



Guía de buenas prácticas en innovación para Destinos Turísticos Inteligentes

Una recopilación de 38 actuaciones destacadas en innovación turística

Presentación

España es líder mundial en turismo. Si tomamos como referencia el último año con valores normalizados (2019), nuestro sector representaba el 12,3% del PIB y el país ocupaba el segundo puesto mundial en número de visitantes, con 83 millones de turistas internacionales. Desde el punto de vista de la competitividad turística mundial, España permanece en la tercera posición del ranking, a pesar del impacto que ha generado en nuestro país la pandemia del COVID19.

Un liderazgo que sin duda viene consolidado por la apuesta de país en la transformación del turismo, involucrando a todos los agentes que intervienen en él y reconociendo el papel central de los destinos turísticos en esta transformación. Y es este punto donde la innovación se presenta como un elemento clave para mantener la competitividad y el atractivo de España y su oferta turística.

Impulsar la innovación en turismo supone utilizar una palanca para la mejora de los procesos y servicios turísticos. También supone un refuerzo de la resiliencia y la capacidad de respuesta ante nuevos retos, sirviendo de base para el despliegue de estrategias de diversificación, fomentando el desarrollo de capacidades en un entorno colaborativo y el incremento de la cultura de innovación en las organizaciones turísticas, y contribuyendo a la consolidación de España como referente en este ámbito. Es por ello por lo que la innovación, como herramienta al servicio de la gestión turística, se incorpora en el modelo

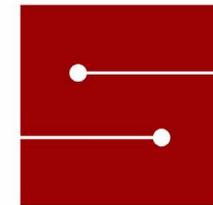
de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo, a través de SEGITTUR, como uno de los cinco ejes en los que se apoya, junto con la gobernanza, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad.

Este modelo propone una gestión turística comprometida con la mejora continua y el desarrollo sostenible de los destinos. Una gestión turística que presenta importantes desafíos en los que la innovación resulta una valiosa herramienta para abordarlos. Para facilitar su aplicación por parte de los gestores turísticos, se presenta esta **Guía de buenas prácticas en innovación para Destinos Turísticos Inteligentes** que tiene un doble objetivo:

- Por un lado, el documento presenta los principales impulsores y facilitadores de la innovación pública que actualmente están a disposición de las entidades locales y que presentan un gran potencial para su implementación en turismo. Desde la Compra Pública de Innovación hasta los sandboxes y los laboratorios urbanos, la Guía hace un recorrido por los instrumentos actuales más disruptivos al servicio de las administraciones públicas, destacando su aplicación en turismo.
- Por otro lado, la Guía recoge una recopilación de 38 buenas prácticas desarrolladas por destinos turísticos tanto a nivel nacional como internacional, que constituyen ejemplos destacados de cómo es

posible aplicar estos instrumentos y mecanismos en el ámbito específico de la gestión turística. En la delimitación de las buenas prácticas han participado de forma señalada destinos de la Red DTI, que a través de sus contribuciones han enriquecido el resultado de esta Guía.

Esperamos que esta publicación sirva como una fuente de referencia para que los entes gestores, organizaciones y profesionales del sector avancen en la implementación de estrategias de innovación turística en su carrera por el desarrollo inteligente y la mejora continua.



SEGITTUR

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI) es un instrumento impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo con el objetivo de dotar a los destinos turísticos de un punto de encuentro y apoyo para evolucionar hacia un modelo de gestión inteligente basado en 5 ejes: la gobernanza, la innovación, la tecnología, la sostenibilidad y la accesibilidad.

Asimismo, la Red DTI persigue la generación de sinergias entre sus miembros, el fomento de la colaboración público - privada y el intercambio de conocimiento y buenas prácticas entre los distintos actores que la integran.

Actualmente, la Red DTI cuenta con 641 miembros, de los que 459 son miembros titulares, 87 miembros institucionales y 91 empresas colaboradoras y 4 miembros observadores internacionales.

Esta guía de buenas prácticas en innovación se une a la serie de manuales, guías y orientaciones publicados por la Red DTI, que contribuyen a ofrecer pautas, herramientas e instrumentos para impulsar la recuperación de los destinos y la generación de conocimiento en turismo.

1. Análisis de la innovación como impulsor del modelo DTI. Herramientas y facilitadores

1.1 Introducción

El escenario de cambio en el que se encuentra inmerso el turismo

Los destinos turísticos **están experimentando un proceso de profundas transformaciones** aceleradas por la evolución tecnológica, los cambios en el comportamiento de la demanda y la aparición de nuevos modelos de negocio, entre otros factores. De hecho, la innovación y la tecnología **han cambiado y siguen cambiando el modelo competitivo de la actividad turística**, ofreciendo nuevas oportunidades y presentando también importantes desafíos para la gestión de los destinos.

En este sentido, la **compleja evolución** del sector plantea incógnitas relevantes para un futuro inmediato, tales como la digitalización de la economía y sus efectos en la cadena de valor turística, el papel de la planificación y gestión de los destinos en este nuevo entorno, la distribución de los beneficios del desarrollo turístico o las consecuencias futuras de las dinámicas turísticas actuales. Del mismo

modo, se plantean dudas sobre si los destinos están **aprovechando proactivamente las oportunidades** para cualificar los modelos turísticos locales en diferentes entornos territoriales, y evolucionar hacia un verdadero turismo basado en la sostenibilidad, un objetivo prioritario.

En este contexto, el programa de Destinos Turísticos Inteligentes de la Secretaría de Estado de Turismo, desarrollado por SEGITTUR, aboga también por un cambio en el modelo turístico que contribuya al refuerzo de la competitividad y sostenibilidad de los destinos, que deben reunir las **capacidades necesarias** para poder actuar de manera coordinada y eficiente (gobernanza), empleando nuevas **fórmulas** para afrontar los nuevos desafíos del sector (innovación), aplicando las **tecnologías digitales** adecuadas para prevenir, reaccionar y aprender (tecnología), accesible para todos (accesibilidad) y desde un modelo de gestión turística sostenible (sostenibilidad).



“ Los destinos deben apostar por integrar en su toma de decisiones, en sus procesos internos y en la prestación de servicios turísticos una mayor intensidad de conocimiento ”



La innovación como eje estratégico de los Destinos Turísticos Inteligentes

En el panorama recién dibujado, la competitividad de los destinos exige desarrollar estrategias que incorporen la innovación como un factor crítico (Teixeira y Ferreira, 2018; Tugores y García, 2015), apostando por integrar en su toma de decisiones, en sus procesos internos y en la prestación de servicios turísticos una mayor intensidad de conocimiento.

A este respecto, desde el **Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes** se propone una **metodología para los entes gestores donde la innovación representa uno de sus ejes estratégicos; una metodología que reconoce que para que un destino pueda consolidarse y posicionarse como “inteligente”, necesariamente deberá ser un destino innovador, abierto al cambio, que promueva la mejora**

continua de sus procesos, y que aproveche las ventajas de la introducción de herramientas tecnológicas que faciliten la consecución de sus objetivos.

El eje de innovación turística del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes pivota en torno a tres ámbitos de actuación:



Gobernar la innovación

El propósito de los destinos debe ser gobernar la innovación de forma estratégica y coordinada con transversalidad y luces largas, realizando las transformaciones organizativas e instrumentales necesarias para potenciarla y dotándose de recursos suficientes para llevarla a cabo. En este ámbito destaca la apuesta del Modelo DTI por el fomento de la innovación abierta, apoyando la colaboración con agentes del ecosistema innovador asociado al destino en la identificación de retos y necesidades no cubiertas en materia turística y, más importante todavía, en la co-creación de respuestas innovadoras a dichos retos.

Actividades de innovación

Este ámbito aborda cómo se concreta en el destino la gestión de la innovación en actividades que redunden en el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos, en nuevos procesos incorporados en las funciones de la entidad local y en la aplicación de la innovación a la resolución de problemáticas sociales en el destino. Además, en lo relativo a este ámbito, el Modelo DTI apuesta por destinos que conocen el valor de la innovación y evalúan su impacto para que residentes y visitantes perciban los beneficios de los esfuerzos.

Ecosistema innovador

El reto en este ámbito pasa por la capacidad de los destinos de generar las condiciones para facilitar el desarrollo de proyectos innovadores que puedan

ser puestos en marcha por parte del sector, siendo necesario para ello conocer las capacidades reales para la innovación con las que cuenta el territorio e impulsar programas específicos para reforzarlas.

1.2 Nuevos instrumentos y drivers para el impulso de la innovación en los Destinos Turísticos Inteligentes

Un contexto caracterizado por la apuesta por políticas públicas de innovación

Las entidades locales, independientemente de su tamaño, poseen la capacidad de incidir en el territorio y, por ende, en los destinos turísticos a través de la aplicación de diferentes políticas en los múltiples ámbitos que impactan en ellos.

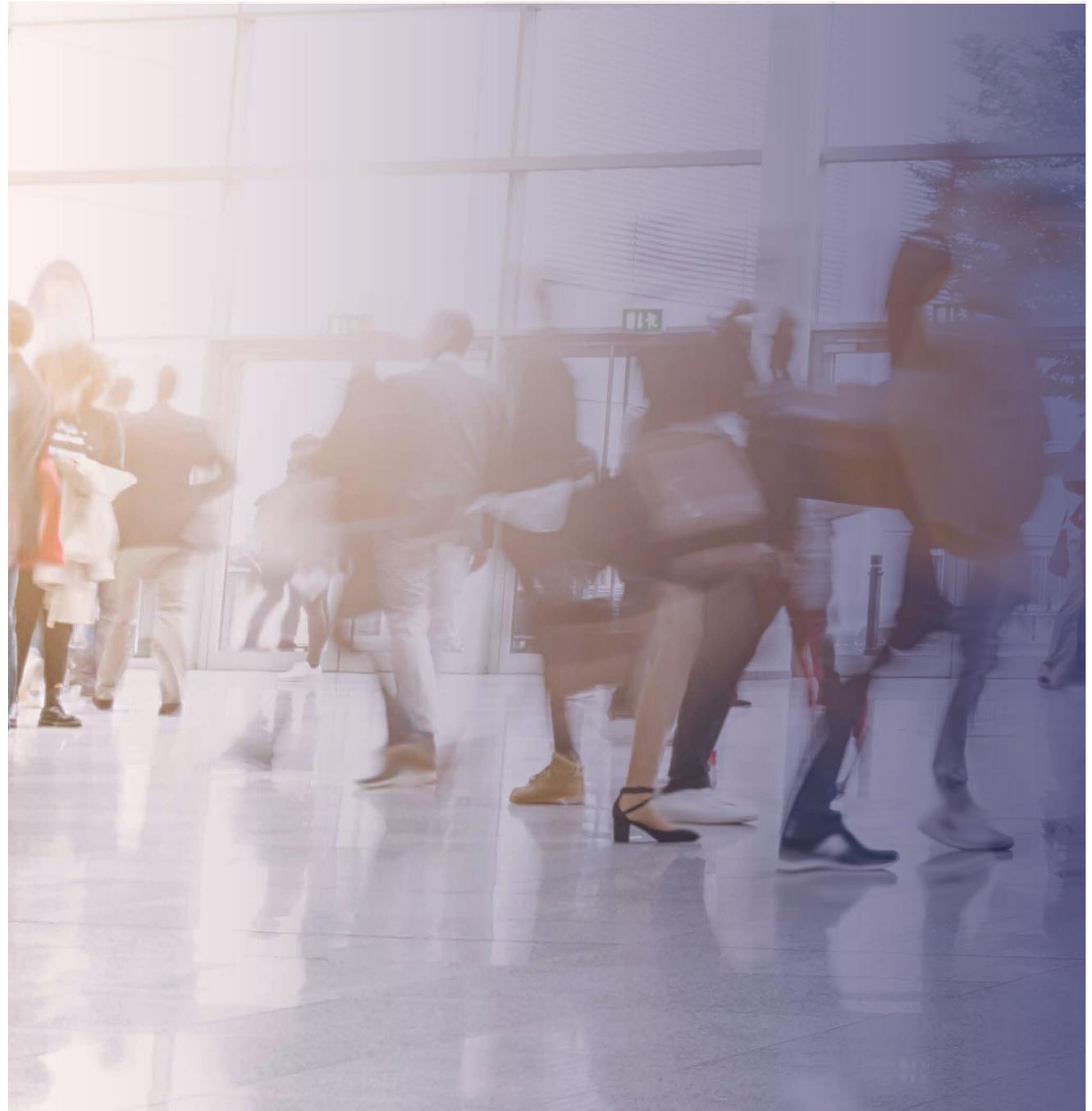
Esta capacidad de incidencia se materializa en la actualidad en gran medida a través de las **políticas de innovación** que, en su triple rol de gobernar la innovación, fomentar actividades innovadoras e impulsar y dinamizar ecosistemas innovadores, suponen una poderosa herramienta. En este sentido, la innovación en el ámbito local no es algo nuevo, pero sí lo es el progresivo establecimiento de **marcos e instrumentos** que actualmente permiten que la experimentación desde lo público se haga con todas las garantías posibles y con el mayor potencial de éxito posible.

“ Actualmente, los destinos tienen a su disposición nuevos instrumentos y drivers de apoyo a la innovación pública con gran potencial para su aplicación al ámbito turístico ”

Tal es así que la reforma de la **Ley de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación**, de septiembre de 2022, incluye en su artículo 2.f el compromiso de *“promover la innovación pública, entendida como aquella innovación protagonizada por el sector público y, en particular, la capacidad de experimentar en política pública, diseñar intervenciones basadas en evidencias – especialmente científicas–, regular atendiendo al impacto normativo en innovación, desarrollar bancos de pruebas y desplegar una contratación pública comprometida con la incorporación de soluciones innovadoras y de I+D”*.

En esta línea, y acelerado por múltiples factores, entre los que destacan los desarrollos normativos específicos, una mayor inclinación en favor de los mecanismos de colaboración público-privados o la generalización de retos urbanos cada vez más complejos, se ha producido una **proliferación de nuevos instrumentos y drivers de apoyo a la innovación pública**, que pueden ser aplicados al ámbito turístico por parte de las administraciones.

A continuación, se realiza un recorrido por los principales instrumentos y facilitadores de la innovación de carácter más disruptivo, muchos de los cuales presentan un gran potencial de aplicación desde la perspectiva de la innovación turística que promueve el Modelo de Destinos Turísticos Inteligentes.





Instrumentos y drivers para el impulso de la innovación

Instrumentos de impulso de la innovación desde la perspectiva estratégica y de gobernanza

Misiones de Innovación

El Programa Horizonte Europa incluye entre sus principales innovaciones el lanzamiento de **Misiones** como una nueva forma de implementar la I+D+I con un impacto social y económico en áreas de interés para la UE y su ciudadanía.

Emulando a lo que se hizo en los años sesenta en Estados Unidos con su Misión a la Luna, una Misión de Innovación se define como una **cartera de acciones transdisciplinares basada en la I+D+I** con un plazo determinado destinada a alcanzar una meta audaz e inspiradora, a la vez que cuantificable, que tiene un impacto en la sociedad y la formulación de políticas y

es pertinente para una parte importante de la población europea.

En concreto, en el nuevo Programa Horizonte Europa se han definido las siguientes 5 Misiones de Innovación:



Entre todas ellas, y siempre desde la perspectiva del turismo, es necesario poner el foco en las siguientes:

- Misión Ciudades, que aspira a lograr la neutralidad climática de 100 ciudades europeas en 2030 mediante el despliegue de proyectos piloto y soluciones para avanzar hacia un modelo de ciudad neutra en carbono.
- Misión Adaptación al Cambio Climático, cuyo objetivo es acelerar la transición hacia una Europa resiliente y preparada para el cambio climático, capacitando a la ciudadanía, las comunidades y las regiones europeas.

El sector turístico, desde todos los componentes de su cadena de valor, se encuentra en la obligación de contribuir de forma determinante en la mitigación de los impactos ambientales. Para ello, se hace necesario promover e impulsar desde el sector y la administración pública la ejecución de acciones orientadas a disminuir la huella ecológica dentro de la actividad turística y virar hacia modelos y destinos turísticos más sostenibles y resilientes.

Innovación abierta

La complejidad de los retos a los que se enfrentan las administraciones locales ha dado lugar a la progresiva incorporación de nuevos actores institucionales y no institucionales a los procesos de diseño y de implementación de las políticas turísticas, profundizando así en los procesos y dinámicas de una nueva gobernanza bajo la lógica de que el esfuerzo ha de ser compartido.

En línea con esta nueva gobernanza, los destinos turísticos son concebidos en el Modelo DTI como espacios abiertos a la innovación. Como tales, deben ser capaces de operar bajo **el paradigma de la innovación abierta y colaborativa**, favoreciendo que el conocimiento fluya entre los distintos actores y niveles. Para ello, es necesario proveer de **espacios para que todos los agentes impulsores de la innovación turística puedan generar sinergias e interconectarse e interrelacionarse**.

De esta manera, se facilita y se potencia la aplicación de la innovación a la propia gestión turística del territorio y a los productos y servicios en los que se concreta, favoreciendo la co-producción, generando nuevas formas de relación en los distintos actores, posibilitando el surgimiento de alianzas y redes para la innovación, mejorando la capacidad de detectar oportunidades y minimizar riesgos, y creando nuevas capacidades innovadoras en el destino.

Innovación social

El trabajo en esquemas de innovación abierta y la nueva co-gobernanza multinivel suponen un cambio sistémico **en la implicación ciudadana y social en los procesos de identificación tanto de los grandes retos a los que se enfrentan los destinos como de las posibles soluciones para afrontarlos**.

Emerge aquí la importancia de la **innovación social** como aquella consistente *“en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público... o en producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad... capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son, por tanto, al mismo tiempo innovadoras en sí mismas y útiles para capacitar a la sociedad a innovar...”* (Comisión Europea, Estrategia Europa 2020, Iniciativa Unión por la Innovación).

Desde la perspectiva de la gestión turística, la innovación social presenta un importante potencial para abordar problemáticas derivadas de la presión que ejerce el turismo en el territorio, permitiendo la participación de distintos agentes en la formulación y ejecución de las soluciones con el objetivo de generar a través de la innovación un modelo turístico más equitativo y justo.



Instrumentos de impulso de la innovación desde la contratación pública

Compra Pública de Innovación

La **Compra Pública de Innovación (CPI)** es una actuación administrativa que promueve el desarrollo de nuevos mercados basados en la I+D+i desde la demanda, mediante la compra de productos y servicios innovadores por parte de organismos públicos. Se trata de un instrumento que busca satisfacer una necesidad que no está cubierta en el mercado y cuya solución requiere de un carácter innovador, por lo que no puede adquirirse mediante un proceso de compra ordinario.

Así, frente a la compra pública tradicional, en la que se reduce el objetivo de las Administraciones Públicas a lo que existe en el mercado y en la que generalmente aquellas propuestas con mayor descuento económico son las seleccionadas (bajo la lógica de "dime que quieres y te diré que tengo"), la Compra Pública de Innovación anima a la Administración Pública a realizar una compra inteligente que se adapte a sus necesidades, haciendo que el mercado tenga que subir su propuesta de valor para conseguir alcanzar los objetivos (cambio de paradigma a "dime qué quieres y vemos cómo lo podemos hacer").

