



Plan de Actuación Turística del Municipio de Alcobendas

Concejalía Delegada de Innovación,
Transformación Digital y Desarrollo Económico y
Movilidad

AYUNTAMIENTO DE ALCOBENDAS

20 OCTUBRE 2021



Ayuntamiento de
ALCOBENDAS

- 0 Contexto estratégico
- 1 Análisis y diagnóstico
- 2 Alcobendas, destino turístico
- 3 Plan de Acción
- 4 Planificación y presupuesto



DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO Y FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS

METODOLOGÍA DE TRABAJO

- **Revisión documental**, estudios e informes, de fuentes públicas y privadas, documentación aportada por el cliente y conocimiento propio: inventarios turísticos, planes estratégicos, observatorios turísticos, estudios de mercado, perfiles de turistas, etc.
- **Entrevistas internas** de coordinación con diferentes áreas del consistorio
- **Entrevistas personales con los agentes clave** dentro del territorio para conocer el pulso del sector turístico público y privado.
- **Encuesta online a las empresas** del territorio para obtener su visión.
- **Trabajo de gabinete** para la definición estratégica y la posterior elaboración del plan de acción.

FUENTES TRANSVERSALES

- A lo largo del proyecto **se han consultado diferentes informes y estudios** relativos a la sostenibilidad, economía circular y el turismo, publicados por distintas fuentes:
 - Informes de Naciones Unidas
 - Informes de la OMT
 - Informes de la Unión Europea
 - Informes del Gobierno de España.
 - Instituto Nacional de Estadística (INE).
 - Infomes de Segittur.
 - Informes de la red de destinos turísticos inteligentes (DTI)
 - Informes de ObservaTUR
 - Medios de comunicación especializados

ACTORES CLAVE DEL TERRITORIO

- En la fase de análisis del territorio, hemos llevado a cabo **24 reuniones y entrevistas** con diversos actores del territorio:
 - Representantes de áreas municipales.
 - Representantes del área Deportiva de Ayuntamiento.
 - Representantes del área de Cultura del Ayuntamiento
 - Representantes del Centro de Arte y representantes del TACA
 - Representantes de FUNDAL, Fundación Deporte Alcobendas.
 - Representantes de AICA y sus comisiones de Hostelería y Educación.
 - Empresas de restauración
 - Representantes de Hoteles.
 - Agencias de viajes
 - Representantes de Universidades (UAM, UE y Comillas)



Contexto estratégico



■ algunos apuntes de interés 1



Impulso de la actividad turística en el municipio desde hace algún tiempo



Turismo de negocios, MICE



Municipio sin tradición turística madura o desarrollada



Apuesta municipal firme y decidida para incrementar el peso del turismo en la ciudad

Desde hace un tiempo, **Alcobendas trata de impulsar la actividad turística del municipio**, promoviendo, en particular, **el turismo de negocios y MICE** (reuniones, incentivos, conferencias y exposiciones), apoyándose en su potente tejido industrial (**16.000 actividades económicas, 500 multinacionales**).

Este enfoque se complementa con otros segmentos, **como son los recursos deportivos o los culturales**, dada la importante oferta de actividades que se programan en estos ámbitos, tradicionalmente orientados a la población local.

Ello a pesar de que, como se reconoce en sus diferentes documentos estratégicos, **el turismo —a día de hoy— no tiene un peso excesivo en el PIB a nivel local** (Plan de Reactivación Económica y Social de Alcobendas 2020, pág. 7) **o no disponer de un patrimonio histórico amplio** (pero sí de reconocido valor, como refleja el Catálogo de Bienes y Espacios Protegidos (pág. 5).

Con todo, la **decidida apuesta del Gobierno Municipal a través de la Dirección General de Desarrollo Económico y Empleo y Alcobendas HUB**, oficina local de promoción y atracción de inversiones, por el desarrollo del turismo en el municipio. Trabajando de modo continuo en esta dirección, con el propósito de incrementar el peso del turismo en su tejido productivo.



Primer municipio de Madrid adherido como Destino Turístico Inteligente



Primer folleto turístico editado por el municipio para promover turismo sostenible y responsable



Nuevo posicionamiento a partir de la iniciativa público-privada

■ algunos apuntes de interés 2

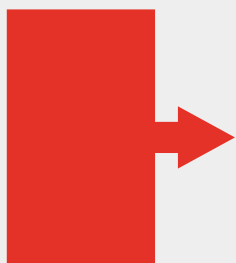
Fruto de este posicionamiento fue, por ejemplo, la presencia en la Feria Internacional de Turismo de Madrid 2020, para tratar de atraer turismo de negocios y, más tarde, su adhesión **como Destino Turístico Inteligente**, distintivo otorgado por Segittur, siendo la **primera localidad madrileña en disfrutar de tal distinción**.

