aplicaciones, indicadores y resultados: Se ha generado un portal unificado de presentación de aplicaciones usando ArcGIS HUB. Permite a los usuarios crear páginas web atractivas y fáciles de usar sin necesidad de conocimientos

de programación, lo que la convierte en una elección perfecta para compartir y visualizar nuestros proyectos de gemelos digitales en un solo lugar.

2. Smart Beach - Lpa Beach: Gestión inteligente de Playas y del Litoral

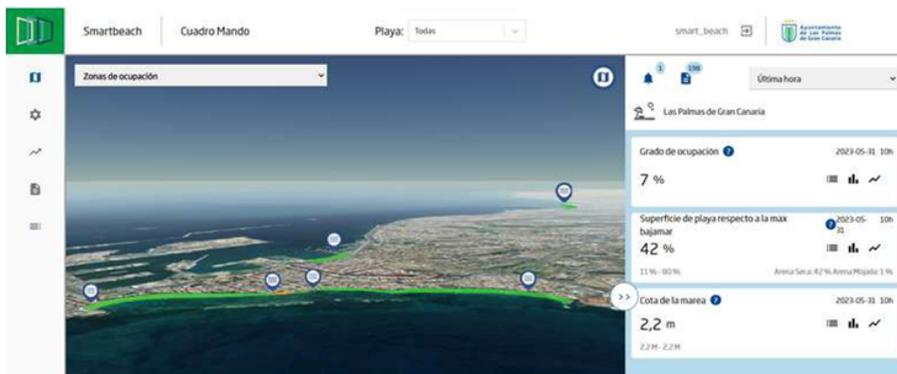
Este sistema permite al Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria controlar el **aforo en las playas**, conociendo **en tiempo real la cantidad y densidad** de personas presentes, y prediciendo con **dos horas de antelación la ocupación**, el **estado de las mareas**, las **corrientes** y las

zonas de riesgo. Además, proporciona información sobre el **espacio de arena disponible** según la marea y **datos climatológicos** como viento, nubes y temperatura. Esta recopilación de información permite una gestión más eficiente de los servicios de socorrismo y emergencias en cada playa.

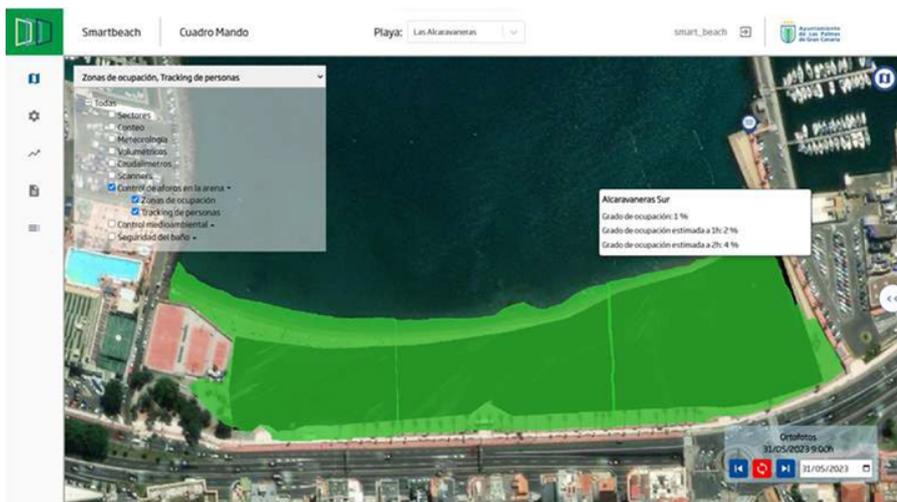
El objetivo principal es **sensorizar las playas del municipio de Las Palmas de Gran Canaria y proveer una herramienta de análisis de información** para, mediante el tratamiento de datos, poder cuantificar la ocupación de las playas (fundamentalmente en zona de arena, y si es posible en accesos y paseo), establecer predicciones, además de obtener información de parámetros medioambientales.