Existen diferentes tipologías de CPI según el grado de madurez de la innovación que se quiera atender:



Compra Pública Precomercial (CPP) - Es una contratación de servicios de I+D en la que el comprador público no se reserva los resultados de I+D para su uso en exclusiva, sino que comparte con las empresas los riesgos y los beneficios de la I+D necesaria para desarrollar soluciones innovadoras que superen las que hay disponibles en el mercado.



Compra Pública de Tecnología Innovadora (CPTI) - Consiste en una compra pública de un bien o servicio que no existe en el momento de la compra, por lo que requiere del desarrollo de tecnología nueva o mejorada para poder cumplir con los requisitos demandados por el comprador.

Y, asimismo, también se debe hacer mención a la figura de la **Asociación para la Innovación (API)** que, según la Ley de Contratos del Sector Público, supone un procedimiento de adjudicación cuya principal característica es que engloba la fase de CPI – ya sea CPP o CPTI – y la fase de despliegue. Esto es, permite el encadenamiento de un proceso de compra precomercial y el posible contrato posterior de despliegue mediante un solo procedimiento.

La Compra Pública de Innovación tiene un gran potencial para los destinos, que pueden apoyarse en este instrumento para mejorar la prestación de sus servicios públicos en turismo, adquiriendo para ello soluciones innovadoras.



Instrumentos de impulso de la innovación mediante la dinamización de iniciativas de experimentación y testeo público-privadas

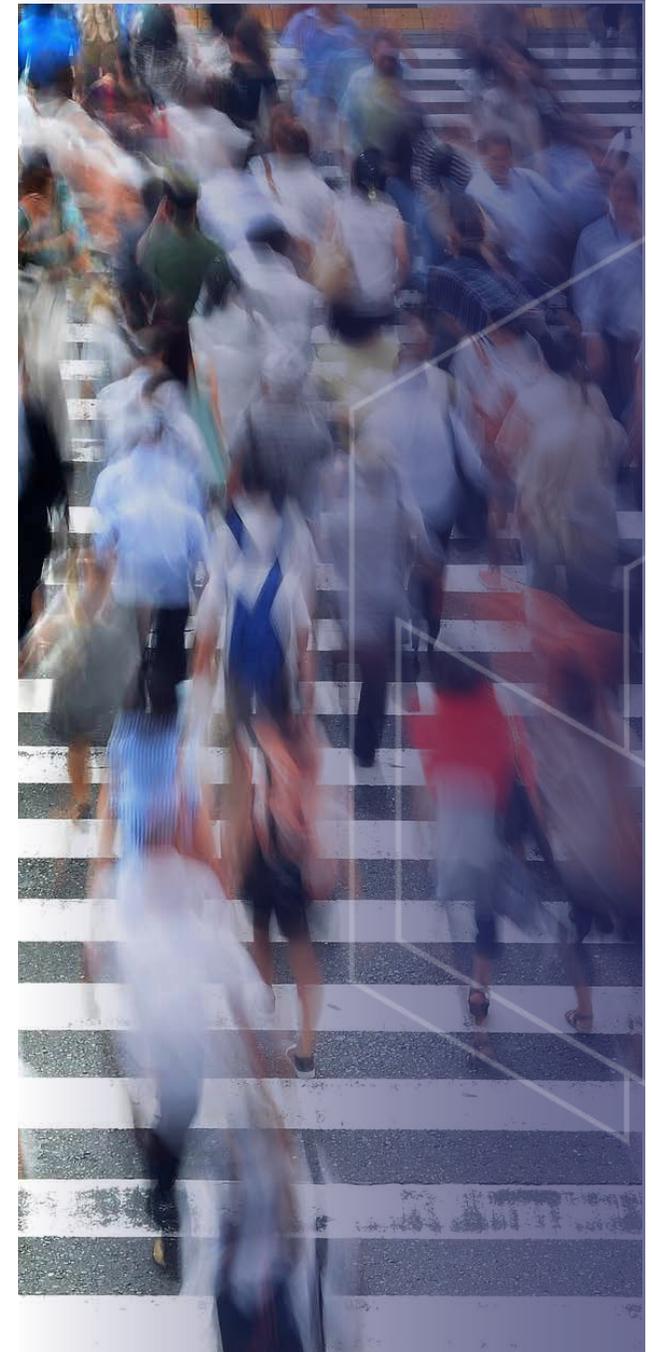
Laboratorios urbanos

Los laboratorios urbanos son **espacios de ideas, empleados de forma permanente o temporal, que ayudan a los territorios a encontrar soluciones multisectoriales** en el mundo tan complejo y dinámico en el que vivimos. Son una forma inteligente para mejorar las ciudades probando diferentes combinaciones de escenarios. Así, si uno de estos escenarios prospera y alcanza sus objetivos, se repite en otras zonas e, incluso, en otras ciudades. En ellos la **innovación, el co-diseño, la experimentación, y las lecciones aprendidas** son los elementos clave para impulsar la transformación del desarrollo urbano sostenible a partir de ideas disruptivas, escalables y replicables.

Se enfocan en proyectos de demostración y pruebas de concepto, siguiendo un proceso de resolución de problemas, basados en la experimentación urbana

y el pensamiento de diseño, todo ello bajo una visión intersectorial y con una elevada participación de agentes del ecosistema innovador de cada ciudad o territorio. Es común **utilizar nuevas tecnologías**, normalmente disruptivas, para comprobar su uso y aplicación, además de ofrecer a diferentes agentes la posibilidad de testearlas en un ambiente controlado, seguro y de bajo riesgo y coste.

Son ya numerosas las iniciativas que tratan de impulsar la filosofía de experimentación innovadora de laboratorios urbanos que se identifican a escala estatal, de diversas características (multisectorial o especializados; vinculados únicamente a la innovación tecnológica o impulsores de las distintas hélices de la innovación, etc.) y tamaños. Algunos de ellos, de hecho, **encuentran en el turismo su núcleo**, como el Benidorm Smart Destination Living Lab, que tiene como objetivo medir todos los impactos de los ejes del DTI y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se han producido en el territorio.





Sandbox

Un **Sandbox** es un espacio de ideación y experimentación conjunta dentro de un entorno seguro y regulado, que permite a agentes de innovación (empresas, centros de investigación, etc.) diseñar soluciones innovadoras en forma de nuevas tecnologías, productos o modelos de negocio que superen las barreras existentes en el “mercado real”. De esta forma, entre las funciones de un Sandbox destacan las siguientes: generar espacios de experimentación controlados que permiten innovar de manera colaborativa; mitigar o adaptar la carga regulatoria, profundizar en elementos desconocidos; y minimizar riesgos. Estamos, por tanto, ante una nueva forma de colaboración público-privada en la que, desde lo público, se abre un espacio de pruebas para trabajar con el tejido empresarial y la población con el propósito de encontrar el equilibrio entre una limitante y ardua normativa, la innovación tecnológica y social y novedosos

modelos de negocio con gran proyección de implantación.

Estos espacios de pruebas han tenido hasta el momento especial relevancia en el mundo ‘fintech’ (fintech es un sector integrado por empresas que utilizan la tecnología para mejorar o automatizar los servicios y procesos financieros), donde existe una acuciada necesidad de desarrollar marcos regulatorios para modelos emergentes. Sin embargo, paulatinamente se identifica una extrapolación a otros sectores como el **energético** (Real Decreto 568/2022, de 11 de julio, por el que se establece el marco general del banco de pruebas regulatorio para el fomento de la investigación y la innovación en el sector eléctrico) o, incluso, a **tecnologías emergentes** concretas (Piloto de Sandbox de Inteligencia Artificial financiado con fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia).

En paralelo, existen ya las primeras referencias en España de los denominados **Sandboxes Urbanos**, esto es, los que son impulsados por Administraciones Públicas Locales desde una perspectiva normalmente multisectorial y multiámbito bajo el desarrollo de instrumentos regulatorios de su competencia, como pueden ser convenios u ordenanzas. En este grupo destacarían, por ejemplo, el Sandbox de Valladolid, el Sandbox Urbano de València o el Sandbox Urbano de Alcoi.

A nivel turístico, el desarrollo de esta herramienta podría permitir a los entes gestores identificar cómo integrar en los destinos los conocimientos y capacidades del sector privado para desarrollar marcos normativos en un entorno y en un sector tan dinámico y cambiante como es el turismo.

1.3 Herramientas y facilitadores de la innovación en el modelo DTI. La Plataforma Inteligente de Destinos

La Secretaría de Estado de Turismo, está desarrollando una serie de herramientas facilitadoras para el impulso de la innovación en el sector turístico y para el impulso del modelo DTI. La principal acción es la **Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030** impulsando la sostenibilidad en su triple vertiente: la digitalización; la cohesión social; la cohesión territorial, con el objetivo de consensuar con los principales agentes del sector un modelo decrecimiento turístico para los próximos años basado en 6 principios fundamentales: sostenibilidad socio económica del turismo; sostenibilidad ambiental y cultural; amplificar los impactos locales positivos del turismo; participación y gobernanza; adaptación permanente; liderazgo responsable. La Estrategia aspira a ser una hoja de ruta integradora de toda la cadena de valor del sector turismo español en el horizonte 2030. Se desarrolla en torno a 8 palancas singulares para las que se establecen objetivos, instrumentos e indicadores. Siendo la palanca 7 **"Impulso a la digitalización"** donde se incardina el objeto del presente contrato, que supone un elemento fundamental para la consecución de objetivos, la implantación de los instrumentos y el seguimiento y evaluación de los indicadores identificados en dicha palanca.

El ministerio de Industria, Comercio y Turismo publicó

en junio de 2022 el **Plan de modernización y competitividad del sector turístico**, que se corresponde con el componente 14 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España y se organiza en torno a cuatro grandes ejes convertidos en sus inversiones principales:

- Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad.
- Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico.
- Estrategias de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares.
- Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad.

La inversión para la transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad tiene como objeto implementar actuaciones de impulso de la sostenibilidad turística en su triple vertiente: medioambiental, socioeconómica y territorial; beneficiando a los destinos turísticos, a los agentes sociales y a los operadores privados del sector. esta inversión se articula sobre las siguientes actuaciones:

- **Transformación del Sistema de Calidad Turística Español (SCTE) hacia un Sistema de Sostenibilidad Turística Integral (SSTI)**. El cual partiendo del actual Sistema de Calidad Turística Español (SCTE) y del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), cree un sistema que coordine todos los programas dependientes de la SETUR para la incorporación de criterios y requisitos

de sostenibilidad, transformando los programas actuales ampliando y mejorando su estructura y alcance y estableciendo un modelo de vinculación e interacción de todos los subproyectos que lo conforman. Este sistema facilitará la implantación de buenas prácticas más sostenibles en destinos y empresas turísticas y coordinará la alineación de los esfuerzos realizados por los distintos programas de la SETUR para llegar a todas las partes del ecosistema turístico y los diferentes agentes participantes.

- **Reingeniería de la plataforma tecnológica para la gestión del Sistema de Sostenibilidad Turística Integral**. Esta actuación comprenderá el desarrollo de los servicios tecnológicos para facilitar la transición al Sistema de Sostenibilidad Turística Integral (SSTI). Ofreciendo una serie de herramientas tecnológicas que den cobertura a la gestión de los diferentes proyectos que compondrán el SSTI, que incluirá su modelo de distinción, el sistema de formación y la interacción con los DTI y facilite la gestión de los diversos procesos que deben realizar, procediendo al establecimiento de protocolos de comunicación entre diversas tecnologías y proyectos.
- **Capacitación de profesionales en innovación, calidad, accesibilidad, gobernanza y sostenibilidad**. Esta acción plantea la creación de un programa formativo, tomando de partida el sistema de formación Anfitriones, para logara un mayor alcance, ampliando y mejorando su catálogo formativo, orientando su contenido hacia las materias recogidas en un "Marco de



competencias Turísticas” para profesionales del sector y hacia la sostenibilidad, innovación, calidad, accesibilidad y gobernanza, apoyando, entre otras acciones formativas aquellas que faciliten la adopción del SSTI, el impulso de los DTI y el aprovechamiento de la PID

El Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico tiene como objetivo acelerar la adquisición de **nuevas tecnologías digitales** para la mejora de la **gestión de los destinos y la competitividad de las empresas turísticas**. Este programa se articula sobre dos principales actuaciones:

- Plan de Transformación Digital de Destinos Turísticos.
- Plan de Transformación Digital de Empresas turísticas a través de la Inteligencia Artificial y otras tecnologías habilitadoras.

El **Plan de Transformación Digital de Destinos Turísticos**,

se corresponde con la submedida 1 de la Inversión 2 del componente 14 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, tiene como objetivo principal desarrollar una **plataforma inteligente de destinos (PID)** que dote de interoperabilidad a la oferta de servicios públicos y privados al turista. Una plataforma que permita a todos los agentes relacionarse con el turista de manera digital, inteligente y escalable. Además, esta plataforma se diseñará de forma modular, de manera que se puedan ir añadiendo componentes de forma progresiva, y permitirá el desarrollo de nuevas soluciones compartidas, como servicios en la nube, beneficiando esas soluciones a destinos turísticos con necesidades y diagnósticos comunes. Este planteamiento propicia la reutilización de servicios, la rápida implantación en los destinos, la securización de los servicios prestados, a la vez que se logran economías de escala en la prestación del servicio.

La plataforma debe proporcionar servicios avanzados de análisis multidimensional, transformación y carga de

datos. Por otra parte, se proveerán servicios de análisis geográfico adaptado al territorio. Se integrarán servicios que permitan mejorar la interacción y comprensión del turista, como son la traducción automática o los sistemas conversacionales multicanal. Se aplicarán técnicas de inteligencia artificial y procesamiento de lenguaje natural para el desarrollo de estos servicios avanzados.

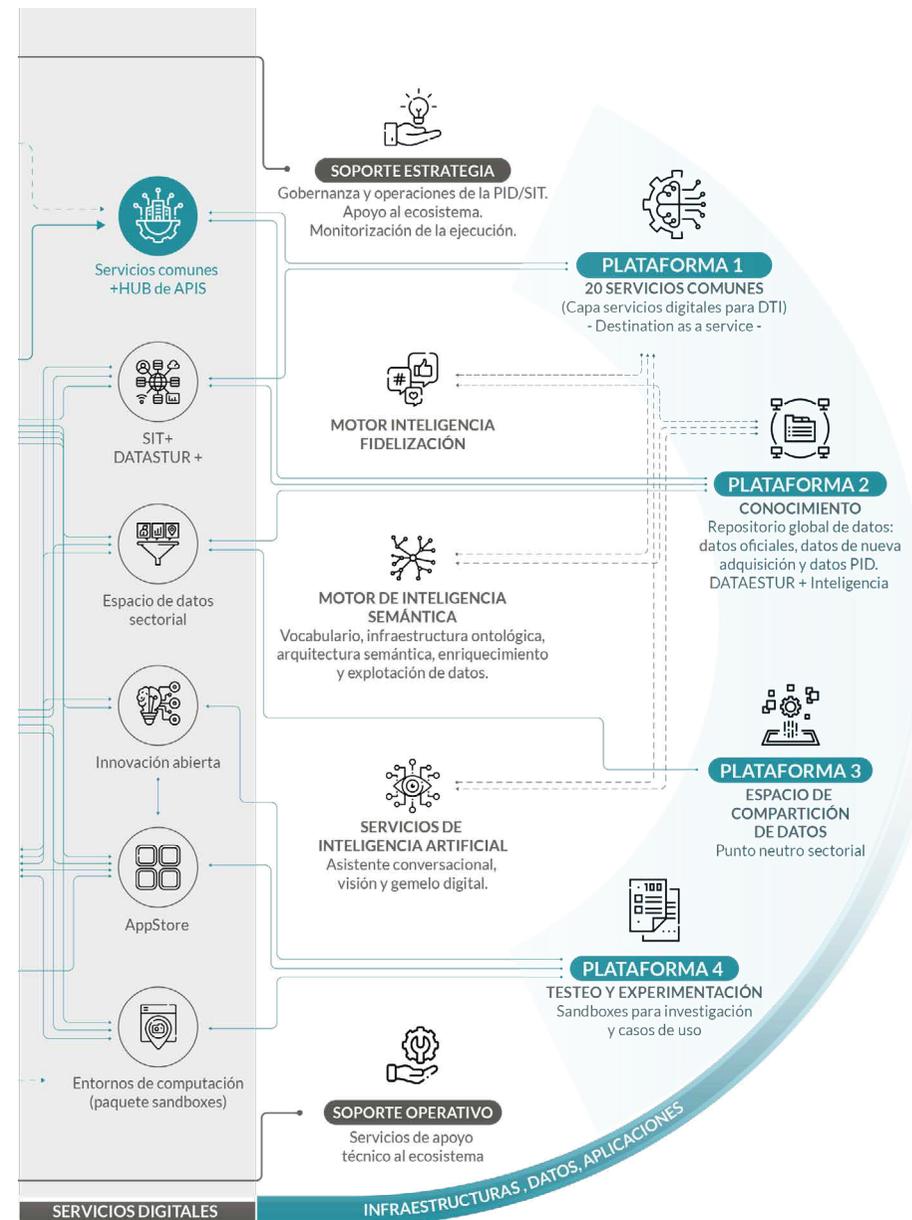
Los resultados de esta iniciativa se proyectan sobre los destinos turísticos miembros de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, el sector empresarial, el turista conectado y el sector tecnológico digital como una fuerza consustancial a la evolución del sistema turístico español, siendo los retos principales a resolver por la plataforma los siguientes: la gestión del turista conectado a lo largo del ciclo de viaje, la gestión pública turística local, las capacidades del destino y la gestión turística ante crisis sanitarias o de cualquier otra naturaleza.

Los trabajos relativos a la plataforma inteligente de destinos se van a articular sobre dos actuaciones diferentes:

- Contratación pública de un nodo central de la plataforma inteligente de destinos, que ofrecerá una serie de servicios turísticos comunes y creará una infraestructura de conocimiento de soporte a la transformación digital homogénea del sector.
- Actuaciones y/o convocatorias de ayudas a Destinos Turísticos Inteligentes para la implementación en los mismos de la PID, acceso a las funcionalidades de la misma, adaptación de sus plataformas preexistentes a la nueva PID u otras acciones que permitan su integración en la PID, y la implementación de estrategias de datos en los mismos.

El siguiente diagrama muestra la visión holística de las diferentes plataformas y servicios que formarán parte del nodo central de la plataforma inteligente de destinos:

Plataformas y servicios del nodo central de la PID



Fuente: Segittur



En el contexto de la contratación pública de un nodo central de la plataforma inteligente de destinos se pueden distinguir tres grupos de trabajos a desarrollar:

- Los vinculados con los servicios de **asesoramiento estratégico y apoyo a los destinos de la red DTI para su transformación digital**, que van encaminados a la definición e implantación de la estrategia de incorporación de los destinos a la PID y el modelo de relación entre los diferentes actores que forman parte de la misma, así como al soporte a la ejecución y control, coordinación y supervisión del diseño y desarrollo de la plataforma, y el soporte y acompañamiento a los destinos desde un punto de vista técnico para facilitar la transformación del destino en el ámbito digital, y coordinar y conseguir su interoperabilidad con el

nodo central de la PID.