En esta misma dirección, desde junio de 2021, Alcobendas, en su afán de promover el turismo sostenible y responsable, **dispone del primer folleto de turismo de la ciudad**, que se complementa con la dirección web [Descubre Alcobendas](#), iniciativas impulsadas por el Ayuntamiento, en colaboración con Alcobendas HUB.

A este respecto hay que señalar la importancia que tiene en el nuevo enfoque que se desea **impulsar la colaboración público-privada**, tal y como plantea el "Plan Estratégico Lidera 2030" de la Ciudad y la metodología de adhesión a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)

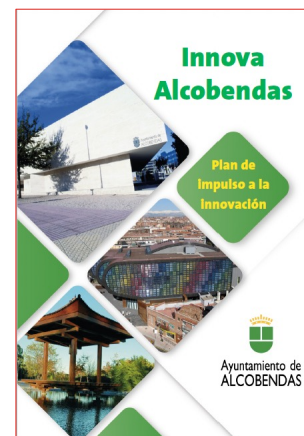
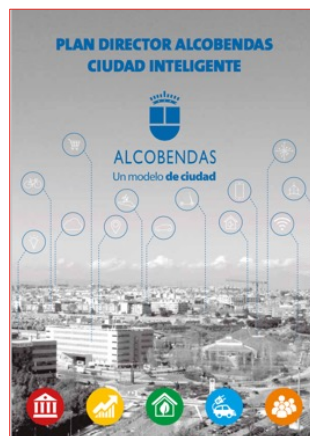
■ LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE ALCOBENDAS

Un municipio con un desarrollo estratégico basado en la participación y la puesta en marcha de proyectos innovadores



Alcobendas posee una planificación estratégica basada en una larga trayectoria, donde el consorcio municipal realiza mediante un proceso participativo la definición de la estrategia municipal.

En la actualidad hay 5 grandes documentos de referencia, el último en proceso de desarrollo.



Análisis & Diagnóstico



■ PUNTO DE PARTIDA

“

El 99% de la ciudadanía se muestra satisfecha de vivir en Alcobendas

“

El 45% de la población mayor de 18 años tiene estudios universitarios y el 14%, estudios secundarios profesionales

Alcobendas es un municipio de la Comunidad de Madrid, de 45,27 km² de superficie, **situado a 17 kilómetros del norte de la capital. Está dividido en cuatro distritos:** centro, norte, urbanizaciones y empresarial.

Goza de una localización privilegiada, a menos de 20 minutos en coche del centro de Madrid, del Aeropuerto Internacional Adolfo Suárez Madrid-Barajas y de las instalaciones del recinto ferial de Ifema.

Dispone de tres vías principales, 20 líneas de autobús, cuatro estaciones de Metro y dos estaciones de tren; incluso cuenta con un servicio especial de autobuses interempresas.

Sus [orígenes](#) se remontan al año **1208**, fecha en la que aparece por vez primera el nombre de "Alcovendas", como parte de la Villa de Madrid, a la que perteneció hasta 1369, año en el que le fue otorgado el estatus de 'señorío' por parte de Enrique II.

También hay documentados diversos vestigios históricos y yacimientos fechados en el Paleolítico, la Edad del Bronce, la Edad del Hierro y la época romana, entre otros momentos históricos.

Según datos del INE (1 de enero de 2020), **cuenta con 118.417 habitantes**, de los cuales el 52,2% son mujeres y el resto (47,8%) hombres.

La población extranjera es de 17.570 personas (7.913 hombres y 9.657 mujeres), cifra que supone un 14,88 % de la población total.

Sus habitantes disfrutan de una notable calidad de vida y, de hecho, **el 99% de la ciudadanía [se muestra satisfecha](#) de vivir en Alcobendas.**

■ 10 VALORES DE POSICIONAMIENTO DESTACADOS

“

Es el sexto municipio de España en renta per cápita y uno de los mayores PIB de la Comunidad de Madrid

Sexto municipio de España en renta per cápita y uno de los mayores PIB de la Comunidad de Madrid.

Disfruta de una baja fiscalidad: es la ciudad con los impuestos más bajos de la Comunidad.

Mantiene unas cuentas públicas saneadas (5ª localidad española) y está considerada como la **ciudad más transparente de España (índice ITA)**.

Es una de las localidades con **menor tasa de desempleo de España (en torno al 9%)**.

Es una de las ciudades más seguras de España (Barómetro de la Seguridad Securitas Direct).

Dispone de casi 2 millones de metros cuadrados de zonas verdes (10 m² por habitante), distribuidos en sus 35 parques.

Ofrece una red gratuita de wifi por la ciudad, con más de 200 puntos de acceso.

Desde 2020 forma parte del **Programa Europeo de Ciudades Inteligentes**.

Primera ciudad de Madrid en obtener el sello Destino Turístico Inteligente.