Estaciones de videometría: para la prestación del Servicio se ha realizado un despliegue de emplazamientos autónomos en los que se ubican todos los elementos necesarios para la operativa incluyendo elementos de obtención de información (sensores, captación de imágenes, lentes, módulos de procesamiento de información, módulos de comunicaciones, etc.), así como el equipamiento necesario para garantizar la autonomía a nivel de alimentación eléctrica.

Sistema software (gestión y explotación de datos): cada estación tiene un software muy potente de analítica de video "KostaSystem" que se encarga de capturar la información necesaria para cubrir los tres módulos de control de aforo de playas, el módulo ambiental,



Panel de administración (análisis y definición de indicadores (KPI))



Panel de administración (sectorización de las playas)

INVERSIÓN

el de seguridad de baño y la información que se necesita para la app.

El sistema desarrollado incluye, entre otras funcionalidades, lo siguiente:

- División de cada una de las playas en múltiples sectores (zonas) con la finalidad de poder realizar cálculos de ocupación de cada uno, seguimiento de trayectoria o tracking de personas, siempre de forma anonimizada y algoritmos de analítica predictiva.
- Control medioambiental y seguimiento morfológico del litoral, con la finalidad de obtener información sobre la línea de costa, mareas, corrientes y zonas de riesgo.
- Solución para garantizar la seguridad del baño a través de las previsiones realizadas de los procesos costeros y el estado de su morfología.
- Dashboard para análisis y definición de indicadores (KPI).
- Generación de informes de descripción de la evolución morfodinámica de las playas.
- Integración con otros sistemas externos para su explotación en cuadros de mando. Los datos que se generen serán accesibles a través de la plataforma Ciudad Smart, con el objetivo de que se puedan reutilizar y favorecer la interoperabilidad.

Aplicación móvil “LPA BEACH: permitirá conocer el estado de ocupación de las playas, junto a otra información relevante desde el punto de vista del usuario. Información en tiempo real.

3. LPA Virtual Visit: Desarrollo de entornos de realidad virtual

que permiten a cualquier usuario, sin importar su ubicación física, la capacidad de realizar visitas virtuales a lugares de interés de la ciudad, asistir y revivir eventos culturales.

4. Sistema de recopilación de datos turísticos: Este sistema recopila datos sobre la ocupación turística en hoteles y hostales de la ciudad, permitiendo obtener estadísticas detalladas sobre el tipo de establecimiento, edades, motivos de la visita, país de procedencia y otros datos de los visitantes en Las Palmas de Gran Canaria.

GRADO DE IMPACTO Y VALOR AÑADIDO QUE APORTA EL PROYECTO AL DESTINO, AL SECTOR TURÍSTICO Y A LA POBLACIÓN LOCAL

La carencia de datos para poder analizar los comportamientos turísticos y de los residentes de la ciudad, inhabilitan la posibilidad de tomar medidas orientadas en el dato que favorezcan la movilidad en la ciudad y además permitan mejorar la experiencia de éstos para incrementar la oferta.

Esta capacidad de análisis y predicción es una herramienta valiosa para la toma de decisiones, permitiendo a la ciudad planificar y gestionar sus recursos de manera más eficiente.

880.000 €

CONTACTO:

**Manuel Ángel
Castellano Trujillo**
Director General de
Innovación Tecnológica

manuel.castellano@laspalmasgc.es
677 980 394

www.laspalmasgc.es

AMT SMART DESTINATIONS AWARDS

Los AMT Smart Destinations Awards son unos reconocimientos a aquellas iniciativas y soluciones tecnológicas que ayuden a los destinos turísticos en los retos de convertirse en un destino turístico inteligente (DTI), en base a 5 categorías: gestión integral del destino, interacción con el turista y ciudadano, promoción y marketing, sostenibilidad medioambiental y proyecto innovador del destino.

El jurado de los premios está compuesto por profesionales del sector de las siguientes entidades:



Puedes consultar más información de los premios en el siguiente [enlace](#).

**AMT SMART
DESTINATIONS
AWARDS 2025**