- Los vinculados con los **servicios de soporte a la operación de la Plataforma Inteligente de Destinos**, que tienen por objeto la operación del software desplegado como parte del nodo central de la PID.
- Los vinculados con la **implementación y despliegue de los diferentes elementos tecnológicos del nodo central de la plataforma inteligente de destinos**, que tienen como finalidad la implantación del software necesario para el despliegue de los servicios comunes, así como la implantación de una plataforma de conocimiento que permita la agregación de los datos de los diferentes destinos de la red DTI, a través de los diferentes mecanismos de interoperabilidad que la PID ofrezca.

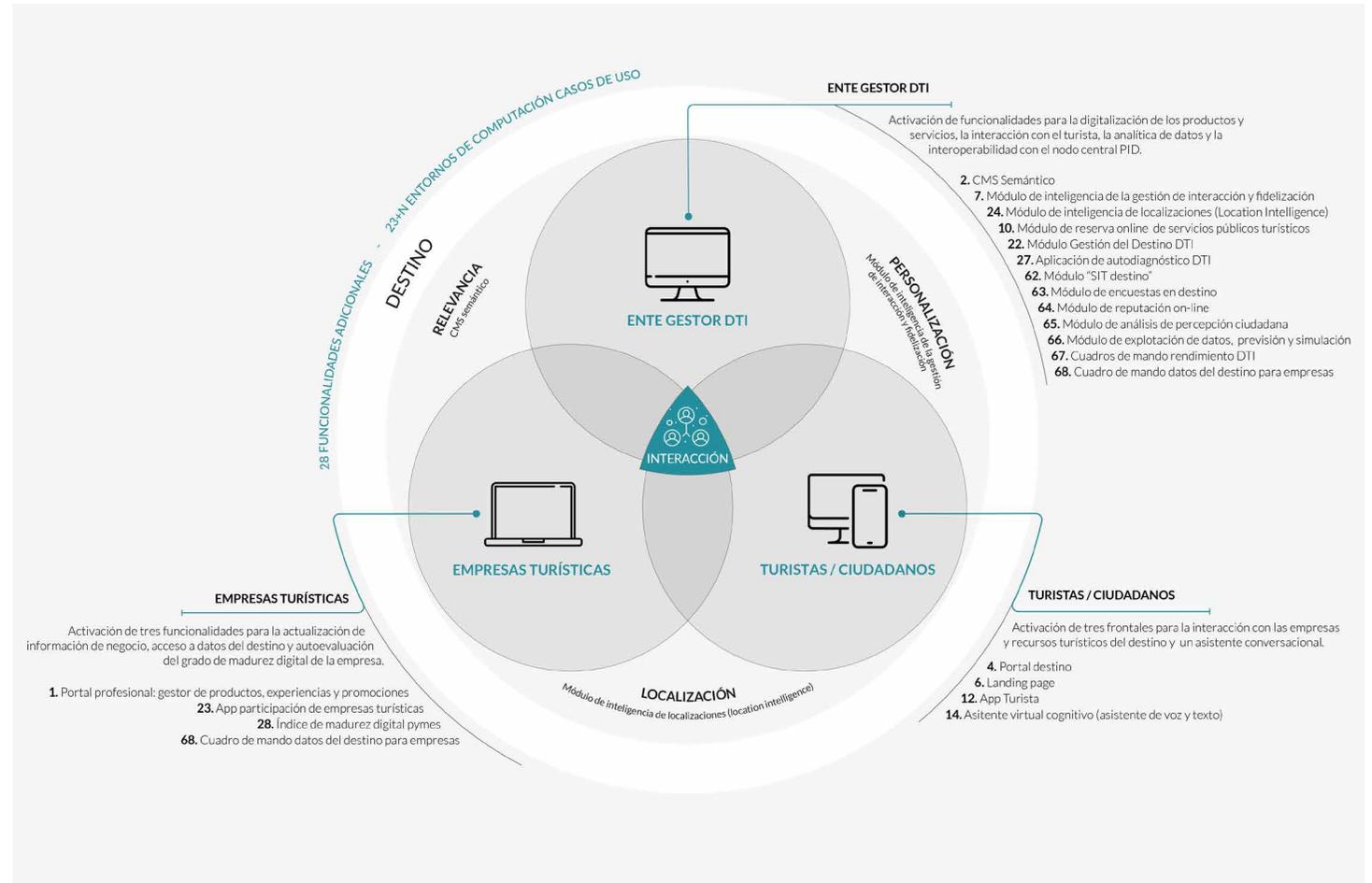
En este sentido las diferentes plataformas y servicios incluidos en el nodo central de la PID, indicadas en el diagrama previo, cumplen con los siguientes objetivos:

Plataforma 1: Plataforma de Servicios Compartidos – Capa de servicios digitales para DTI

Tendrá como misión la creación de un nodo de **interoperabilidad técnico y semántico** que permita la prestación de una serie de servicios a los diferentes actores del ecosistema turístico. Sobre la Plataforma de Servicios Compartidos se desplegarán los 20 **servicios comunes** a los diferentes destinos que sean usuarios de esta, bien a través de los interfaces de usuario que la propia plataforma ofrezca, bien a través de los diferentes mecanismos de interoperabilidad que se establezcan.

Modelo 20/68. Funcionalidades de la PID.
Plataforma Inteligente de Destinos.
Versión simplificada

“ Los servicios comunes van dirigidos a los diferentes actores del sector turístico ”



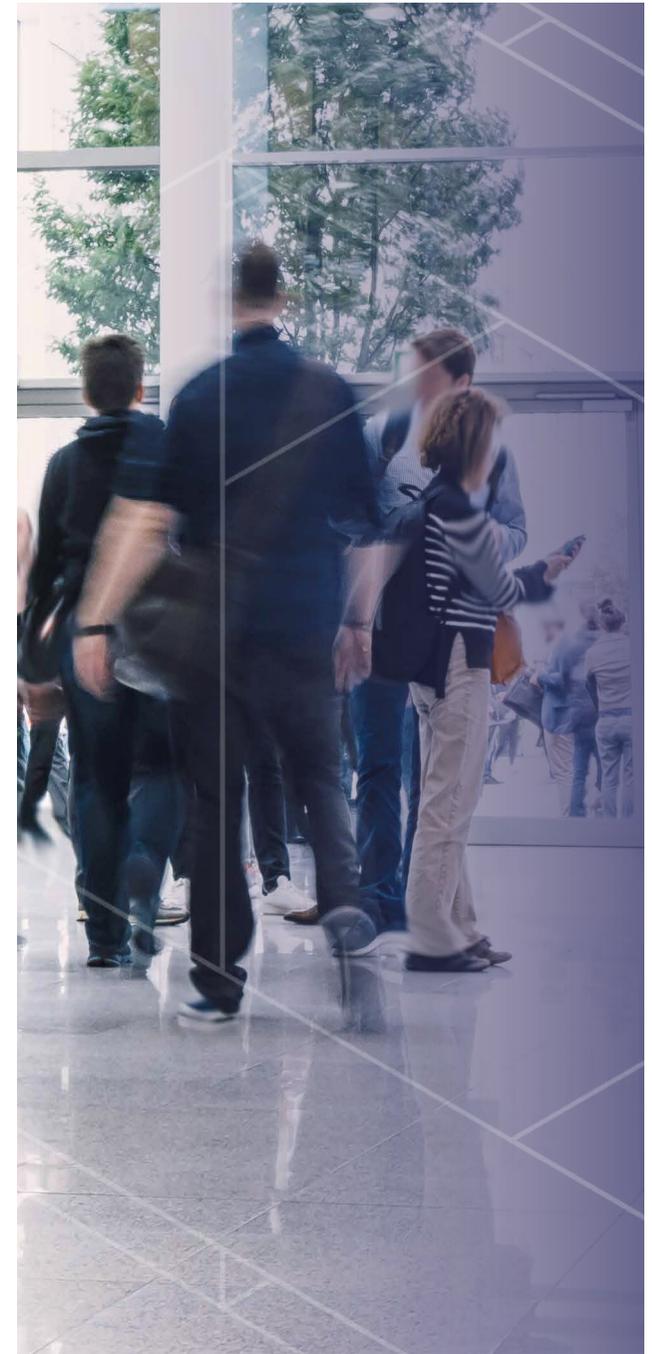
Fuente: Segitour

Plataforma 2: Plataforma de Conocimiento – SIT/ DATAESTUR

Tendrá como objetivo la creación de un nodo de agregación de datos que permita la prestación de servicios de inteligencia turística a los diferentes actores del ecosistema turístico, como Ciudades, Diputaciones, Cabildos y Consells de España (Destinos Turísticos Inteligentes), empresas y operadores turísticos privados y emprendedores. Se incluirán en esta plataforma todos los servicios de gestión del ciclo de vida del dato, así como todos aquellos necesarios para la gobernanza, y la visualización del dato, incluidos aquellos asociados a la georreferenciación, que pudieran necesitar los diferentes servicios y canales a los que al nodo central de la PID preste servicios, entre los que se encuentran los servicios comunes, y el **Sistema de Inteligencia Turística SIT**. El SIT es, en su esencia, una plataforma de datos, basada en el análisis exhaustivo de distintas fuentes de información y de herramientas para su tratamiento que ayuda y facilita la adopción de decisiones estratégicas mejor informadas por parte de los agentes y operadores privados del sector turístico en los destinos turísticos al servicio de sus procesos de gestión y comercialización de servicios turísticos. La información pública del SIT está disponible a través de DATAESTUR (www.dataestur.es) donde se recogen todas las fuentes relacionadas con el turismo que pueden ser consultadas en abierto por todo tipo de usuarios. DATAESTUR permite acceder a los datos más relevantes del sector del turismo de una forma fácil, mejorar la visualización para que sea más fácil entender los datos, poder compararlos con los de otros años y ver curvas de evolución y agregar a las fuentes clásicas, que son las que ya se vienen publicando por otras instituciones,

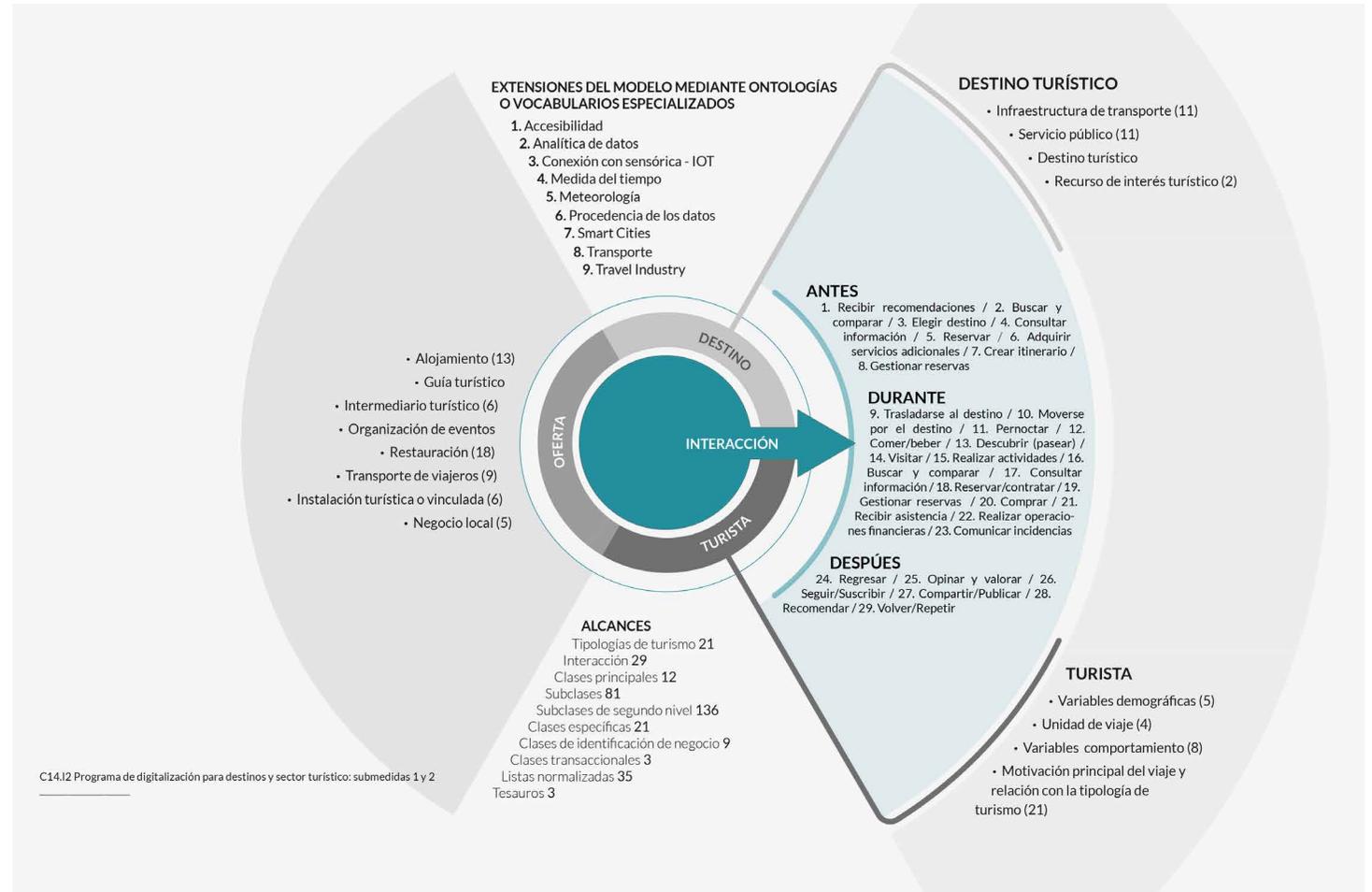
nuevas fuentes de datos públicas y privadas.

Así mismo será necesario desplegar servicios de analítica avanzada, predicción, inteligencia artificial, servicios cognitivos, y cualquier otro vinculado a la obtención de conocimiento a partir del dato.



Ontología de domino turismo.
 Modelo de interacción oferta-turista-destino.
 Versión simplificada

“ La ontología del sector turístico será una pieza clave para conseguir la interoperabilidad semántica ”



Fuente: Segittur

Plataforma 3: Espacio de Compartición de Datos del Sector Turismo

Tendrá como objetivo ser el punto neutro de una plataforma abierta del **espacio de compartición de datos** de turismo que permitirá crear un escaparate para la futura compartición de datos entre los diferentes actores del ecosistema de datos del sector turístico. Es importante destacar la necesidad de que la plataforma se construya asegurando la compatibilidad con el enfoque de estandarización que reflejan los esfuerzos de la comunidad internacional, así como de la Comisión Europea para implantar la Estrategia de Datos Europea y que están siendo materializados en iniciativas como los Espacios de Datos Europeos, e instituciones como DSBA (Data Spaces Business Alliance), Gaia-X o la Comisión Europea.

Plataforma 4: Plataforma de Innovación Abierta

Tendrá como misión la utilización de una plataforma **sandbox** de servicios de computación en la nube para la **innovación abierta** e I+D entre empresas, universidades, emprendedores y otros organismos con los destinos y las administraciones públicas. Dichos servicios, junto con otros que puedan proveer el ecosistema, podrán ser gestionados, provisionados y consumidos a través del **appStore** que formará parte de la plataforma.

Se propone la implementación de entornos de sandbox basados en tecnologías de contenedores, permitiendo la gestión de los éstos y de los recursos asignados. También el uso de una interfaz gráfica de usuario para explotar y analizar los datos de manera rápida y sencilla. Se propone el uso de capacidades de Machine Learning y

analítica avanzada para ayudar a los usuarios a descubrir patrones y relaciones en los datos. Los sandboxes podrían provisionar de forma automatizada los siguientes elementos por cada caso de uso patrocinado:

- Acceso al espacio de compartición de datos para que los integrantes del caso de uso puedan compartir datos de forma privada.
- Un entorno tecnológico aislado para el desarrollo y experimentación con una pila tecnológica provisionada configurada automáticamente lista para ser empleada, que incluya:
 - Servicios de computación base: Contenedores, registro de contenedores, gestor de API, monitorización de aplicaciones, pasarela de aplicaciones, bases de datos, servicio gestionado de http, cache distribuida, notificaciones push, pubsub, aplicaciones bajo código, visualización de datos.
 - Servicios de inteligencia artificial y analítica de datos.
 - Mecanismos automatizados para mover la solución desarrollada en el entorno de desarrollo al entorno de preproducción y posteriormente al entorno de producción una vez esté validado el producto final.
 - Integración para la publicación del caso de uso en el AppStore de servicios y aplicaciones.

Esta *Guía de buenas prácticas en innovación* presenta ejemplos concretos de cómo distintos destinos nacionales e internacionales se han apoyado en instrumentos de impulso de la innovación como los presentados para avanzar en el camino hacia su desarrollo inteligente.



2. Metodología y proceso de selección de las buenas prácticas

// Las buenas prácticas identificadas han sido validadas en colaboración con los destinos de la Red DTI en un trabajo de co-creación que enriquece los resultados de la guía //

Como se recoge en el capítulo anterior, las políticas e instrumentos de impulso de la innovación suponen un factor tractor del desarrollo a todos los niveles en la esfera local, ofreciendo grandes oportunidades para la gestión turística. Este compendio de buenas prácticas tiene por objetivo presentar la forma en la que **distintos destinos turísticos están abordando su apuesta por la innovación** a través de estrategias, iniciativas y acciones concretas.

Para la elaboración de esta guía se han identificado más de 180 actuaciones, a partir de las cuáles se ha realizado una selección aplicando criterios para priorizar su carácter innovador, su replicabilidad, su alienación con los ODS y su implantación efectiva. Además, en la elección se ha tenido en cuenta cómo las iniciativas contribuyen a **avanzar en el cumplimiento de la metodología DTI para el eje de innovación**, tratando de recoger buenas prácticas para ilustrar cada uno de los requisitos que evalúa el modelo en este eje.

La selección realizada ha perseguido también un **equilibrio entre destinos**, en términos de tamaños poblacionales, distribución geográfica y categorías (cultural y urbano, playa, naturaleza y deporte o nicho).

Las iniciativas identificadas han sido, además, **validadas con los destinos de la Red DTI**, en un trabajo de co-creación que enriquece en sí mismo los propios resultados de la guía.

El fruto de este trabajo es la selección de las **38 buenas prácticas** presentadas en esta publicación, correspondientes a **35 destinos**, fundamentalmente españoles, pero también de países adicionales, como Francia o Grecia.

La información de las actuaciones se recoge en las correspondientes fichas, dando una visión completa de cada una de ellas, presentando una descripción de cada iniciativa, y ofreciendo detalles sobre los impactos generados, las tipologías de agentes involucrados o los colectivos destinatarios.