Con todo, **su gran valor diferencial es su tejido industrial y comercial:**

- ▶ 16.000 actividades económicas
- ▶ 500 multinacionales

■ PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS

“

Desde 2015 hasta el año 2018, el PIB de Alcobendas ha crecido interanualmente en promedio un 3,595% y un 2,699% per cápita

1 Sectores con mayor número de actividades registradas

Comercio y reparación de vehículos
Actividades inmobiliarias
Actividades profesionales, científicas y técnicas
Construcción



2 Sectores que más empleo generan

Información y comunicaciones (18.859 personas empleadas),
Comercio y reparación de vehículos (16.384 personas empleadas),
Actividades administrativas y de servicios auxiliares (13.205 personas empleadas),
Industria manufacturera (11.238 personas empleadas)



Fuente: Diagnóstico Socioeconómico de Alcobendas 2021



MATRIZ DE RECURSOS TURÍSTICOS CON POTENCIAL.



Alcobendas destaca por la gran variedad y cantidad de eventos deportivos y culturales que se realizan a lo largo de todo el año.

Así como en calidad y cantidad de infraestructuras deportivas, alojativas y de restauración.

La carencia de recursos patrimoniales tanto naturales como culturales, así como inmateriales (fiestas y tradiciones) que destaquen confirma que el municipio no es un municipio turístico de los denominados patrimoniales.

En este mismo contexto, puede explorar otros micro segmentos, como son el cinematográfico (14 producciones audiovisuales en 2019) o el de compras (Moraleja Green, Heron Diversia...).

PRODUCTOS IDENTIFICADOS CON MAYOR POTENCIAL PARA DESARROLLAR EL DESTINO



TURISMO DEPORTIVO

Definición del producto

- El **turismo deportivo** es una tipología de turismo en la que el motivo principal del viaje es acudir a un evento deportivo, bien sea como participante o como espectador.

¿Motivaciones para la elección?

- Ayuda a combatir la estacionalidad
- Es una tendencia en alza, existe un boom de práctica del deporte.
- Acceder a perfiles de turistas de nivel adquisitivo medio-alto (internacional).



TURISMO CULTURAL

Definición del producto

- El **turismo cultural** es la forma de turismo basado en la cultura, donde la principal motivación es disfrutar de museos, exposiciones, o eventos culturales como teatros, danza, fotografía, música ...

¿Motivaciones para la elección?

- El excelente abanico de eventos culturales que posee en el municipio
- La existencia de varios museos de relevancia nacional
- Crecimiento de la demanda de este tipo de turismo en la actualidad, debido a la diversidad de eventos de artes plásticas innovadoras



TURISMO DE NEGOCIOS

Definición del producto

- El **turismo de negocios** es el tipo de turismo que se desarrolla en un destino como consecuencia de la actividad empresarial.

¿Motivaciones para la elección?

- Producto altamente demandado.
- Aprovechar el ecosistema empresarial existente en Alcobendas
- Existe una extensa red empresarial activa entorno a este producto.
- Acceder al mercado de Madrid, gracias a la facilidad de comunicaciones.

■ UNA CIUDAD QUE MIRA AL FUTURO

“

El nuevo posicionamiento al que aspira la ciudad se origina en un momento en el que hay un debate nacional sobre la creación e impulso de un nuevo modelo turístico, basado, entre otros puntos, en la diversificación de los polos de atracción

El nuevo posicionamiento al que aspira la ciudad, como destino turístico, se produce en un momento decisivo, en el que hay un **debate nacional sobre la creación e impulso de un nuevo modelo turístico.**

Un modelo que estaría basado en:

- ▶ en el desarrollo equilibrado del potencial turístico de España, repartiendo la riqueza que genera esta actividad,
- ▶ en la diversificación y diferenciación de los productos y recursos, y
- ▶ en la creación de nuevos polos de interés turístico.

Posicionamiento en línea con el propósito de la Comunidad de Madrid, a través del impulso de la marca internacional 'Greater Madrid', basada en la sostenibilidad y la digitalización.

- ▶ El objetivo de este proyecto es mostrar la región madrileña como un conjunto de destinos más allá de la ciudad de Madrid.

Y todo ello, como se ha dicho, **en coherencia con los principios de sostenibilidad y cumplimiento de la Agenda 2030 y los ODS**, tal y como dicta también el Plan Director Alcobendas Ciudad Inteligente, uno de cuyos ámbitos clave es, precisamente la sostenibilidad, tanto en su dimensión económica como ambiental.



■ TURISMO DE NEGOCIOS



“

En Alcobendas existe actividad turística asociada a los negocios, con su correspondiente oferta y demanda turística*

(*) DTI: Informe de Diagnóstico y Plan de Acción de Alcobendas (página 27)

Turismo de negocios & MICE

Esta vertiente resultaría **consecuencia directa de la intensa actividad económica que despliega el municipio.**

Este segmento, ahora en un momento de demanda latente, **era hasta la pandemia uno de los de mayor crecimiento en el ecosistema del turismo y los viajes.**

La disposición de tal número de actividades económicas (16.000; 500 de ellas multinacionales) hace de este destino **un lugar óptimo para la celebración de eventos y congresos corporativos**, comúnmente conocido como turismo MICE.

Hay que decir, llegado este punto, que **el turismo de congresos genera más de 6.000 millones de euros al año**, y el gasto por persona al día (208€) supera al turismo de sol y playa (146€).

El ariete de esta estrategia puede ser Net Pharma, único HUB farmacéutico de España.



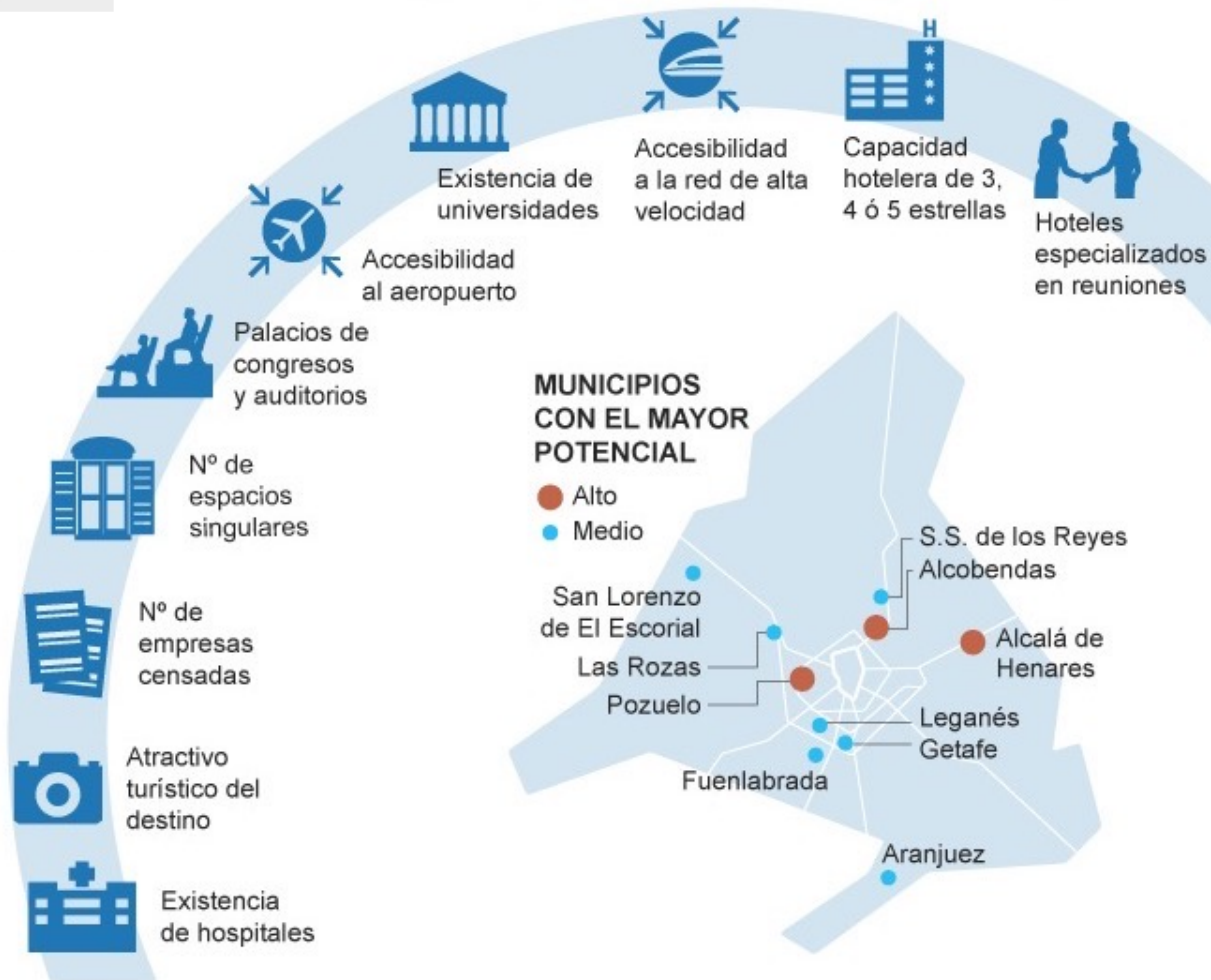
■ TURISMO DE NEGOCIOS

Turismo de negocios / MICE

Según un [estudio](#) realizado por la Comunidad de Madrid, **Alcobendas sería uno de los municipios mejor preparados para albergar convenciones y eventos.**

Este mismo informe estimaba un impacto económico de este nicho de mercado en la región de **5.000 millones de euros anuales.**

El gráfico que se acompaña forma parte de la información recogida por el diario El Mundo, a partir de un estudio de EY.