Tipo de destino



Cultural y urbano



Naturaleza y deporte



Nicho



Playa

Destinatario



Administración y gobierno



Proveedor de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Centros de investigación



Ciudadanía



Clúster



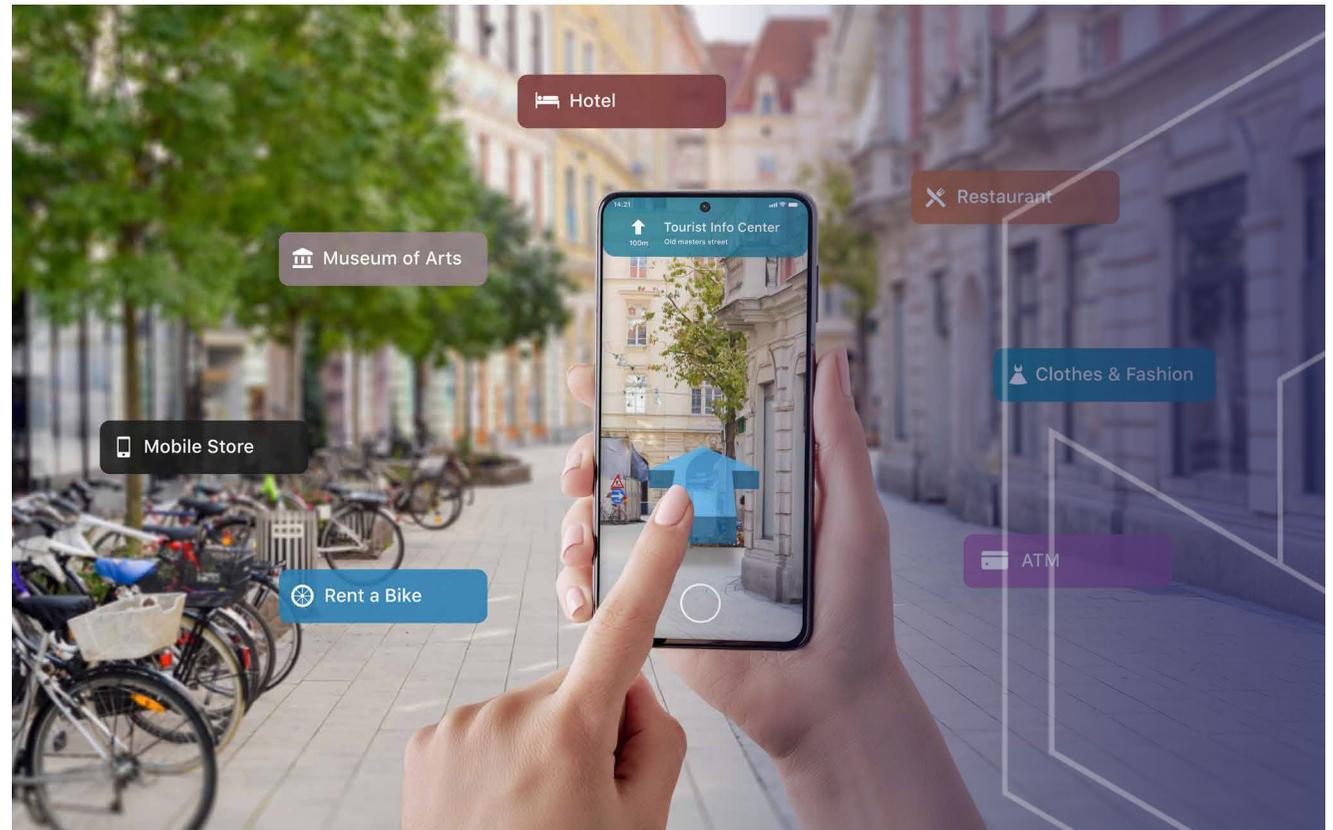
Sector privado



Universidades



Otras administraciones públicas



Esperamos que estas actuaciones sirvan de orientación e inspiración para que todos los actores involucrados en la gestión turística comprendan a partir de historias de éxito que apuestan por la innovación cómo poder emplearla como herramienta para afrontar sus desafíos y como palanca de cambio para la creación de valor: ahorrando tiempo y recursos, simplificando gestiones y procesos, mejorando la experiencia del turista, aumentando la calidad de vida de la población residente en el destino y, en definitiva, acrecentando la competitividad empresarial y la del destino en su conjunto.

Agradecemos la colaboración de todos los que han participado en la elaboración de esta guía, especialmente de los destinos de la Red DTI, sin cuyas aportaciones esta publicación no hubiera sido posible.

A continuación, se presenta una infografía resumen de todas estas buenas prácticas como antesala al detalle en formato ficha de cada una de ellas.

Buenas prácticas de Innovación en los DTI

Estrategias y sistemas de gestión de la innovación

- Herramienta M-Vial - Málaga
- Logroño Enópolis 2022-2025 - Logroño
- Plan Estratégico y de Innovación 2018-2023 - Segovia
- Plan Director de Innovación - Santander
- Sistema de gestión de I+D+i - Benidorm

Recursos públicos para la innovación

- CPI en turismo - Benidorm
- Haid Impulsa - Gijón/Xixón
- Presupuestos para la innovación - Valladolid

Fomento de la innovación abierta

- Cátedra Climent Guitart - Lloret de Mar
- Cívímetro - Puerto de Rosario
- CoE in Tourism Innovation - Barcelona y Vila-Seca
- Donostia-DSS WeekINN - Donostia - San Sebastián
- Global Impact Summit - Málaga
- Hub Murcia - Murcia
- Jornadas ON Innovem - Castelldefels
- Milla del Conocimiento Margarita Salas - Gijón/Xixón

Impulso del ecosistema emprendedor innovador

- Encuesta de necesidades de formación en innovación - Adeje
- Escuela de innovación rural - Castropol
- Ecosistema de emprendimiento e innovación en turismo - Valencia/València
- Ponferrada Innova - Ponferrada

Impulso de la innovación social

- Co-Athens - Atenas
- Josity - Puerto de la Cruz
- Marbella Innovación Social - Marbella
- Regeneración social y turismo en el barrio de Albaicín/Albayzí - Granada

Innovación en procesos

- Decision Making - Costa del Sol
- Gijón Data Lab - Gijón/Xixón
- Inbound Marketing - Valencia/València
- Oficina de Turismo digitalizada e innovadora 24 horas - Caravaca de la Cruz
- OMAC Digital - Elche/Elx
- Semana Santa Segura - Sevilla

Innovación en productos y servicios turísticos

- Creacity - Bayona, Hondarribia y Pamplona
- Rutas BTT - Teruel
- The Silent Route - Comarcas de Andorra - Sierra de Arcos y Maestrazgo

- Ponferrada City Lab - Ponferrada
- Programa Destinos Turísticos Pioneros - Torremolinos
- Capital Europea de Turismo Inteligente 2023 - Sevilla
- Ti-Lab, Laboratorio de Turismo Inteligente - Torrevieja
- Welcome City Lab - París



Lloret de Mar

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Asociaciones



Sector
privado



Universidades

Cátedra Climent Guitart

La universidad como agente clave en la transferencia del conocimiento y espacio innovador turístico

Ante los ambiciosos y apasionantes retos que tiene por delante el sector turístico, se hace cada vez más necesario abordarlos a través de redes de amplios agentes colaboradores. De ahí la importancia de potenciar entre otras competencias la transferencia del conocimiento, constituyendo un ejemplo de ello las cátedras universitarias como instrumento imprescindible para impulsar los procesos de innovación más necesarios y dar respuesta a las diversas demandas ciudadanas.

El conocimiento puede entenderse como una mezcla de experiencia, valores, información y saber hacer (*know-how*), que sirve como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información y es útil para la acción.

Consciente de ello, Lloret de Mar, como un destino altamente competitivo y de gran bagaje turístico, ha creado la Cátedra Climent "Orientación, Innovación y competitividad del turismo de Costa" en colaboración con la Universidad de Girona y la Fundación Climent Guitart. Esta Cátedra tiene por objetivo impulsar y poner en valor la transferencia de conocimiento turístico, tanto a nivel nacional como internacional, y especialmente de la costa gerundense, de cara a orientar estrategias de futuro del sector e innovar a partir de la investigación aplicada para mejorar su competitividad.

La Cátedra Climent Guitart, con una duración de 4 años, con sede permanente en Lloret de Mar, es una apuesta para el impulso del ecosistema innovador de la ciudad y un ejercicio de gobernanza público-privada que contribuye a transformar la ciudad, dotando a los principales agentes de una mayor profesionalización, conocimientos y herramientas de acción.

Una de las principales misiones de esta acción es la formación y promoción de profesionales del sector, el emprendimiento, la solidaridad y la cultura, con la generación de actividades que ayuden a mejorar el impacto del turismo de forma sostenible y responsable.

Impacto

- Celebración en junio de 2022 de la 1ª edición de los Premios Lauretum, contando con la participación de 7 centros educativos de Lloret de Mar, 66 estudiantes y 32 trabajos candidatos a premio de entre los estudiantes de Primaria, Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato de los centros educativos de Lloret de Mar.
- Celebración en marzo de 2023 de la 1ª edición del Foro de Destinos Turísticos de Costa, con la presencia de profesionales del sector empresarial, representantes técnicos y políticos de la Alianza de Municipios de Sol y Playa, 35 académicos, 9 universidades y 11 Cátedras universitarias de diferentes puntos de España.

Benidorm

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Sector
privado

Certificación del sistema de gestión de I+D+I de la Fundación Visit Benidorm

Apuesta por la normalización para la mejora de la gestión de la innovación

A partir de ser elegida ciudad piloto para que Segittur testara la Norma UNE 178501:2018 de Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos Inteligentes, el Ayuntamiento de la ciudad ha seguido trabajando en esa línea y contribuyendo al desarrollo de la vigilancia tecnológica y de la inteligencia competitiva en el seno de la ciudad. A través de la Fundación Visit Benidorm, en calidad de ente público-privado encargado de la gestión y promoción turística de la ciudad, y en colaboración con la Asociación Empresarial Hotelera y Turística de la Comunidad Valenciana (HOSBEC), se ha continuado trabajando en adaptar al modelo turístico los nuevos paradigmas de la gestión de la promoción del destino, así como en la promoción de un modelo de turismo medioambientalmente satisfactorio y comercialmente dinámico.

En esta misma línea y, gracias a todos los desarrollos acometidos en el ámbito turístico en los últimos años, Benidorm, a través de la Fundación Visit Benidorm, ha sido reconocida como la única ciudad en certificar su sistema de inteligencia turística con la norma UNE 166006/2011, Sistema de I+D+i: Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva.

En cuanto a las acciones realizadas para la aplicación de esta norma, la Fundación ha estado trabajando principalmente en uno de los cuatro ejes que esta posee, concretamente, en el de innovación, con el objetivo de lograr un sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva sobre productos turísticos concretos, de cara a incorporar esa información a la gestión promocional del destino. Así, se ha

trabajado sobre los productos de Ciclismo, *Running*, Golf, *Film Office*, *Care Lab* y *Big Data*, todo ello dando lugar a la creación del área de análisis de datos turísticos.

Impacto

- Desarrollo del sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el **producto Ciclismo**, con el hito de la celebración en 2023 de la prueba del campeonato del mundo Ciclocross con asistencia de 15.000 personas procedentes principalmente de Bélgica y Holanda.
- Desarrollo del sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el **producto Running**, con el hito de lograr triplicar el número de participantes en la Media Maratón.
- Desarrollo del sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el **producto Film Office**, con el hito de crear el Benidorm Film Friendly y materializar en 2022 160 consultas, 138 producciones y 364 días de rodaje efectivo.
- Desarrollo del sistema de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el **producto Big Data**, con el hito de enviar los informes mensuales globales, de tendencias de los mercados y competencia a 250 profesionales turísticos de la ciudad y la provincia.

Puerto del Rosario

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Residente

Actores implicados



Asociaciones



Ciudadanía



Otras
administraciones
públicas

Cívímetro, analizando laboratorios ciudadanos

Metodología innovadora para medir y evaluar la innovación ciudadana

Cívímetro es una guía para la evaluación de laboratorios ciudadanos que incluye un sistema adaptable a cada iniciativa, pero basado en un marco metodológico de referencia, que permite comparar evaluaciones de distintas iniciativas y, por tanto, extraer y compartir aprendizajes. Da respuesta a la necesidad de contar con un sistema de medición y evaluación específico para los espacios cívicos y sus procesos basados en la innovación ciudadana. Un sistema que no solo se centra en medir y evaluar productos y resultados, sino que incluye la evaluación de dinámicas relacionales y experiencias vividas por las personas que lo integran.

Cívímetro propone un plan de evaluación y un marco metodológico. En concreto, se articula a través de un plan de evaluación estructurado en 7 pasos para guiar a las iniciativas de innovación ciudadana durante todo el proceso: desde la definición de objetivos e indicadores a su medición y extracción de conclusiones.

Los objetivos que persigue el Programa Mestura Puerto con la aplicación de Cívímetro son: visibilizar los cambios que la innovación ciudadana produce en la ciudadanía y en el territorio, comprender qué hace posible la generación de procesos de experimentación ciudadana, posibilitar la rendición de cuentas y favorecer la colaboración con la red de laboratorios ciudadanos para el aprendizaje compartido. Se trata, en definitiva, de una nueva forma de medir la innovación.

En concreto, el municipio de Puerto del Rosario aplica esta metodología en diferentes proyectos a evaluar como la iniciativa común de red e implantación de espacios cívicos, la red de intercambio de recursos o

el mapeo y prototipo urbano, entre otros.

Asimismo, es una iniciativa que ha permitido a Puerto del Rosario conectar con otras instituciones que han implementado Cívímetro hasta ahora.

Impacto

- Trabajo en red con otras instituciones que han implementado Cívímetro como son Medialab Prado (Madrid) y Medialab Tabakalera (Donosti), o con otros agentes a través de la formación y la difusión, como NovaGob, Grigri Projects y el Centro Cultural de España en La Paz (Bolivia), Frena La Curva Chile o Las Naves (Valencia).

Atenas

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Ciudadanía

Co-Athens como iniciativa de innovación social inclusiva con foco turístico

Colaboración entre migrantes y ciudadanía para la mejora integral de Atenas

La plataforma SynAthina ha sido el primer modelo de gobierno inclusivo en Grecia y un mecanismo sistemático para recoger y facilitar la participación de residentes y visitantes en el desarrollo de soluciones sostenibles para la ciudad de Atenas.

Una de sus iniciativas más relevantes es Co-Athens, un marco adicional para que las personas refugiadas que han recibido asilo colaboren con personas residentes a través de iniciativas ciudadanas, y junto a autoridades locales en el diseño y ejecución de intervenciones urbanas a pequeña escala. Los grupos seleccionados reciben financiación y apoyo para llevar a cabo actividades que tengan una repercusión significativa y positiva para la ciudad.

Co-Athens está diseñado para ayudar a las personas migrantes a colaborar de manera más efectiva, a compartir ideas y a tomar decisiones determinantes junto con el resto de ciudadanía. La iniciativa incluye la creación y asignación de tareas, la organización de reuniones y eventos, la gestión de proyectos y la colaboración en documentos y archivos. También cuenta con herramientas de comunicación más efectivas y en tiempo real.

Además de favorecer la inclusión de estos colectivos, Co-Athens está ideada para que se puedan hacer aportaciones en materia de urbanismo y de turismo con el objetivo de que finalmente se traduzcan en acciones concretas.

Por tanto, SynAthina, a través de Co-Athens, puede facilitar y suponer una herramienta útil para el turismo al permitir una mejor coordinación y colaboración del conjunto de la ciudadanía, mejorando la eficiencia y calidad de los servicios que se ofrecen al turismo, así como la oportunidad de cocrear nuevas experiencias turísticas.

Impacto

- En la actualidad existen 13 grupos de trabajo ciudadanos en el marco de SynAthina: tercera edad, salud, niños y niñas, voluntariado, espacio público, turismo, eventos, fauna urbana, LGBTQIA+, solidaridad, medio ambiente, cultura y multiculturalismo.

Barcelona y Vila-seca

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Centros
de investigación



Clúster



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado



Universidades

CoE in Tourism Innovation

Una suma de experiencias público-privadas de fomento de la innovación turística

El CoE in Tourism Innovation es una iniciativa compartida entre el sector público y privado para favorecer la innovación, la sostenibilidad y la competitividad de los destinos y empresas mediante actividades de investigación aplicada, innovación, transferencia del conocimiento y servicios de inteligencia competitiva. Está promovido por Eurecat con la colaboración inicial de la Dirección General de Turismo de la Generalitat de Catalunya, las cuatro Diputaciones catalanas y los Ayuntamientos de Barcelona y Vila-seca, así como por empresas líderes del sector.

La iniciativa está dirigida a toda la cadena de valor del sector turístico y las empresas vinculadas, y también al conjunto de la sociedad y las personas residentes de los destinos turísticos. Los objetivos que persigue son:

- Potenciar la innovación y el desarrollo tecnológico como instrumentos para la eficiencia en la gestión y la adaptación de productos turísticos a la demanda.
- Impulsar la generación de proyectos innovadores con visibilidad y utilidad para las empresas, los destinos y la ciudadanía que constituyan buenas prácticas para el conjunto del sector.
- Apoyar destinos y empresas en la planificación estratégica, sostenible y responsable de productos, servicios y políticas.
- Favorecer el intercambio de conocimiento y la generación de nuevas iniciativas.

El CoE In Tourism Innovation, dentro de su línea de trabajo de innovación, ha permitido realizar una serie de proyectos enfocados al

ámbito turístico destacando:

- Desarrollo del proyecto "AI for Tourism" financiado por el Centre of Innovation for Data tech and Artificial Intelligence (CIDAI) de análisis de patrones de consumo y flujos de movilidad en Cataluña con transacciones bancarias de CaixaBank.
- Creación de un sistema predictivo de llegadas, cuyo objetivo es investigar modelos predictivos de llegadas a destinos y atracciones turísticas en diferentes escalas temporales.
- Estudio de perfiles de visitantes en atracciones turísticas.

Además, se han firmado acuerdos con otros organismos, entrando a formar parte del clúster TIC-Turismo de Catalunya.

Impacto

- Integración de 3 PMS de alojamientos en el Tourism Data System (TDS) para obtener datos diarios, de todas las nacionalidades y reservas a futuro a través de la automatización de datos de alojamientos (y otros en proceso de integración).
- Participación en la constitución del Tech Tourism Cluster, impulsado por el Departamento de Empresa y Trabajo a través de la Agència per la Competitivitat de l'Empresa (ACCIÓ) y la Dirección General de Turismo, con el objetivo de mejorar la competitividad de las empresas del sector, potenciar su internacionalización, captación de talento y acelerar la incorporación de nuevas tecnologías, así como convertir Cataluña en un referente en tecnología turística.

Benidorm

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Centros
de investigación



Sector
privado

Compra Pública de Innovación en Benidorm

CPI como oportunidad de innovación clave público-privada para el sector turístico

Ahora más que nunca, la Compra Pública de Innovación (CPI) es una herramienta de inestimable valor que ofrece la posibilidad de satisfacer una necesidad no cubierta mediante una solución innovadora, bajo el desarrollo o mejora de una nueva tecnología adaptada al ámbito local. En esta línea, el Ayuntamiento de Benidorm, en colaboración con la Agència Valenciana de la Innovació (AVI), ha puesto en marcha su primer proceso CPI con el objetivo de mejorar los servicios públicos a través de la adquisición de soluciones innovadoras. En concreto, este proceso se ha destinado a la adquisición de un mejor *software* de gestión y control de obras públicas.

Enmarcado en el contexto del Plan Director de Benidorm como Destino Turístico Inteligente (DTI+Seguro) y con la colaboración del Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat.tur), el inicio de este proceso CPI supone la puesta en marcha de un instrumento de mejora de la competitividad y sostenibilidad del modelo a través de la ejecución de proyectos de I+D+i y de la adaptación del sector a las nuevas tendencias de los mercados turísticos.