■ TURISMO DEPORTIVO



“

Alcobendas es un destino recomendado por Turismo de Madrid para la práctica del turismo de golf

Turismo deportivo

Desde hace años, Alcobendas es un referente deportivo nacional.

Ha obtenido en dos ocasiones la máxima distinción que otorga nuestro país, el **Premio Nacional del Deporte (1983 y 2005)**, por sus iniciativas para el fomento del deporte y la dotación de instalaciones comunitarias.

Cuenta con un nivel de equipamientos e instalaciones muy notable, entre ellos la Ciudad Deportiva Valde las Fuentes, un complejo acuático único en España. **El 85% de su población, además, practica algún deporte.**

Forma parte de la Red de Ciudades por la Bicicleta. Cabe destacar igualmente en este apartado su itinerario de rutas saludables.

Conviene reseñar también que el municipio —concretamente las instalaciones del Real Club La Moraleja— es un **destino recomendado por [Turismo de Madrid](#) para la práctica del turismo de golf**, incidiendo en sus cuatro campos de 18 hoyos y el diseño del circuito, a cargo de Jack Nicklaus, considerado por muchos como el mejor golfista de la historia.

En la actualidad hay gran variedad y cantidad de eventos deportivos y competiciones municipales, regionales, nacionales e internacionales.



■ TURISMO CULTURAL



“

La intensa agenda de actividades culturales puede suponer un elemento dinamizador de este tipo de turismo

Turismo cultural

La disposición de equipamientos y dotaciones de elevada calidad, y una programación de eventos de altura, **podría afianzar este segmento especializado**, de interés para el público excursionista de la ciudad de Madrid.

- ▶ Desde el Teatro Auditorio de Ciudad de Alcobendas, se ofrecen a lo largo del año una gran variedad de artes escénicas: obras de teatro de carteles nacionales, conciertos, festivales, danza, musicales, etc.

La intensa agenda de actividades del fin de semana, relacionadas con las artes plásticas que se desarrollan en los equipamientos de la ciudad puede suponer también un **elemento dinamizador de este tipo de turismo**.

- ▶ A modo de ejemplo: el Centro de Arte Alcobendas programó entre junio de 2020 y julio de 2021 un total de 25 exposiciones, 61 talleres y 58 representaciones teatrales. En conjunto, 71.000 personas asistieron a los eventos culturales.



■ TURISMO CULTURAL



“

El singular Museo del Bonsái, alberga una de las mejores colecciones de bonsái fuera de Japón en cuanto a variedad y calidad.

Turismo cultural

La diversidad de las propuestas, cómo puede ser **el singular Museo del Bonsái Luis Vallejo** que, **alberga una de las mejores colecciones de bonsái fuera de Japón**, en cuanto a variedad y calidad de sus ejemplares. Además de ejemplares autóctonos, **la colección cuenta con muestras de maestros japoneses destacados**, entre los que figuran Masahiko Kimura, Saburo Kato, Hiroshi Takeyama o Shinji Suzuki. Y cómo curiosidad, entre sus piezas (cerca de 200) **aloja también un árbol 'zolkova', regalado por García Márquez al ex presidente Felipe González.**

Puede ser un acicate importante en esta misma vertiente la **recién inaugurada Escuela de Circo**, una nueva forma de arte innovadora en un espacio singular como el Invernadero.

Por otro lado, la existencia del Museo Nacional de Ciencia y Tecnología, así como el Museo del Baloncesto, dos infraestructuras a nivel nacional, se pueden convertir en reclamos y palancas dinamizadoras, buscando convenios de colaboración.

Alcobendas

Destino turístico





LA VISIÓN DE LOS ACTORES CLAVE ENTREVISTADOS

COMPETENCIA

Madrid no es competidor de Alcobendas porque son dos realidades completamente diferentes e incomparables, pero si **pueden llegar a ser destinos complementarios** para ciertos segmentos de turistas

DESCONOCIMIENTO

A excepción del Muncyt o el polideportivo Valde las Fuentes, **los recursos turísticos de Alcobendas son, en general, muy desconocidos** para la mayor parte de los entrevistados

BUSINESS TRAVEL

Existe unanimidad en señalar al **turista de negocios** como el más interesante para Alcobendas, **el que aporta más valor** y por tanto sobre el que se debe seguir construyendo la estrategia turística

VALORES

Percepción generalizada muy positiva de Alcobendas, con buenas infraestructuras y servicios, con espacios abiertos y verdes, bien comunicada, cerca de todo, una ciudad amable para vivir, trabajar o visitar.

POSICIONAMIENTO

El posicionamiento turístico de Alcobendas es prácticamente nulo, es una ciudad para vivir, para alguno, "Incluso es un choque mental pensar en Alcobendas y en turismo".

MEJORAS

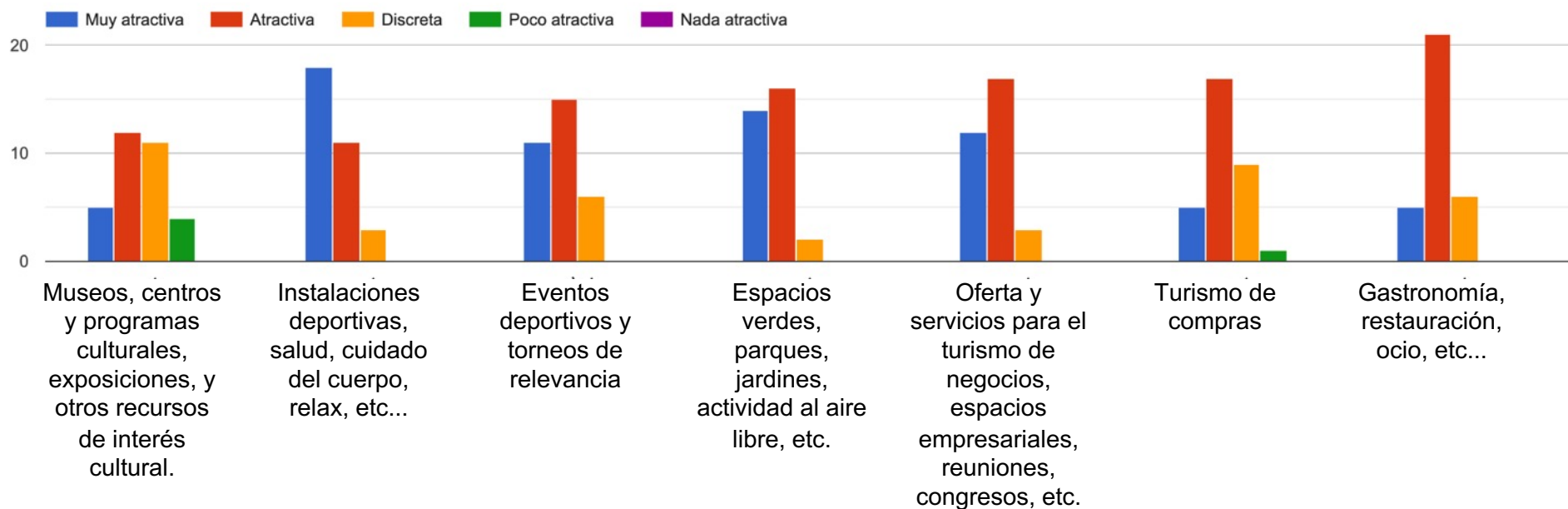
Tan solo existen **dos puntos de mejora** destacables en todas sus reflexiones, por un lado la congestión de la A1 y por otro, aunque en menor medida, la reconversión de la zona centro.





ATRACTIVO DE LA OFERTA TURÍSTICA

P1. Según su opinión, valore el atractivo y relevancia de la oferta turística que ofrece Alcobendas a sus visitantes

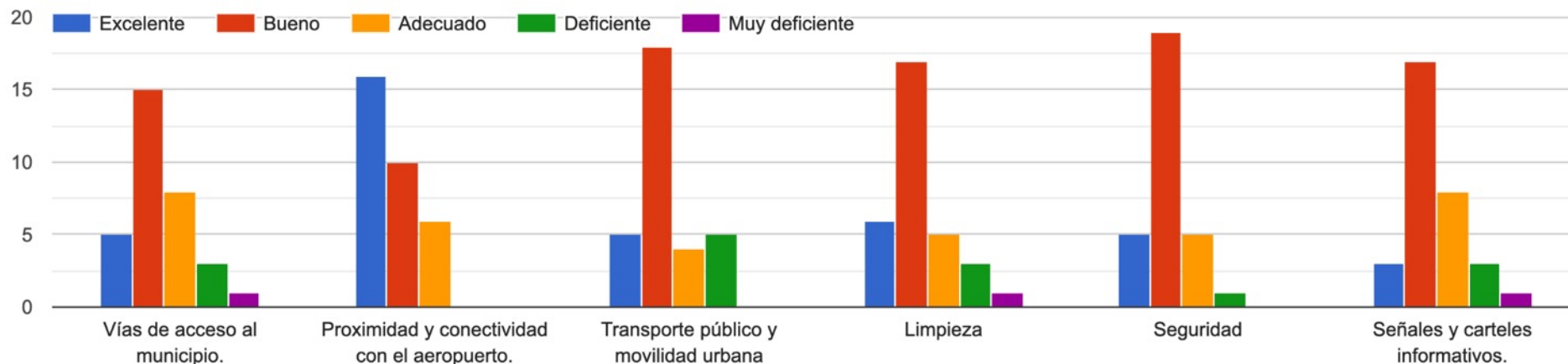


- Las instalaciones deportivas son en su conjunto lo más atractivo desde el punto de vista turístico para los entrevistados
- Por el contrario, los recursos vinculados al turismo cultural y de compras son los que han tenido más referencias a una oferta poco atractiva o discreta.



INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS

P4. Desde el punto de vista turístico ¿Cómo valora las siguientes infraestructuras y servicios que ofrece el municipio a sus visitantes?

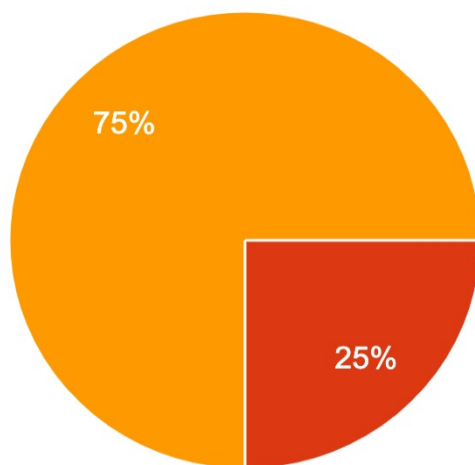


- Existe unanimidad entre los que opinan que la proximidad y conectividad con el aeropuerto es el aspecto más relevante, lo cual es valor fundamental para la actividad turística, si bien observamos que el resto de aspectos han sido también calificados “buenos” mayoritariamente.
- Los puntos de mejora serían por contra el transporte público, vías de acceso, limpieza o la señalética



POSICIONAMIENTO DE MARCA

P5. Cuándo un turista piensa en Alcobendas ¿sabe exactamente lo que le puede ofrecer como destino turístico, su posicionamiento es claro?



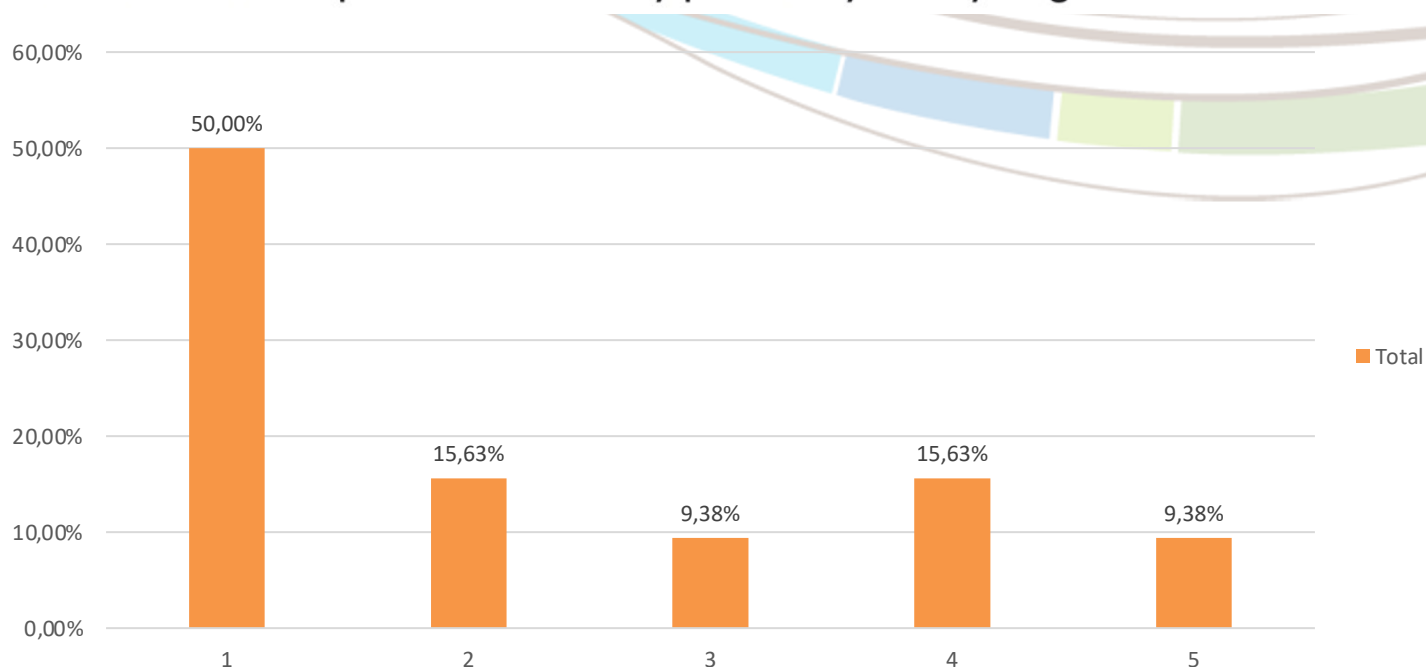
- Si, Alcobendas esta claramente posicionado como destino turístico y los visitantes saben lo que el destino les ofrece
- Alcobendas no está claramente posicionado como un destino turístico, pero el visitante si puede tener una idea de lo que le puede ofrecer.
- No, Alcobendas no está en la mente del turista como destino turístico y no sabe que le puede llegar a ofrecer.