En esta línea, el Ayuntamiento de Benidorm recibió entre los años 2019 y 2020 la totalidad de 33.934,10€ para poder realizar este proceso. Algunas de las innovaciones que se presentaron fueron: el desarrollo de un gemelo digital con verticales de simulación, inteligencia artificial y apoyo en la toma de decisiones y el desarrollo de una plataforma a partir del *software* existente con funcionalidades de control y gestión documental, así como de interacción entre la administración y el contratante.

Impacto

- Participación de 5 empresas privadas pertenecientes al ámbito de la consultoría, sector informático, programación y sector energético en el proceso de Consulta Preliminar de Mercado.
- Comunicación en tiempo real a las personas residentes y a las turistas en relación a si existen obras en ejecución u otras consideraciones relacionadas con lugares donde van a transitar de cara al buen uso de la vía pública.

Bayona, Hondarribia y Pamplona

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Nicho

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Sector
privado



Asociaciones

CREACITY, proyecto transfronterizo de innovación turística

Proyecto para la dinamización e innovación del eje Bayona, Hondarribia y Pamplona

Los Ayuntamientos de Bayona, Hondarribia y Pamplona participan en el proyecto transfronterizo CREACITY (Creación artística, innovación y producto turístico para la valorización del patrimonio fortificado de la ciudad-región transfronteriza Bayona, Hondarribia y Pamplona), centrado en el turismo cultural, patrimonial y gastronómico.

CREACITY tiene como objetivo desarrollar una oferta turística atractiva y de calidad vinculada a la valorización del patrimonio fortificado de la región transfronteriza en la que se encuentran las tres ciudades, a través de iniciativas de turismo cultural y de creaciones artísticas basadas en la innovación. Otra de las intenciones es abordar el reto de convertir el territorio integrado por las tres ciudades en un destino bien posicionado para atraer turismo cultural y de negocios durante todo el año.

Entre sus líneas de trabajo destaca la de "Innovación turística", en la cual se fomenta que los socios del partenariado dispongan de nuevas técnicas para la planificación y el análisis de la oferta turística, instrumentos para la promoción del territorio como destino turístico, herramientas que mejoren la accesibilidad de los recursos turísticos y la articulación de programas de animación vinculados a las fortificaciones, por ejemplo, con visitas guiadas para las tres ciudades, la creación de un producto turístico común, elaboración y creación de materiales turísticos en diferentes formatos, etc.

Las demás líneas se centran en la restauración sostenible, creación artística y promoción de la gastronomía.

Impacto

- Trabajo común en torno al producto turístico del patrimonio fortificado.
- Realización de intercambios de artistas, productores y profesionales entre las tres ciudades implicadas.
- Edición de un folleto denominado "Tres ciudades, una muralla" que incluye la oferta de excursiones y viajes con pernoctación que diferentes empresas turísticas han propuesto en las tres ciudades.
- Celebración de talleres con agentes del sector turístico en cada una de las tres ciudades, con la participación directa de 4 agencias de Bayona, 4 agencias de Hondarribia y 4 agencias de Pamplona, con la participación de un total de 25 empresas turísticas procedentes de los tres destinos.

Valencia/València

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Asociaciones



Centros
de investigación



Clúster



Sector
privado



Universidades

Ecosistema de emprendimiento e innovación en turismo

Caso de éxito: València Activa

El Ayuntamiento de València, a través de València Activa, ha impulsado una estrategia conjunta para consolidar la ciudad como uno de los principales activos en el mapa nacional del emprendimiento y seguir situándola como un ecosistema referente en Europa.

València Activa es un instrumento del Ayuntamiento de València que cuenta con la participación de los agentes económicos y sociales más representativos y tiene la misión de impulsar y coordinar las políticas de empleo y desarrollo económico local en la ciudad.

En el ámbito del emprendimiento, destacan iniciativas como VLC Tech City, un proyecto pionero que conecta todo el ecosistema tecnológico e innovador de la ciudad para generar empleo y crecimiento y que integra a entidades públicas, universidades, asociaciones, agentes sociales, entidades inversoras, pymes, etc., implicadas en la co-creación y desarrollo de su plan estratégico.

Otra iniciativa interesante dentro del emprendimiento es la Comunidad VIT Emprende, que permite a sus miembros intercambiar conocimiento, colaborar en actividades de I+D+i, transferir tecnología, establecer sinergias a través del trabajo en red y mantener contacto con entidades destacadas en el ámbito del emprendimiento valenciano.

Como ejemplo de verticalización, se vienen celebrando desde hace 7 años los premios VLC Start-up Awards, en los que se ponen en valor las propuestas más innovadoras de la ciudad. Los premios se dividen en 11 categorías sectoriales, con tres de categoría especial.

Entre los sectores destaca el premio que se entrega a la mejor *start-up* turística. Esta iniciativa viene a consolidar la apuesta continuada por el reconocimiento y la visibilidad del ámbito de la innovación y el turismo, así como la búsqueda de soluciones en distintos campos de la economía y la sociedad aplicados a los mismos.

Impacto

- València es la ciudad con más *start-ups* per cápita de España (0,064%, frente al 0,056% de Barcelona y Bilbao o el 0,033% de Madrid).
- Cada año se crean en la ciudad 100 nuevas *start-ups*, y en ella se celebran anualmente un centenar de eventos sobre emprendimiento, tecnologías emergentes e innovación.
- VIT Emprende comprende más de 600 *start-ups* que generan 140 millones de euros de negocio y cerca de 8.000 empleos (directos e indirectos), además de más de 30 agrupaciones de inversores y más 40 comunidades de conocimiento tecnológico.

Adeje

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Sector
privado

Encuesta de necesidades de formación en innovación

Capacitación para el impulso del ecosistema productivo de Adeje

En el marco del Proyecto “Estrategia Integral para la economía de Adeje” del Área de Desarrollo Económico y Empleo del Ayuntamiento, cuyo objetivo general es potenciar el tejido empresarial a través del refuerzo competitivo, se ha desarrollado una encuesta para conocer el grado de innovación y capacidades sobre nuevas tecnologías dirigidas a los principales agentes económicos del territorio, entre los que se encuentra el sector turístico.

Esta encuesta incluye preguntas sobre *soft skills*, conocimiento sobre innovación, ámbitos de interés de desarrollo económico, identificación de nuevas tecnologías que son de interés y ámbitos de necesidades de formación que identifican en su sector.

En el mes de mayo del año 2022 se lanzó la encuesta “Encuesta de Detección de necesidades de formación en el ámbito de Innovación y Nuevas Tecnologías” a través de la web municipal, y se envió también vía email a las pymes, personas autónomas y personas emprendedoras del municipio de Adeje mediante una base de datos que se actualiza diariamente a raíz de las visitas realizadas a las empresas (un colectivo empresarial con 2901 empresas registradas).

A través de esta encuesta, el Ayuntamiento de Adeje ha analizado las necesidades de formación que el sector manifiesta en el ámbito de innovación y nuevas tecnologías, a la par que ha detectado oportunidades para mejorar las habilidades y las competencias en la empleabilidad que se traduzcan en una mayor competitividad empresarial.

Como resultado, se ha definido un plan de formación innovador para que el ecosistema productivo adquiera las competencias necesarias en sus puestos de trabajo y orientadas a sus sectores con las que impulsar la mejora continua. Esto, a su vez, dota al Ayuntamiento de un potente conocimiento del estado de situación de los agentes del territorio, permitiendo orientar mejor sus políticas económicas.

Impacto

- Se confecciona e implementa un programa formativo con temporalización anual destinado a pymes, personas autónomas y personas emprendedoras del municipio de Adeje, con un total de 205 agentes participantes en el año 2022.

Castropol

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Proveedor
de turismo



Residente

Actores implicados



Asociaciones



Otras
administraciones
públicas

Escuela de innovación rural

Laboratorio de ideas para abordar el reto demográfico

La creación de una escuela de innovación rural era una de las más de 60 acciones de futuro que se incluyeron en la Agenda Urbana y Rural de Castropol 2030, como resultado de un proceso participativo y de visión estratégica del territorio con el objetivo de abordar los grandes retos del municipio, entre los que se encuentra luchar contra la despoblación.

La escuela de innovación rural es un proyecto para impulsar la actividad socioeconómica en el municipio que implica a diferentes agentes y que va a contribuir a instalar en el territorio de seis a diez ideas de negocio. Está promovida por el Ayuntamiento de Castropol en colaboración con Innovasturias y financiada por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

La iniciativa, dirigida a todo el ecosistema, si bien toma como prioritario los sectores turísticos (especialmente turismo náutico) y primario, consta de varios pilares.

El primero de ellos es la creación de un laboratorio de ideas, en el que se analizarán las necesidades y demandas concretas del territorio. Con ello se persigue impulsar un nuevo paradigma de desarrollo, sostenible y desconcentrado, a partir de las oportunidades que brinda el medio rural y fortalecer el ecosistema de emprendimiento local.

El segundo es impulsar la formación e incubación en emprendimiento rural con el que identificar el talento y desarrollar ideas de negocios con alto potencial de crecimiento e innovación.

Y, por último, desarrollar actividades de fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento local dirigidas a la generación de la cultura emprendedora y la innovación eco-social, así como la transformación

de las ideas innovadoras en proyectos reales.

Impacto

- Expectativa de instalación en el territorio de seis a diez ideas de negocio.

Donostia - San Sebastián

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Residente

Actores implicados



Centros
de investigación



Clúster



Sector
privado



Universidades

“Fomento de San Sebastián” como impulsora de la semana de la innovación Donostia-DSS WeekINN

Impulso del ecosistema de innovación a través de entidades públicas

Durante los últimos años los Ayuntamientos se han convertido en actores centrales de las políticas de innovación, tanto por su promoción, como por su desarrollo y el despliegue de nuevos conceptos que afectan a la vida de la ciudadanía.

Las iniciativas de innovación en el ámbito municipal tienen una influencia decisiva en la economía local y regional, ya que sirven de elementos tractores de las PYMEs innovadoras que proveen de servicios y productos para atender necesidades en diferentes ámbitos. De ahí la necesidad de continuar reforzando las mismas con recursos que impulsen su despliegue asegurando su éxito.

Atendiendo a ello, la ciudad de San Sebastián, a través de la Sociedad Pública Municipal Fomento, se encarga de promover el desarrollo económico y social de la ciudad a través de la innovación y el emprendimiento. Así, constituye una referencia en cuanto a la incorporación de estos ámbitos dentro de la organización y estrategia de un destino turístico. Para ello, la Sociedad de Fomento ha desarrollado diversas iniciativas que buscan fomentar la colaboración entre empresas, instituciones y ciudadanía para crear productos y servicios innovadores y sostenibles.

Una de las acciones más destacables es la organización, todos los años durante la última semana de octubre, de la semana de la Innovación Donostia-DSS WeekINN. Esta semana está organizada en colaboración con empresas innovadoras, centros tecnológicos y de investigación, universidades y centros educativos, así como otras entidades vinculadas al cine, fotografía, gastronomía, ciencia y deporte, entre las que destacan, entre otras, Domatek, Biodonostia, CEIT, CIC Biomagune, Deusto Forotech, DIPC o CIDETEC.

Esta semana va dirigida a:

- Ciudadanía, con el objeto de acercar y dar a conocer toda la innovación que se desarrolla en la ciudad.
- Empresas, profesionales y centro educativos, con objeto de generar foros de interacción y entrenar capacidades vinculadas a la innovación y otras habilidades transversales.

Impacto

- 45 empresas colaboradoras anualmente en la semana de la Innovación Donostia-DSS WeekINN.
- 50 actividades organizadas anualmente en la semana de la Innovación Donostia-DSS WeekINN.
- En torno a 5.000 participantes anualmente en la semana de la Innovación Donostia-DSS WeekINN.

Gijón/Xixón

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Sector
privado

Gijón Data Lab

Conocer la ocupación en tiempo real como ventaja competitiva

Conocer con detalle la ocupación hotelera de la ciudad, ver la evolución de reservas para un determinado periodo, saber el precio al que se están ofertando las habitaciones... Todos estos datos están disponibles con Gijón Data Lab, una herramienta creada por Visita Gijón/Xixón para el sector de alojamientos turísticos de la ciudad. Esta herramienta estadística está orientada para mejorar la competitividad de los alojamientos y de la ciudad de Gijón en su conjunto.

Gijón Data Lab es un espacio para que los alojamientos intercambien sus datos y puedan conocer así la ocupación real. Gracias a esta herramienta y el análisis de la información proporcionada por las empresas, se puede, asimismo, prever la ocupación futura. Un conocimiento de gran valor para que los alojamientos puedan tomar decisiones como el lanzamiento de campañas de promoción.

En Gijón Data Lab los alojamientos pueden:

- Analizar su rendimiento y compararlo con sus cuatro competidores directos, incluyendo:
 - Datos de hotel vs competidores (históricos) (ADR, RevPar, ocupación).
 - Datos de hotel vs competidores (previsiones) (Ocupación y evolución de las reservas).
 - Comparativa vs competidores, plaza y alojamientos de la misma categoría.
- Monitorizar en tiempo real la ocupación y los precios medios de las plazas, tanto en el momento actual como en un horizonte temporal de tres meses.

- Consultar los eventos de la ciudad y asociarlos a la evolución de sus reservas y su ocupación.

A su vez, esta herramienta permite también al Ayuntamiento conocer mejor el comportamiento de las personas visitantes, de cara a mejorar su toma de decisiones y orientar de forma más adecuada las experiencias turísticas que se ofrecen en la ciudad. Por lo tanto, este proyecto supone una innovación de procesos, con impacto tanto en el sector público como privado.

Impacto

- Participación en una primera fase del proyecto de 5 hoteles de 4 estrellas que contribuyeron con sus comentarios a la mejora y definición de la herramienta.
- Participación, en la actualidad, de 30 alojamientos en el proyecto, los cuales cubren un 70 % de las camas del concejo.

Málaga

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Asociaciones



Centros
de investigación



Clúster



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado



Universidades

Global Impact Summit en Málaga

Impulso del ecosistema de inversión de impacto

El Ayuntamiento de Málaga, en permanente colaboración con la Diputación de Málaga, ha promovido diferentes eventos y formaciones abiertas para impulsar la creación y desarrollo del Ecosistema de Inversión de Impacto. Todo ello con el objetivo de servir como foro de encuentro y creación de ideas entre los distintos actores del ecosistema, debatiendo a su vez el papel que deben jugar las administraciones públicas y el sector empresarial para favorecer la inversión de impacto, la situación actual de la misma, y el papel que juega el sector financiero. La inversión de impacto es aquella que, además de buscar rentabilidad financiera, busca generar un impacto positivo invirtiendo en iniciativas ambientales y/o socialmente responsables.

El siguiente gran paso en este ámbito es la organización y participación del destino en el GSG Global Impact Summit, la cumbre anual de inversión de impacto, que se celebrará los días 2 y 3 de octubre en Málaga organizada por el Global Steering Group (GSG) y SpainNAB en colaboración con el Ayuntamiento y la Diputación de Málaga. En este Foro participan, entre otros, SpainNAB, ImpactHub, Movimiento B Corp – B Lab Europe, Universidad de Málaga, Asociación de Prensa Malagueña, PROMALAGA, Agencia IDEA, Turismo Costa del Sol, Fundación CIEDES, CaixaBank, o La Bolsa Social.

La cumbre abordará la convergencia entre la innovación y los grandes cambios en la transparencia de impacto, que impulsan los flujos de capital para dar respuesta a los desafíos a los que se enfrentan los líderes empresariales, políticos y sociales.

El objetivo será intercambiar ideas innovadoras y pensar cómo replicar las mejores prácticas a escala, mediante conferencias magistrales,

paneles interactivos y reuniones informales entre participantes y ponentes. En esta edición, se abordarán tres temas centrales: el impulso de los flujos de capital de impacto hacia los mercados emergentes y desarrollados; la medición del impacto en términos financieros para conseguir una mayor transparencia y la transición mundial hacia economías sociales y de impacto.

Impacto

- Los que se deriven de la celebración en la ciudad en octubre del GSG Global Impact Summit.

Gijón/Xixón

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente

Actores implicados



Centros
de investigación



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado

Haid Impulsa

CPI dirigida a la adquisición de una herramienta de análisis inteligente de datos por el Ayuntamiento

Gijón Impulsa propuso como objetivo a partir de esta iniciativa el fomento de la innovación para hacer frente a los retos de ciudad, planteando, para ello, análisis de datos que identificaran factores económicos y sociales que mostraran los déficits actuales y las claves a partir de las cuales se podían impulsar acciones innovadoras, que promoviesen el desarrollo económico de la ciudad. Este objetivo se enfoca a la mejora de la calidad de vida del territorio y, por tanto, influye en la habitabilidad de las ciudades turísticas atendiendo a su rápido crecimiento y evolución, como ocurre en Gijón. La necesidad de explorar la posibilidad de contar con una herramienta capaz de proporcionar información socioeconómica clave sobre la ciudad a tres tipos de destinatarios claramente identificados como son el tejido empresarial, la ciudadanía y la propia administración pública, pasa por contar con un nuevo enfoque en el proceso de contratación donde la necesidad a satisfacer requiere de una solución innovadora.

El proceso de CPI fue en sí mismo innovador en todas sus fases y coordinado en los diferentes niveles de gobernanza:

A nivel europeo: el proceso de Gijón Impulsa fue escogido como buena práctica y seleccionado para la participación en la iniciativa EAFIP de la Comisión Europea como primera iniciativa de un Ayuntamiento español en un proceso de CPI.

A nivel estatal: firma de Protocolo con CDTI para participar en el programa INNODEMANDA, siendo el Ayuntamiento de Gijón el primero de España en participar en este programa.

A nivel local: iniciativa de Gijón Impulsa basada en Gijón Crece

2016-2019 y desarrollada junto a CTIC.

Se concluye el proceso con una serie de afirmaciones clave:

- El desarrollo de la herramienta propuesta es inédito y para su creación se requiere de un alto grado de innovación tecnológica.
- Se confirma la complejidad del proceso por el gran número de consultas recibidas.
- Se confirma la necesidad de disponer de una buena definición del alcance y las variables tecnológicas implicadas.
- Se confirma el carácter innovador del proceso al requerirse la unión de varias entidades para dar solución al reto planteado.
- Se confirma la palanca ejercida por la convocatoria INNODEMANDA en la atracción de licitadores al proceso.

Impacto

- Avance en la apuesta por la innovación del Ayuntamiento de forma pionera en España, siendo primer ejemplo de varias prácticas en materia CPI a nivel estatal.
- Recepción de 8 propuestas de solución en el proceso de Consulta Preliminar de Mercado.
- Compartición y exposición de la iniciativa y su proceso asociado como ejemplo de buena práctica, tanto en otras Comunidades Autónomas (Castilla y León o Comunidad Valenciana) como a nivel internacional (Banco Mundial).
- Los 10 impactos de la promoción del proceso en medios de comunicación generaron una difusión de 969.545 lectores en web y en papel.

Costa del Sol

Tipo de destino



Playa

Destinatario

Administración
y gobiernoProveedor
de turismo

Actores implicados



Asociaciones

Otras
administraciones
públicasSector
privado

Universidades

Herramienta de *Big Data* turístico *Decision Making*

Potenciación del análisis y conocimiento de la realidad del destino

A partir del convencimiento de que la experiencia turística necesita ser adaptada, desde Turismo Costa del Sol se considera que tecnología e innovación son claves para conseguir adaptarse a nuevos escenarios turísticos y ofrecer un valor diferencial ante un sector tan competitivo. Por ello, y enmarcado en el Sistema de Inteligencia Turística de Costa del Sol, se apuesta por el empleo de herramientas de *Big Data* como *Decision Making*, la cual permite una visión en tiempo real del comportamiento de los mercados y del público objetivo.

Decision Making posee dos características muy importantes. La primera es la escucha activa, que se realiza en medios sociales y gracias a la que se pueden obtener y analizar datos valiosos sobre el destino, como países de origen, índices de satisfacción e intereses en los productos turísticos. Y, la segunda, es el gasto en destino, que permite conocer datos reales de gasto por origen y categoría, así como en qué mercados y en qué productos se interesan las personas turistas.

Los objetivos finales de esta herramienta son ofrecer a las partes interesadas del Destino Turístico Inteligente Costa del Sol conocimiento turístico, permitiendo una toma de decisiones lo más eficiente posible y garantice la mejora de la competitividad turística del destino.

Esta herramienta impulsa el conocimiento y supone una innovación en cuanto la comercialización y marketing del destino, ya que potencia y optimiza la relación con la persona turista en base a sus preferencias, apostando por la dotación de contenidos de nuevos productos a través de campañas. Y, de otro lado, este proyecto supone una innovación en procesos de administración y gestión, al favorecer una toma de

decisión multifuncional y transversal a las entidades públicas. Además, esta información es compartida con el sector privado quien, valiéndose de la misma, puede mejorar sus propuestas de valor turísticas.

Esta buena práctica se ha desarrollado en colaboración, entre otros, con la Diputación Provincial de Málaga, distintos Ayuntamientos de la provincia, la Universidad de Málaga o el Aeropuerto de Málaga.

Impacto

- Cambio de paradigma en la toma de decisiones por parte de las empresas turísticas y los destinos turísticos de la provincia de Málaga (Destino Costa del Sol), al pasar de decidir en base a la experiencia, a hacerlo en base al híbrido "Conocimiento de la actividad por el Sistema de Inteligencia Turística – Experiencia". Impacto en:
 - 103 municipios
 - 12.337 empresas

Murcia

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Asociaciones



Centros
de investigación



Clúster



Sector
privado

HUB Murcia, innovación abierta colaborativa

Espacios de testeos de innovación basada en la confluencia de sinergias del ecosistema

La ciudad de Murcia tiene como objetivo convertirse en un ecosistema formado por una red de *hubs* que permitan diversificar la economía a través de tecnología e innovación.

Es por ello que el Ayuntamiento de Murcia aprobó la prórroga del convenio de colaboración con la Asociación Centro Tecnológico de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la Región de Murcia (CENTIC) para el desarrollo del HUB para la innovación abierta colaborativa. Este acuerdo permite a las empresas tener la capacidad de innovar apoyándose para ello en la cooperación con otros socios que puedan aportar valor para mantener una ventaja competitiva.

Este convenio persigue fomentar acciones encaminadas a la creación de *startups* y el desarrollo empresarial en el ámbito de la innovación y la tecnología; fomentar la realización de actividades y foros de negocios en el ámbito de la innovación; fomentar encuentros entre empresas del sector de las TIC y del audiovisual; colaborar en el lanzamiento de convocatorias para resolver retos empresariales y del municipio con propuestas tecnológicas e innovadoras; propiciar la participación en proyectos e iniciativas que contribuyan al desarrollo del ecosistema y, por, último, buscar la financiación necesaria para implementar todas esas actuaciones.

Entre los compromisos adquiridos por el Ayuntamiento está la cesión gratuita de espacios en el Centro de Iniciativas Municipales (CIMM), así como el acceso a los servicios que en ellos se presta.

Hasta el momento, el acuerdo ha supuesto la adhesión de las 53

empresas que conforman el CENTIC. También está sirviendo como trampolín para nuevas ideas e innovaciones, ayudando a la sociedad y la economía a afrontar desafíos futuros y satisfacer las aspiraciones crecientes de la población. Por otro lado, se está agilizando la generación de resultados, reduciendo costes de innovación y fortaleciendo el ecosistema innovador.

Impacto

- Número total de proyectos empresariales en HUBs desde junio 2022: 34, incluyendo 2 proyectos relacionados con turismo.
- Uno de los proyectos turísticos se constituye como empresa: "THE OSADOS", centrada en ofrecer rutas en bicicleta de montaña.
- Finalizan el programa HUB (6 meses): 78%.
- Proyectos constituidos como empresa al iniciar programa HUB: 55%.
- Proyectos constituidos como empresa al finalizar programa HUB: 85%.
- El programa completo de Mentorización a proyectos se inició en febrero de 2023 y continuará hasta junio, con 18 proyectos beneficiarios.

Granada

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Ciudadanía



Universidades

Impulso a la innovación a través de iniciativas de regeneración social y turísticas

Caso de éxito: el barrio de Albaicín/Albayzín en Granada

Granada apuesta por la regeneración de sus barrios y la puesta en valor de la economía local a través de la co-creación y la innovación social. Dada la marcada orientación turística de la ciudad y de barrios como el Albaicín entre otros, todas las acciones que se llevan a cabo en estos ámbitos consiguen un efecto dinamizador sobre el territorio y, especialmente, en esta tipología de barrios con un marcado carácter turístico.

Así nace el programa de innovación social del barrio del Albaicín, que junto a las iniciativas Granada Human Smart City y LabIN Granada, buscan la transformación del barrio desde diferentes perspectivas.

El programa consiste en la renovación integral del barrio a través de una intervención social, urbana, económica y cultural, desarrollando acciones dirigidas a las personas pertenecientes a los colectivos más vulnerables del ámbito de actuación, a la vez que se generan dinámicas favorecedoras para la mejora de la empleabilidad y del acceso a la vivienda.

Granada Human Smart City está orientada a la puesta en valor del Albaicín. Es una iniciativa del Plan Nacional de Ciudades Inteligentes de España y su objetivo es garantizar la accesibilidad universal al barrio con independencia de la condición física, edad o lugar de origen de

sus visitantes, con acciones como la creación de un aplicativo web y móvil o modelos 3D del barrio, entre otras. Además, promueve la promoción y accesibilidad al patrimonio cultural fomentando un turismo inteligente y sostenible.

LabIN Granada se concibe como un laboratorio ciudadano centrado en la generación de ideas, prototipado de soluciones y desarrollo de proyectos para la ciudad con una importante dimensión digital. Se trata de un proyecto de la Universidad de Granada liderado por Medialab UGR.

Estas tres iniciativas son el claro ejemplo de la apuesta por un turismo sostenible en el barrio del Albaicín.

Impacto

- Mayor accesibilidad para personas con movilidad reducida en Albaicín y Sacromonte, de difícil acceso por su orografía.
- Fomento de un modelo de turismo sostenible e inteligente.
- Facilitación del acceso al patrimonio cultural de Granada.

Valencia/València

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Turista

Actores implicados



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado

Innovación aplicada al marketing en los destinos turísticos

Metodología Inbound Marketing: el caso de València

La estrategia de marketing digital es uno de sus principales retos de la Fundació Visit València. En este camino estratégico, han adquirido sistemas digitales que facilitan la promoción en los mercados, la implantación de soluciones comerciales y la integración con otros sistemas o instrumentos. Actualmente, se siguen sumando distintas herramientas digitales que permiten mejorar la gestión, considerando la interoperabilidad de los sistemas independientes de la Fundación.

Para ello, aplican la filosofía de Inbound Marketing. Se analizan los puntos de conexión con los potenciales clientes y se generan contenidos atractivos en cada fase del *Customer Journey*, con el fin de que el futuro cliente avance en el famoso embudo (*funnel*) de conversión.

Esto se consigue mediante la plataforma HubSpot, que permite de forma automática aunar funciones de marketing, ventas y atención al cliente. En concreto, se ha integrado esta tecnología en el portal web de la Fundación, en los sistemas de atención al cliente (chat, chatbot, *emailing*, etc.) y se han diseñado campañas automatizadas en el proceso de captación, enriquecimiento y conversión de clientes, apoyadas con acciones SEM/SEO y acciones en redes sociales.

Por otra parte, se están integrando los sistemas de venta y gestión de cliente, tanto los nativos digitales (web y quioscos), como los de atención y venta *offline* de las oficinas de información turística. Además, se están integrando los sistemas digitales de gestión de los asociados

y el CRM profesional con el portal web y el de asociados. Todo ello, beneficia la optimización del marketing turístico, la gestión de la relación de marca y turista uno a uno, de una forma personalizada y automática.

Todo ello está permitiendo a Fundació Visit València crear un ecosistema unificado, cuando inicialmente se partía de múltiples sistemas de tipo «caja cerrada», mejorando la satisfacción del cliente, de la gestión de las campañas y de la gestión de la promoción turística.

Esta buena práctica se ha desarrollado en colaboración, entre otros, con Red.es, la Autoridad de Transporte Metropolitano de València o empresas asociadas a la Fundació Visit València.

Impacto

- 450 empresas turísticas asociadas a la Fundació Visit València.
- Ingresos influenciados directamente: 899.364€.
- Suscriptores ganados: 116.707.
- Guías descargadas: 72.294.

Castelldefels

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa



Destinatario



Administración
y gobierno

Actores implicados



Asociaciones



Centros
de investigación



Ciudadanía



Clúster



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado



Universidades

Jornadas On Innovem

Divulgación de la innovación como refuerzo de lazos y oportunidades en el ecosistema

El Ayuntamiento de Castelldefels, en colaboración con el Parque Mediterráneo de la Tecnología-UPC, la Generalitat de Catalunya, la Diputación de Barcelona y diversas organizaciones empresariales, impulsa las "Jornadas On", un espacio de encuentro entre empresas, entidades, ciudadanía, universidades y centros de investigación, donde se comparten tendencias en innovación y aprovechamiento de la tecnología aplicada al mundo empresarial.

Estas jornadas se realizan anualmente y una de las temáticas a abordar es el turismo, dedicando una jornada en exclusiva. La temática se enfoca desde la perspectiva del potencial del sector turístico para el desarrollo de la innovación.

Estas jornadas se promueven desde "On Innovem", la oficina local de transferencia de la tecnología del Ayuntamiento de Castelldefels, cuyos objetivos son:

- Posicionar al Ayuntamiento como agente facilitador de innovación y tecnología.
- Acercar la innovación y el conocimiento al tejido productivo local.
- Posicionar Castelldefels como un referente en el ámbito agroalimentario, drones, deporte, sociosanitario y turismo.
- Incorporar talento cualificado a las empresas.
- Levantar oportunidades de enlaces entre empresas e investigadores.
- Canalizar y gestionar demandas y ofertas de innovación.
- Proveer servicios a los agentes de innovación para mejorar la

competitividad del tejido productivo y territorial.

Gracias a estas jornadas han surgido una serie de iniciativas como nuevas actividades (foros sectoriales, visitas a empresas, etc.), contenidos (actualidad, buenas prácticas, tendencias e informes) y recursos (ayudas, formación, *design thinking*, etc.).

Impacto

- Más de 500 participantes en las distintas ediciones de las jornadas.
- Más de 100 empresas beneficiadas en las distintas ediciones de las jornadas.

Puerto de la Cruz

Tipo de destino



Playa

Destinatario

Administración
y gobiernoProveedor
de turismo

Residente



Turista

Actores implicados

Otras
administraciones
públicas

Universidades

Laboratorio de innovación de cultura y visitantes Josity

Estrategias que buscan impulsar la relación territorio-visitante-residente

Josity es el laboratorio de innovación de cultura y visitantes que trabaja para investigar, identificar, analizar e impulsar las iniciativas del ámbito público y privado capaces de generar un impacto positivo en el territorio y las relaciones que en él se producen, con la cultura como elemento tractor de innovación y transformación.

Se trata de una iniciativa que surge de manera conjunta entre el Área de Innovación de Turismo de Tenerife y el Área de Cultura del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz, y nace en el marco de su Ecosistema Cultural y Creativo, dada la importancia histórica que la cultura y la persona visitante poseen en la ciudad.

La iniciativa tiene como objetivo central articular propuestas estratégicas y programáticas, así como el análisis, diseño y producción de acciones relativas al ámbito cultural, que pongan en valor la relación del territorio con sus visitantes, el intercambio de conocimiento y el desarrollo del bien común. Procesos en los que se apuesta por modelos de gestión que cuenten con la implicación directa de la ciudadanía y la búsqueda de la sostenibilidad.

En lo que respecta al turismo, el laboratorio supone un impulso de todos los recursos de Puerto de la Cruz, haciendo hincapié en los referidos a la cultura y con visión de futuro. Por otro lado, también apuesta por el turismo sostenible, transversal, no masivo y, sobre todo, cercano y autóctono, para así apoyar el desarrollo de un nuevo modelo de relación con la persona visitante alrededor de la identidad local de la ciudad.

Como hitos, Josity ha apoyado la promoción de iniciativas culturales que se nutren de la participación ciudadana, la divulgación de la cultura y de las artes, poniendo en valor las señas de identidad del municipio, o el reposicionamiento del destino –referente del turismo internacional– con la cultura como eje vertebrador.

Esta buena práctica se ha desarrollado en colaboración, entre otros, con el Instituto Canario de Desarrollo Cultural, la Cátedra de Gestión y Políticas Culturales ULL-FECAM o el Consorcio de Regeneración Urbanística de Puerto de la Cruz.

Impacto

- Los proyectos relacionados con la cultura en Puerto de la Cruz movilizan a más de 500 profesionales directos.
- Más de 60.000 personas participan anualmente de las actividades.
- 10 hoteles y agencias han sido partícipes en la construcción de ofertas y canales de comunicación de la actividad cultural.

Logroño

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Nicho

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Otras
administraciones
públicas

Logroño Enópolis 2022 - 2025

Plan estratégico de transformación turística

El Plan Estratégico de transformación turística “Logroño Enópolis” identifica los retos a los que se enfrenta la ciudad de Logroño para lograr su posicionamiento estratégico como destino enoturístico de referencia en el mundo, integrando activos culturales y patrimoniales e impulsando su desarrollo económico y social.

El plan gira en torno a seis ejes de actuación (cultura, patrimonio histórico, conocimiento e innovación, turismo, desarrollo e integración social y sostenibilidad), dentro de los cuales se llevarán a cabo 31 actuaciones concretas centradas en la transición verde y sostenible, la mejora de la eficiencia energética, la transición digital y la competitividad.

Así, los grandes objetivos son:

- Crear la marca “Logroño” como destino turístico de referencia internacional en viticultura apoyándose en la marca Enorregión Rioja creada por el Gobierno de la Rioja.
- Regenerar el Centro Histórico de Logroño.
- Reconvertir la oferta turística mediante la creación de nuevos productos.
- Transformar Logroño en Destino Turístico Inteligente.
- Mejorar la capacidad operativa para hacer frente a la evolución de la demanda turística.
- Coordinar los planes y actuaciones con las políticas turísticas regionales y nacionales.

- Impulsar la movilidad sostenible.

Dotado con un presupuesto de 15 millones de euros, “Logroño Enópolis” cuenta ya con una ayuda estatal de 9 millones de euros concedidas por distintas convocatorias de concurrencia competitiva del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Impacto

- Creación de la marca “Visita Logroño” con campañas en medios.
- Creación de la nueva web de turismo de Logroño visitalogrono.com.
- Instalación de tótems digitales para promocionar el comercio local.
- Instalación de red de sensores en zonas turísticas para la captación de datos de origen de las personas visitantes.
- Desarrollo del sistema de inteligencia turística del Camino de Santiago.
- Ayudas a 51 nuevos proyectos turísticos de empresas y asociaciones.
- Nueva señalización turística inteligente.
- Digitalización de los puntos de información turística.
- Aumento de las pernoctaciones un 4,58% en 2022 con respecto a 2019.

Marbella

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Proveedor
de turismo



Residente

Actores implicados



Asociaciones



Ciudadanía



Sector
privado

Marbella IS

Hoja de ruta para impulsar la innovación social y la economía colaborativa

La innovación social consiste en investigar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público. Ésta produce cambios de comportamientos necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad, capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración.

El Ayuntamiento de Marbella ha elaborado el Plan Director de Innovación Social 2022, un documento que marca la hoja de ruta para impulsar una economía colaborativa y orientada a la ciudadanía. Se trata de una herramienta de trabajo no solo para 2022, sino que es un documento abierto y participativo de largo recorrido.

El objetivo que se marca el Ayuntamiento es establecer el foco de hacia dónde dirigirse como municipio y desarrollar las estrategias necesarias para que Marbella sea cada vez más sostenible y digitalizada, posicionándose como uno de los referentes a nivel mundial en esta materia, y en la que el turismo tiene un valor adicional por su importancia en el desarrollo de la ciudad.

Para ello, se promueve un emprendimiento capaz de solventar los problemas reales a los que se enfrenta la sociedad. En este sentido, se han impulsado acciones como la celebración de un congreso de gamificación o la organización de eventos de diferentes ámbitos transversales de la ciudad con los que impulsar la co-creación.

Dada la alta vocación turística de Marbella, no se entiende el futuro del municipio sin una estrategia turística sostenible y digitalizada, y este Plan Director de Innovación Social así lo incluye. Entre las primeras propuestas destaca una plataforma online para impulsar el comercio tradicional.

Impacto

- Desarrollo de más de 30 acciones durante 2022 encaminadas a promover la innovación social y la conciencia social en diferentes colectivos.
- Participación de más de 600 personas en los eventos realizados.
- Surgimiento de más de 30 proyectos nuevos en la incubadora de proyectos sociales.
- Asesoramiento a más de 60 empresas en materia de innovación social por la oficina técnica.

Gijón/Xixón

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente

Actores implicados



Asociaciones



Centros
de investigación



Ciudadanía



Clúster



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado



Universidades

Milla del conocimiento Margarita Salas

Un ecosistema de innovación y vanguardia multidisciplinar

Generar un ecosistema de innovación es un proceso a largo plazo que requiere de tiempo y una estrecha colaboración público-privada. Se trata de una apuesta por la planificación como criterio para generar riqueza, encuentros y desarrollo de oportunidades en el territorio.

Gijón lleva más de 20 años dando forma a “La Milla del Conocimiento Margarita Salas de Gijón”, principal polo de innovación de Asturias. Está situada en la zona este del concejo de Gijón y acoge a los agentes clave del sistema de innovación de la ciudad en un espacio de aproximadamente una milla donde conviven la tecnología y la ciencia con el arte y la cultura.

Su objetivo es fomentar el intercambio de conocimiento aprovechando la potencialidad del entorno, apoyando la cooperación y la interrelación entre los agentes claves que forman este ecosistema de innovación, constituyendo en esta zona un importante motor de crecimiento económico para la ciudad.

La Milla del Conocimiento debe su singularidad a la diversidad de agentes clave que comprende y que giran alrededor de un denominador común: la generación y la transferencia de conocimiento, esencial para el desarrollo de proyectos innovadores que creen riqueza en el territorio. En este espacio de encuentro conviven diferentes empresas de base tecnológica con diferentes perspectivas, generando también oportunidades e impulso de la innovación en el campo turístico, a la vez que permite generar sinergias con otras materias y diferentes iniciativas y proyectos desarrollados en la ciudad.