- También existe unanimidad entre los que opinan, casi 8 de cada 10 encuestados, que Alcobendas adolece de un claro posicionamiento turístico y que no estamos en la mente de los turistas (25%) y por tanto nuestra oferta es desconocida para la amplia mayoría.



VALORACION DE LA INICIATIVA

P10 ¿Cómo valoras la iniciativa del Ayuntamiento de Alcobendas de potenciar y promover la actividad turística del municipio? Siendo 1 muy positivo y 5 muy negativo



- Por último también hemos testado el grado de apoyo a la iniciativa que se plantea, siendo muy positiva la opción elegida por el 50% de los mismos, y un 65% de opinión favorable.
- Cabe reseñar también 1 de cada 4 tiene una opinión negativa del proyecto, viendo el aumento de la actividad turística como una amenaza al estado de bienestar actual de los residentes.

FACTORES INTERNOS

FACTORES EXTERNOS

ANÁLISIS DAFO



FORTALEZAS

- Un **extenso y consolidado tejido empresarial** que ya está utilizando los servicios turísticos de alojamiento, restauración, etc.
- La **excelente ubicación** que sitúa a Alcobendas a tan solo 20 minutos del centro de Madrid, del aeropuerto o de la naturaleza.
- Una gran **diversidad y calidad de las infraestructuras y los servicios** del municipio (Polid deportivos, Museos, Teatros, Centros Culturales, Centros Comerciales, parques verdes urbanos, hoteles, restaurantes, campos de golf, hípica, etc)



DEBILIDADES

- La falta de un **órgano gestor** con recursos propios para desarrollar adecuadamente la estrategia y la actividad turística.
- **Falta de posicionamiento** de la identidad turística del municipio.
- La **congestión de la principal vía de acceso** al municipio y al tejido empresarial, la carretera N1.
- Falta de **embellecimiento** de la **zona centro**



OPORTUNIDADES

- Construir desde el inicio una estrategia turística moderna basada en los parámetros de los Destinos Turísticos Inteligentes.
- Ver a Madrid como un destino turístico complementario, como una palanca en la que apoyarnos y no como un competidor.
- La creación de **productos turísticos culturales y deportivos** que pueden complementar el turismo de negocios (Bleisure).
- Aprovechar las infraestructuras y servicios ya existentes para llegar a otros segmentos como los equipos deportivos de alto rendimiento
- Vincular la potente comunidad educativa y los excelentes servicios del municipio para desarrollar eventos y actividades que generen notoriedad y atraigan turistas.



AMENAZAS

- Que los residentes vean la apuesta turística de Alcobendas como una actividad que **distorsiona su actual estado bienestar** (Turismofobia).
- La congestión de la A1 puede llegar a **frenar nuevas inversiones** empresariales y el desarrollo turístico asociado.
- No contar con la **inversión económica y de recursos**, necesarios para la puesta en marcha del nuevo programa, así como modelo de gestión.



ASPECTOS ESTRATÉGICOS A CONSIDERAR PARA EL DESARROLLO DEL PLAN DE ACCIÓN

Posicionar Alcobendas como **destino turístico de negocios en el mercado nacional e internacional**, poniendo en valor su inmejorable ubicación y sus excelentes infraestructuras y servicios.

Complementar el turismo de negocios con **una oferta turística deportiva, cultural y gastronómica diversa y de calidad**, que aumente la potencialidad del destino, tanto en el segmento de negocios (Bleisure) como en el resto de segmentos.

Generar y consolidar una **estructura estable de colaboración público-privada** entre las instituciones (Ayuntamiento, Fundaciones, Universidades y Asociaciones) y el sector privado, buscando la eficiencia en la acción de promoción turística del municipio.

Promover la **participación del sector privado en la gestión y promoción del destino**, especialmente en aspectos de competitividad y en la generación y comercialización de productos.

Asociar la marca a los productos turísticos estratégicos y a **los atributos identitarios** de Alcobendas; moderna, emprendedora, accesible, sostenible y tecnológica.

Impulsar la **calidad de los servicios turísticos, como elemento diferenciador**. La calidad se identifica como herramienta imprescindible para desarrollar, consolidar y mejorar la competitividad de las empresas y del destino.

Plan de acción



PROPUESTA DE ACCIONES A DISEÑAR PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL DESTINO ALCOBENDAS