La Milla no tiene una especialización sectorial única, si bien podría darse, al entender que la hibridación de sectores es un elemento de valor indiscutible y enriquecedor. Además, la colaboración con los institutos tecnológicos y los centros de investigación universitarios permite una transferencia de tecnología que es crítica en el desarrollo empresarial.

Algunos de los agentes clave que forman parte de este ecosistema de innovación son, entre otros, la Universidad de Oviedo, los Centros Tecnológicos CTIC e Idoneal, el Área sanitaria V del Principado o LABoral Centro de Arte y Creación Industrial.

Impacto

- Implicación de más de 13.000 alumnos y alumnas, 10.400 profesionales y 200 empresas.
- Más de 20.000 visitantes al año.
- Más de 300 proyectos aprobados por medio de subvenciones a proyectos innovadores en el marco de la Milla.
- Actividades de patrocinio y *networking* que implican a más de 47.000 personas al año.

Caravaca de la Cruz

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Otras
administraciones
públicas

Oficina de turismo digitalizada e innovadora 24 horas de Caravaca de la Cruz

Innovación en la comunicación con la persona turista

Uno de los elementos clave en todas las fases del ciclo del viaje turístico son las oficinas de turismo, tanto desde un punto de vista físico como de espacio de difusión del destino, interacción y canal de comunicación tanto offline como online con los turistas y visitantes del destino. Dada la importancia que estas infraestructuras turísticas poseen, la implementación de la innovación a través de sus múltiples aplicaciones se hace básica en la construcción de una oficina inteligente.

Un ejemplo de ello es la Oficina Turística de Caravaca de la Cruz, la cual ha llevado a cabo un completo proceso de digitalización, convirtiéndola en un punto de información 24 horas, capaz de tener presencia en todas las etapas del viaje turístico. Persigue los siguientes objetivos:

- Interactuar con la persona turista antes, durante y después de su visita al municipio. Para ello, se plantea una integración de contenidos con todos los puntos de contacto de la persona turista para captar sus datos y mejorar su conocimiento e información del destino tanto antes, como durante y después de la visita. Para ello, se emplean recursos como la web turística, soportes digitales 24/7 o tecnología QR.
- Aliviar la carga de los y las técnicas automatizando la actualización

de contenidos, integrando todo en la misma plataforma de cara a optimizar la generación de contenidos en diferentes dispositivos.

- Obtener información de las personas viajeras en cada uno de los contactos con el destino descritos anteriormente, ya sea antes de su llegada, en la oficina o a posteriori, de cara a adaptar la propuesta de valor de Caravaca, e integrar estos datos con los propios del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM).

Además del ITREM, esta buena práctica se ha desarrollado en colaboración también con la Dirección General de Competitividad y Calidad Turística de la Región de Murcia y con la Fundación Camino de la Cruz.

Impacto

- Disponibilidad de información turística digitalizada las 24 horas del día.
- Agilización en la generación de contenidos informativos de carácter turístico por parte de los y las técnicas responsables de la oficina de turismo.

Elche/Elx

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Residente

Actores implicados



Asociaciones



Otras
administraciones
públicas

OMAC Digital

Atención ciudadana contra la brecha digital

El proyecto, enmarcado dentro de la EDUSI, se centra en la creación de una Oficina Municipal de Atención al Ciudadano (OMAC) preparada para que las personas con mayores riesgos de brecha digital o tecnológica consigan relacionarse electrónicamente con la Administración Pública, principalmente a través de las siguientes acciones:

- Facilitando infraestructura tecnológica a aquellos ciudadanos, grupos, comerciantes, asociaciones, etc. que no disponen de equipamiento o conexión, ya que podrán contar con un espacio donde estén disponibles los medios tecnológicos precisos para que puedan relacionarse electrónicamente con las diversas administraciones, bien de forma autónoma o con asistencia. Además, se les podrá facilitar recursos básicos necesarios como firma electrónica y dispositivo para guardarla, correo electrónico, etc. cuando carezcan de los mismos.
- Formando y asesorando a la población para la utilización de herramientas públicas de participación ciudadana, tramitación de expedientes (ayudas, actividades, etc.), así como impartiendo cursos para colectivos especiales o a la ciudadanía en general, con el fin de que no queden excluidos de los recursos públicos.

La Oficina se configura fundamentalmente como un servicio que combina la autogestión asistida con la atención directa y se divide en zona de acogida, zona de autogestión y zona de atención directa.

La OMAC Digital se ubica en el barrio de San Antón, una comunidad de alrededor de 1.900 personas basada en vínculos de origen. La OMAC Digital también da apoyo al barrio vecino de Los Palmerales, de actuación preferente por su especial vulnerabilidad económica y social. Ambos barrios son el objetivo prioritario en la vertiente de alfabetización

digital de esta OMAC, atendiendo a que se trata de una actuación procedente de la EDUSI de Elche, financiada con Fondos FEDER.

Impacto

Resultados esperados anuales

- 6.000 trámites de autogestión realizados por la ciudadanía
- 500 nuevos certificados electrónicos creados.
- 500 personas formadas en autogestión.
- 26.000 personas atendidas en total.

Santander

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Centros
de investigación



Ciudadanía



Clúster



Sector
privado



Universidades

Plan Director de Innovación de Santander

Modernización de la ciudad y del sector turístico desde una perspectiva estratégica de innovación

Ante los nuevos retos y desafíos a los que se enfrentan las ciudades y los destinos, resulta fundamental diseñar una estrategia para el impulso de la innovación, que a su vez redunde en la mejora de la competitividad y de calidad de vida de la ciudadanía, reforzando su posicionamiento exterior y haciéndola más atractiva para el talento, las inversiones y negocios o el turismo en su conjunto.

Con este objetivo, en el año 2012, el Ayuntamiento de Santander elaboró su I Plan Director de Innovación, que ha sido el documento de referencia donde se recogía la estrategia y acciones previstas para el impulso de la innovación en la ciudad durante estos años. Alineado con el modelo de ciudad contemplado en el Plan Estratégico Santander 2010-2020, el Plan tenía como objetivo convertir a Santander en una ciudad inteligente, sostenible y conectada, capaz de aprovechar las oportunidades de la economía digital, donde la innovación, junto con la cultura, constituían dos pilares fundamentales para la mejora de su competitividad económica. Para su elaboración, el consistorio santanderino contó con la participación de los servicios municipales, expertos y agentes más relevantes de la ciudad, así como con los grupos políticos, y la ciudadanía.

Con el objetivo de dinamizar el tejido empresarial y el apoyo a los y las emprendedoras locales mediante la creación de ecosistemas de innovación, introducir mejoras en la gestión de los servicios públicos y modernizar la administración, el plan definía tres ejes estratégicos de trabajo: el impulso hacia una verdadera *Smart City*, la promoción de

políticas de gobierno abierto y la modernización de la administración pública. Dentro del primero, y en línea con la innovación turística, destaca la línea estratégica relacionada con la economía local.

En esta línea, Santander aspira a generar un modelo "Turismo 3.0", gestionando la información turística en todo el ciclo de vida completo del viaje: antes (comercialización); durante (promoción); y después (fidelización), a la par que apuesta por un apoyo continuado a la industria turística en su adaptación al nuevo tipo de demanda (prescripciones por recomendaciones de personas viajeras) mediante el aprovechamiento de la potencialidad de los nuevos canales.

Impacto

- Implementación de un modelo de gestión integral de la ciudad y destino que, además de impulsar un cambio cultural en la organización interna, ha permitido acelerar el proceso de transformación digital del destino.
- Implantación de la plataforma Santander Smart City, que ha permitido incrementar el conocimiento turístico e implementar herramientas de cuadro mando para la mejora de la toma de decisiones de los gestores turísticos.
- Introducción de múltiples mejoras en la prestación de los servicios turísticos, favoreciendo la interacción con la ciudadanía, las personas turistas y las empresas.

Segovia

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Ciudadanía



Sector
privado

Plan estratégico y de innovación 2018 - 2023 de Segovia

Impulso turístico desde la innovación como estrategia de ciudad

En la actualidad, Segovia, ciudad Patrimonio de la Humanidad, se ha consolidado como un referente a nivel nacional en materia cultural y turística. Una vez cumplidos los objetivos marcados en el anterior Plan Estratégico de Segovia 2006-2016 (Segópolis), la ciudad culminó la elaboración de un nuevo Plan Estratégico para el periodo 2018-2023, en el que busca proponer un modelo de ciudad orientado al bienestar de su ciudadanía, y en el que la innovación juega un papel relevante para apoyar el crecimiento económico, generando empleo, respetando su identidad y aprovechando sus potencialidades.

A pesar de la alta calidad de vida de la que disfrutaban los y las segovianas, la ciudad presenta, al igual que otras muchas ciudades de la España interior, retos vinculados al envejecimiento de la población, la despoblación, el vaciamiento residencial del Casco Histórico, la movilidad y la dependencia de determinadas actividades económicas como pueden ser las relacionadas con el sector turístico. Ante este diagnóstico de la situación actual, el Plan e+i identifica los proyectos y acciones a llevar a cabo para convertir Segovia en una ciudad generadora de oportunidades y bienestar para sus habitantes. Para lograr este objetivo, desde el Ayuntamiento de Segovia y, en colaboración con todos los sectores de la ciudadanía, se han definido diversas líneas estratégicas, entre las que destacan el fortalecimiento de la actividad empresarial, la creación de conocimiento, innovación y tecnología, el fomento de la identidad y cultura de Segovia, y la potenciación de la calidad de vida, entre otras.

Entre los diferentes proyectos realizados, cabe destacar el desarrollo del proyecto 5G SEGOVIA AR EXPERIENCE, que muestra un recorrido realizado con realidad aumentada que sumerge a la persona visitante en la Segovia de los Reyes Católicos. El proyecto Telefónica 5G SegoviaAR Experience fue desarrollado dentro del marco de los proyectos piloto para la prueba de las capacidades de la tecnología 5G de Telefónica, que tuvieron lugar durante el periodo 2018-2020 en la ciudad. En esta ocasión se demostraron las capacidades de la red 5G aplicada al sector turístico, permitiendo que gran cantidad de usuarios puedan estar conectados compartiendo una experiencia en tiempo real y con contenidos en streaming sin que se produzca latencia o retardo por ello.

Impacto

- Proyecto seleccionado para su exposición en el pabellón de España en la Biennale de Arquitectura de Venecia 2021.

Ponferrada

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Centros
de investigación



Clúster



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado



Universidades

Ponferrada City Lab

Impulso de la innovación desde la colaboración público-privada

El Ayuntamiento de Ponferrada ha generado una iniciativa que pretende llegar a acuerdos con empresas para que se utilice el entorno de la ciudad para desarrollar proyectos en todos los ámbitos y validarlos para su escalado, tanto localmente como a nivel internacional.

La importancia de este proyecto radica en la sinergia que se genera gracias a la ayuda ofrecida a los generadores de tecnología para implementar nuevos sistemas en la ciudad, diseñarlos, probarlos y validar sus resultados, generando un eje de innovación que rota en torno a la mejora y digitalización de la ciudad.

En el caso de Ponferrada, se han firmado un número importantes de protocolos con diferentes empresas e instituciones, no solo del ámbito estatal, si no también internacional en campos como la digitalización del turismo, Destinos Turísticos Inteligentes, control del patrimonio, calidad ambiental, vigilancia de avenidas en ríos, etc. En concreto, son de especial interés las empresas que con el uso de las tecnologías desarrolladas en el marco del Ponferrada City Lab ofrecen servicios digitales al turismo usando redes como LORAWAN (Low Power Wide Area Network), Bluetooth de baja energía, etc. fomentado, así, la interacción turística con el territorio mediante el uso de tecnologías disruptivas.

Esta iniciativa supone, a su vez, un impulso importante para la ejecución del Plan de acción para la innovación y la transformación digital diseñado por el Ayuntamiento y cuyo objetivo es impulsar el ecosistema de innovación de Ponferrada, con un importante peso en el ámbito del turismo.

Esta buena práctica se ha desarrollado en colaboración, entre otros,

con la Junta de Castilla y León, UNED, AETICAL, CARTIF o AEI Ciberseguridad.

Impacto

- Firma de 14 protocolos de colaboración público-privados para dar cabida a diferentes proyectos de innovación, muchos de ellos en el ámbito turístico.
- Instalación de más de 200 sensores dentro de la ciudad.

Ponferrada

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente

Actores implicados



Sector
privado

Ponferrada Innova

Talento emprendedor local para transformar el territorio

Ponferrada Innova es una iniciativa del Ayuntamiento junto con León Start-up destinada a captar el talento emprendedor con el objetivo de transformar el territorio y la ciudad y poder así ofrecer soluciones y alternativas distintas a la industria establecida.

La idea principal pasa por captar personas emprendedoras con los que trabajar conjuntamente en el Departamento de Innovación del Ayuntamiento de Ponferrada y poder así estudiar las potencialidades y viabilidad de los proyectos a la hora de su puesta en marcha.

Se trata de sumar el talento y experiencia de los y las emprendedoras locales, con el objetivo de dar respuesta a todos aquellos retos que surgen del mapeo y análisis de las necesidades reales de transformación de la ciudad.

Los retos de emprendimiento innovador que se quieren alcanzar gracias a este proyecto son diversos, entre los que tendrá espacio de forma transversal, el turismo como un ámbito preferente para la ciudad:

- Reto 1 Energía. Aprovechamiento de los espacios verdes para compensación de carbono: Ponferrada cero emisiones.
- Reto 2 Industria. Diseño de un nuevo modelo industrial: Polígono El Bayo.
- Reto 3 Metaverso. Ponferrada Solarpunk: Una ciudad conectada en el Metaverso.
- Reto 4 Cultura. Legado popular: Un espacio para los saberes.
- Reto 5 Educación. Escuelas temporeras: Educar en el medio rural a los niños y las niñas e la ciudad.

Impacto

- Captación de 11 personas emprendedoras tanto de escala local como territorial, 6 de las cuales fueron finalistas para la definición de los proyectos.
- Se han resuelto 2 de los 5 retos planteados a partir de la definición de dos proyectos, para los cuales el Ayuntamiento de Ponferrada buscará financiación para su puesta en marcha: Parque agronómico Agrohomo y Plataforma transformadora de residuos de un polígono industrial (BIZ).

Valladolid

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Presupuestos estratégicos comprometidos con la innovación

Dedicación de recursos a políticas de innovación para la transformación del destino

La UE lleva décadas impulsando el compromiso de las Administraciones Públicas en favor del aumento su inversión en Investigación y Desarrollo (I+D) como objetivo necesario para acelerar la transformación de sus ciudades y territorios, así como para el fortalecimiento del ecosistema productivo. En concreto, para el año 2020 se fijó un gasto objetivo del 3% en I+D sobre el presupuesto, quedándose finalmente en un 2,3%.

En los últimos años, las Entidades Locales se han visto obligadas a incorporar la innovación en sus dinámicas como respuesta al contexto cambiante actual y con la necesidad de desarrollar una cultura innovadora que atienda las demandas sociales y económicas de la población.

El creciente interés por la innovación en el sector público ha supuesto que esta política se posicione como una prioridad para muchos gobiernos locales teniendo que dotarse de recursos e incrementado la inversión, especialmente después de la pandemia COVID-19, donde hubo un importante ratio de inversión en innovación, que se ha mantenido a posteriori en la mayoría de las Administraciones Públicas.

Entre las mismas sobresale el Ayuntamiento de Valladolid como ejemplo de entidad implicada con la innovación, comprometiéndose en sus presupuestos para el 2022 un 3% de gasto orientado a políticas de innovación, lo que supone 11,5 millones de euros. Una apuesta que ha permitido impulsar diferentes proyectos de interés como el de convertirse en una ciudad climáticamente neutra en 2030, influyendo

en todos los sectores, incluyendo, por supuesto, el turístico. Para 2023, el Ayuntamiento tiene previsto aumentar su inversión en innovación un 0,53%.

Por otra parte, en materia de turismo, en el ejercicio 2022 se destinaron casi 24 millones de euros, frente a los 25,1 millones de euros proyectados para el 2023. Esta variación supone un aumento del 1,07% interanual. Estas cifras vienen a consolidar la apuesta de Valladolid por convertirse en un referente en inversión en políticas públicas innovadoras y turísticas.

Impacto

- Puesta en marcha de un nuevo Sistema de Gestión de Servicios municipales a través de la Tarjeta de Servicios Municipales (TSM) multiámbito, entre los que se encuentra el de Cultura y Turismo.
- Puesta en marcha de la tarjeta electrónica inteligente HolaVA! y de su aplicación móvil.

Torremolinos

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Otras
administraciones
públicas

Programa destinos turísticos pioneros

Impulso a la innovación turística a través de FOCUS TALKS

El destino Torremolinos impulsó el programa de 'Destinos Turísticos Pioneros Torremolinos'. Este programa tiene como objetivo que los destinos como Torremolinos que ya tienen una experiencia acumulada aprovechen las preferencias actuales de las personas viajeras, fortalezcan sus estrategias, se sumen a las tendencias tecnológicas y turísticas actuales y amplíen la colaboración público-privada.

Este programa contempló, entre otras iniciativas, la organización de varias jornadas en formato FOCUS TALK con el objetivo de aportar visión estratégica a los profesionales turísticos del destino.

Cada jornada abordó una temática turística de interés sobre el destino, profundizando en retos y tendencias asociadas a dicha temática y contando, para ello, con la participación de empresas y personas individuales de Torremolinos que poseen una trayectoria significativa en materia turística en el destino.

El formato de las jornadas se basa en el empleo de la metodología del *Focus Group*, cuya finalidad es profundizar en el conocimiento de la temática específica de la jornada en cuestión, a través de intervenciones de charla inspiracional, ronda micro abierta, foro empresarial, etc. Todas las ideas aportadas quedan recogidas por escrito, para posteriormente ser ordenadas y documentadas, en formato de estudio cualitativo y conformando, así, un libro blanco de recomendaciones, para la estrategia turística del destino.

Hasta el momento, se han desarrollado tres jornadas en torno a distintas temáticas asociadas al segmento del turismo de salud y belleza,

gastronomía, hoteles y otros ya que se trata de los segmentos turísticos de mayor interés para el destino de cara a maximizar las oportunidades asociadas a él.

Impacto

- Más de 500 ideas recogidas.
- Más de 300 participantes

Teruel

Tipo de destino



Naturaleza
y deporte



Nicho

Destinatario



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Rutas BTT como producto dinamizador del entorno turolense

Innovación en producto turístico como estrategia de diversificación

La combinación turismo más deporte está resultando ser uno de los atractivos más destacados en la oferta turística actual, ya que se trata de un mercado en expansión que ofrece beneficios económicos a nivel local, autonómico y nacional. El actual proceso de diversificación de los productos turísticos, las nuevas motivaciones de la demanda, así como el aumento de la práctica deportiva a nivel competitivo y de ocio, dotan a este binomio de un destacado potencial.

El producto incluye conocer Teruel subido a una bicicleta de montaña y para ello se han señalizado y promocionado 12 recorridos que, con diverso grado de dificultad y longitud, permiten disfrutar de diversos y naturales parajes del término municipal, conectando a su vez con la ruta circular de BTT que une Teruel con los 10 barrios rurales.

Con la intención de poner en valor los paisajes y los montes de Teruel, el Ayuntamiento de Teruel ha lanzado una aplicación pensando en las personas usuarias de BTT, adaptando y usando las nuevas tecnologías y favoreciendo de esta manera las prácticas de deportes al aire libre.

La aplicación, además de numerar y describir perfectamente cada uno de estos recorridos, aporta fotografías, así como el *track* descargable (utilizable tanto por teléfonos móviles como por *tablets* y GPS, en inglés: *Global Positioning System*). Algunos de estos recorridos pasan por parajes tan espectaculares y turísticos como el Alto de los Mansuetos, el Cerro de Santa Bárbara, la Peña del Macho o Las Gasconillas.

Se trata, por tanto, de un producto que conecta deporte con paisaje, ofreciendo una oportunidad única a visitantes y residentes de conocer de manera sostenible todo el entorno de Teruel. De esta manera desde el Ayuntamiento se impulsa el conocimiento del territorio y el trasvase del legado que constituye una parte trascendental de la esencia del destino Teruel.

Impacto

- En total suponen casi 170 de kilómetros de recorridos en parajes naturales del entorno de la capital turolense.

Sevilla

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Residente



Turista

Actores implicados



Asociaciones



Otras
administraciones
públicas

Semana Santa de Sevilla Segura

Fortalecimiento de la seguridad en macroeventos a través de la innovación

La Semana Santa de Sevilla es uno de los eventos más multitudinarios de España, pudiendo concentrar en momentos puntuales a más de 100.000 personas en calles y zonas estrechas, lo que implica una planificación previa de cortes de calles y acceso limitados. Un evento de difícil gestión en varios ámbitos, pero en el que destaca la seguridad. Por ello, el Ayuntamiento de Sevilla se ha propuesto innovar en la gestión de la seguridad.

De este modo, se ha desplegado un proyecto innovador de seguridad que incorpora desde un sistema de iluminación graduable inteligente, hasta mecanismos de control de afluencia de personas, ambos integrados en plataformas inteligentes para informar y agilizar la toma de decisiones críticas en tiempo real. La solución incorpora dos novedades: la posibilidad de aumentar la seguridad ciudadana con luz 100% blanca antipánico para visibilizar las rutas de evacuación, y la de proporcionar luz ornamental adaptando el perfil de color de las luminarias a una iluminación parecida a la del siglo XVIII que enfatiza la experiencia sensorial de las personas asistentes.

El dispositivo de seguridad incluye también otros elementos como las cámaras inteligentes de videovigilancia para el control del flujo de personas. Estas cámaras incorporan Inteligencia Artificial para establecer un perímetro de seguridad donde cuantificar los movimientos de entrada y salida (reconocimiento de rutas de peatones), diferenciación entre objetos (personas, coches, animales, etc.), la direccionalidad de los objetos (de izquierda a derecha o de derecha a izquierda) y detección del movimiento de las personas. La obtención de datos relevantes

ha servido para la toma de decisiones y la predicción de conflictos, convirtiendo la Semana Santa de Sevilla en uno de los eventos turísticos más seguros del mundo con un sistema de seguridad innovador.

Esta buena práctica se ha desarrollado en colaboración, entre otros, con la Policía Local de Sevilla, la Policía Nacional, Cruz Roja o empresas públicas como la Empresa de Limpieza Pública del Ayuntamiento de Sevilla (LIPASAN) o Transportes Urbanos de Sevilla (TUSSAM).

Impacto

- 2.454.411 movimientos de personas en los puntos de monitorización del centro histórico, con un despliegue de 106 cámaras fijas de alta definición, 5 drones en movimiento y un rastreo previo en redes sociales.
- 2.382 sucesos gestionados en la Sala de Control, ninguno de ellos grave ni destacable.

Sevilla

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Centros
de investigación



Sector
privado



Universidades

Sevilla, Capital Europea de Turismo Inteligente 2023

Diálogo y coparticipación de experiencias de turismo como forma de impulso a la innovación

La ciudad de Sevilla ha sido elegida Capital Europea de Turismo Inteligente en 2023. Esta distinción es producto de la apuesta de la ciudad por un modelo turístico inteligente, responsable y sostenible y por las iniciativas puestas en marcha por Sevilla City Office a través de Smart Tourism Office para dirigirse hacia un modelo basado en la Economía del Visitante. Este modelo busca mejorar la experiencia de la persona visitante y que el beneficio producido por el turismo en la ciudad revierta en la calidad de vida de las personas residentes.

En esta apuesta, entre diferentes acciones, se destaca el impulso a la generación de espacios y diálogos para fomentar el intercambio de ideas y conocimiento con el turismo a través de diferentes eventos, poniendo foco sobre la innovación y tecnología como herramientas transformadoras.

Una de las acciones más destacadas es el foro Tourism Innovation Summit, el cual busca impulsar la competitividad de la industria turística a través de soluciones innovadoras, tecnológicas y sostenibles. El foro de liderazgo que nació en plena pandemia y que ha acompañado a los profesionales del sector turístico a repensar sus negocios y propuestas a la persona viajera, celebra su tercera edición en Sevilla para reunir a la industria y reforzar su posicionamiento en esta nueva etapa en la que ya están viviendo éxitos de ocupación y crecimiento tras las medidas adoptadas en innovación y digitalización, y que tiene previsto su continuidad. A esto se suma un proyecto fundamental en la materia del gobierno del dato: el Sistema de Inteligencia Turística, como un visor que aglutina información de diversas fuentes y que ofrece los

datos en abierto para que puedan ser consultados e incorporados en las estrategias de empresas y administraciones públicas.

Adicionalmente, al haber sido elegida Capital Europea de Turismo Inteligente, en el año 2023 se van a desarrollar nuevos eventos en la ciudad que seguirán esta línea de consolidación de la innovación. En octubre de 2023 la ciudad albergará la mayor feria de turismo cultural del mundo 'CULTOURFAIR' y también se desarrollarán Smart Talks. Estas charlas estarán dirigidas al ecosistema turístico local y a la ciudadanía con el apoyo de instituciones académicas y de investigación (Universidad de Sevilla y Centro Común de Investigación de la Comisión Europea).

Impacto

- La última edición del Tourism Innovation Summit reunió en Fibes a más de 6.000 congresistas nacionales e internacionales en torno a la innovación, la sostenibilidad y la aplicación de la tecnología en el turismo.
- De manera puntual se realizan encuentros formativos con el tejido empresarial sevillano en el Smart Space en materia de datos y sostenibilidad.

Comarcas de Andorra-Sierra de Arcos y Maestrazgo (Teruel)

Tipo de destino



Naturaleza y deporte



Nicho

Destinatario



Administración y gobierno



Proveedor de turismo



Residente



Turista

Actores implicados



Otras administraciones públicas



Sector privado

The Silent Route, experiencia turística de carretera

Aplicando la innovación al diseño de experiencias turísticas

En un mundo acelerado y ruidoso, la calma y el silencio se convierten en un valor al alza. Si a esto se le suma carreteras sinuosas, enmarcadas en un paraje natural, podrían llegar a convertirse en un producto turístico atrayente. Todos estos factores se dan en Teruel, y conscientes de ello, se ha detectado una oportunidad para proponer una nueva experiencia turística.

Nace así The Silent Route, una experiencia turística única basada en el "slowdriving" que impulsa un turismo sostenible, deportivo, familiar y paisajístico. En el interior de Teruel comparten el trazado de la carretera A-1702 la comarca de Andorra – Sierra de Arcos y la comarca del Maestrazgo. En apenas 63 kilómetros, su serpenteante trazado recorre algunos de los paisajes más bonitos y agrestes de la provincia, dando acceso a espacios naturales y patrimoniales increíbles, y discurriendo por pueblos de dilatada historia, conformando un escenario único. Una ruta en una carretera panorámica donde lo importante es disfrutar, conducir despacio para sentir la grandeza de los paisajes, pararse en cada pueblo, en cada ensanche de la carretera, y emocionarse ante un espectáculo natural.

Toda la información está disponible en la página web donde se incluyen planes para poder hacer, historia de la zona, información sobre los pueblos, servicios existentes o noticias relacionadas con los posibles cortes en la carretera.

Esta ruta supone un impulso socioeconómico a ambas comarcas, puesto que, además de las personas turistas que reciben, se organizan actividades relacionadas con el entorno, poniendo en valor tradiciones y patrimonios singulares de zonas pocos pobladas. Una oportunidad para también dinamizar económicamente estas zonas y afrontar el reto demográfico de una forma responsable, sostenible e innovadora.

Además de las propias comarcas implicadas, han participado en esta buena práctica, entre otros, Ayuntamientos del territorio, la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón a través del Fondo de Inversiones de Teruel (FITE) o la Dirección General de Carreteras del Gobierno de Aragón.

Impacto

- 18 establecimientos forman el club de producto.
- Se han repartido más de 25.000 pegatinas.
- Impacto en redes sociales: *hashtag* #thesilnetroute, más de 3.824 seguidores en Instagram y 3.389 en Facebook.
- Se ha incrementado el *merchandising* y se ha puesto en marcha una tienda online.
- Ha contribuido a reabrir algún negocio y al mantenimiento de los ya existentes, que han incrementado sus clientes en un 20% aproximadamente.

Torre Vieja

Tipo de destino



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo



Residente

Actores implicados



Universidades

TI-LAB, laboratorio de turismo inteligente

Creación de un laboratorio universitario de investigación y formación sobre turismo inteligente

El Laboratorio Universitario de Turismo Inteligente (TI-LAB) es una unidad de investigación y formación en turismo, que nace al amparo del convenio establecido entre el Ayuntamiento de Torre Vieja y la Universidad de Alicante (UA). Participan en él investigadores del Instituto Universitario de Investigación Turísticas (IUIT) y el Instituto Universitario de Investigación Informática (IUII).

TI-LAB tiene como objetivos fomentar el conocimiento asociado a la innovación y la sostenibilidad en el turismo, impulsar el conocimiento sobre el turismo residencial, identificar las necesidades del sector turístico de acuerdo con las tendencias y necesidades de los mercados, promover la puesta en marcha de modelos turísticos inteligentes, sostenibles e innovadores, desarrollar nuevas fórmulas colaborativas entre la iniciativa pública y privada, a la vez que promueve un ecosistema innovador propio de un Destino Turístico Inteligente, y fomentar la aplicación de tecnologías alineadas con objetivos integrales del destino.

TI-LAB desarrolla acciones con el fin de desplegar una estrategia formativa en el ámbito del turismo, atendiendo especialmente a la innovación, sostenibilidad e inteligencia. También se encarga del desarrollo de informes, estudios y proyectos, seminarios y conferencias, etc. en torno a distintas temáticas vinculadas al turismo. Además, trabaja en la captación de recursos financieros para el desarrollo de proyectos turísticos innovadores.

Esta iniciativa ha supuesto un gran beneficio para todos los agentes

implicados en el destino y ha sido referenciada desde diferentes ámbitos como un ejemplo real del fomento de la inteligencia turística. Gracias a TI-LAB se están desarrollando experiencias piloto para monitorizar flujos turísticos en distintos puntos de la ciudad y para fomentar la implantación de un ecosistema innovador, derivando en nuevos modelos de negocio y una gestión del turismo residencial sustentada en la generación de conocimiento.

Impacto

- Conformación de un equipo de trabajo multidisciplinar coordinado por Marco A. Celdrán Bernabéu, que cuenta con la colaboración de J. Fernando Vera Rebollo, catedrático de la UA y miembro del IUIT, y José Norberto Mazón, director de la Sede de la UA en Torre Vieja y miembro del IUII.
- Desarrollo de primeros proyectos piloto: sensorización para monitorización de visitantes durante el Mundial de Balonmano Femenino o el proyecto piloto turismo residencial y el valor de los datos.

Málaga

Tipo de destino



Cultural
y urbano



Playa

Destinatario



Administración
y gobierno



Proveedor
de turismo

Visualizando la innovación en la administración pública local de la ciudad

M-Vial, herramienta para la gestión de la innovación

Una de las razones por las que Málaga se encuentra a la vanguardia como Destino Turístico Inteligente, es su gran trabajo en el ámbito de la planificación estratégica y la innovación abierta.

A este respecto, Málaga ha implementado la herramienta M-Vial que supone un avance en el despliegue de acciones y definición de objetivos para la innovación a abordar. Gracias a este instrumento, los agentes, tanto públicos como privados, pueden anticipar e investigar las temáticas, los retos, las líneas de acción y las necesidades de innovación pública en cualquiera de sus ámbitos de interés, entre los que se encuentra el turismo.

M-VIAL permite identificar en qué área, ámbito o aspecto se quiere innovar. Se presenta como un nuevo modelo para visualizar la innovación en la Administración Local, ayudando a diseñar la transformación organizativa y reducir la procrastinación innovadora. Otro de sus objetivos es el de ir introduciendo a organizaciones y/o a personas en el mundo de la Innovación Pública (IP), actuando básicamente como una solución de asistencia a la IP que apoya en los procesos de toma de decisiones en cuanto a innovación se refiere.

Respecto a su funcionamiento, consta de una primera parte de ámbito general que ayuda a distinguir qué es IP, qué factores influyen en ella y qué retos de carácter general se pueden presentar. Posteriormente, se centra la innovación en 3 tipologías derivadas: Innovación Organizativa; Innovación Tecnológica, e Innovación Social. Una vez se decide esta

parte, M-VIAL permite establecer retos, por ejemplo, relacionados con el turismo, a los que se asocian objetivos de innovación que se persiguen y, finalmente, unas buenas prácticas y ejemplos que permitan alcanzar ese reto en base a las experiencias de otras administraciones.

Impacto

- Cerca de 30 bloques temáticos de innovación diseñados en las 3 tipologías de innovación derivadas definidas: Innovación Organizativa, Innovación Tecnológica e Innovación Social.

París

Tipo de destino



Cultural
y urbano

Destinatario



Proveedor
de turismo

Actores implicados



Otras
administraciones
públicas



Sector
privado

Welcome City Lab

Laboratorio de innovación dedicado al turismo

París es una ciudad comprometida con la innovación en el sector turístico, como resultado de su inmensa vocación turística. En esta línea, los laboratorios sociales, los centros de innovación y los Sandbox temáticos están ganando cada vez más protagonismo en el desarrollo de nuevas tendencias en la actividad turística.

Los laboratorios de experimentación son espacios de encuentro multi-actor que estimulan el diálogo, el trasvase de conocimientos, y prácticas vinculadas a diferentes temáticas. En el caso del sector turístico, y después del paso de la pandemia COVID-19, suponen una herramienta imprescindible para lidiar con escenarios complejos caracterizados por el incremento de la presión política y la exigencia de recursos públicos para una reactivación turística; o por el establecimiento de nuevos estándares, modelos, e incluso, nuevas demandas de la ciudadanía en materia de sostenibilidad, bienestar y conciliación con las personas habitantes del destino.

Bajo este nuevo paradigma, el laboratorio inaugurado en 2014 bajo el nombre de Welcome City Lab, se erige como un espacio dedicado a la innovación turística en el que hay instaladas numerosas empresas dedicadas al turismo, desde agencias de viajes, a empresas de alquileres turísticos o restauración. Se trata de una iniciativa para estimular la innovación en el turismo en toda su cadena de valor, integrando la primera incubadora del mundo dedicada a este sector.

Creado con el apoyo de BpiFrance, la Oficina de Turismo y Congresos de París y la Direction Générale des Entreprises (DGE), sus miembros fundadores son Groupe ADP, Air France, Galeries Lafayette, RATP, Sortir à Paris, Sodexo, Viparis, ParisInnGroup, Caisse des Dépôts, Atout France y el departamento de Hauts-de Seine.

En la actualidad, esta plataforma de innovación está dirigida por

Paris&Co, la Agencia de Innovación y Desarrollo Económico de París y su Área Metropolitana. Entre los servicios que ofrece, tanto a *start-ups* como a otros agentes turísticos, destacan: un lugar de encuentro, intercambio y coworking, una plataforma de experimentación y una unidad de seguimiento.

Impacto

- Más de 500 *start-ups* incubadas y proyectos de emprendimiento apoyados en 2022.
- Más de 100 socios públicos y privados.

4. Agradecimientos

La presente guía es el resultado de la colaboración de todos los destinos cuyas buenas prácticas han sido finalmente incorporadas a ella, a las que agradecemos enormemente desde SEGITTUR su proactividad y trabajo.

Asimismo, nos gustaría agradecer el trabajo realizado por otros agentes de importancia para esta guía que, si bien no han participado directamente en el desarrollo de la misma, sin duda están contribuyendo al impulso de la innovación turística a lo largo de todo el país.



5. Referencias

Lloret del Mar

- catedraclimentguitart.cat

Benidorm

- benidorm.org/es/smartcity/pagina/benidorm-destino-inteligente
- benidorm.org/es/ayuntamiento/concejalias/innovacion-y-calidad/innovacion/compra-publica-innovadora

Atenas

- synathina.gr/en

Bayona, Hondarribia y Pamplona

- pamplona.es/ayuntamiento/proyectos-estrategicos/creacity

València

- vlctechcity.com
- vitemprende.es/es

Adeje

- adeje.es/apoyo-empresarial/actualidad/15665-encuesta-deteccion-de-necesidades-de-formacion-en-el-ambito-de-innovacion-y-nuevas-tecnologias

Donostia - San Sebastián

- fomentosansebastian.eus/es
- weekinn.fomentosansebastian.eus/es
- weekinn.fomentosansebastian.eus/es/ediciones-antteriores-es/weekinn-2022

Gijón/Xixon

- cdti.es/index.asp?MP=4&MS=0&MN=1&TR=C&IDR=2650
- gijondatalab.com

- milladelconocimiento.com/#milla

Málaga

- mvial.malaga.eu/que-es-m-vial

Murcia

- emprendimiento.murcia.es/innovacion-abierta-colaborativa

Granada

- ciudadinteligente.granada.org/granadaweb/inicio

Castelldefels

- jornadeson.org

Puerto de la Cruz

- culturapuertodelacruz.com/josity

Logroño

- logrono.es/documents/20121/1591280/2021-12-28+Plan+Estrat%C3%A9gico+Logro%C3%B1o+En%C3%B3polis.pdf/079fbee-cf57-90b0-6151-9d18d224f4e1?i=1685653373194

Marbella

- marbella.es/agenda/eventodetalle/33974/-/marbella-is-plan-director-de-innovacion-social-2022.html#formulario

Caravaca de la ruz

- destinosinteligentes.es/soluciones/oficina-de-turismo-digital-24-7

Santander

- santander.es/ciudad/estrategia/plan-director-innovacion
- planestrategicosantander.comt

Segovia

- segovia.es/sites/default/files/Components/File_list/Files/Plan%20E_1_digital_compressed.pdf

Ponferrada

- ponferradainnova.co

Valladolid

- valladolid.es/en/temas/hacemos/plan-estrategico-turismot

Sevilla

- sevilla.org/actualidad/noticias/sevilla-cierra-la-mejor-semana-santa-y-con-el-mayor-despliegue-de-servicios-publicos-de-los-ultimos-anos

Comarcas de Andorra - Sierra de Arcos y Maestrazgo (Teruel)

- thesilentroute.com

Torre Vieja

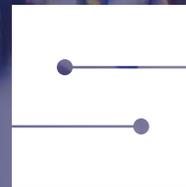
- lab.turismodetorre vieja.com

París

- parisandco.com/sector-expertise2/tourism



Red DTI
Destinos turísticos inteligentes



SEGITTUR
turismo e innovación

destinosinteligentes.es