



CONSEJO MUNICIPAL DE TURISMO

Centro de Arte de Alcobendas
19 abril 2023

A L C O B E N D A S

Alcobendas

Destino Turístico Inteligente (DTI)

El Consejo Municipal de Turismo, es un foro de participación y consulta entre el sector privado y las áreas municipales, con el objeto de posicionar a Alcobendas dentro del sector turístico de negocios, deportes y cultura, contribuyendo a la mejora de la ciudad, para la satisfacción de visitantes y residentes.





A este foro, celebrado el 19 de abril de 2023 en el Centro de Arte de Alcobendas, acudieron 22 representantes de los sectores público y privado del municipio.

Las acciones que se expusieron y las nuevas que se propongan, han de estar en el marco de estos ejes de trabajo:



• Eje de la Tecnología

• Eje de la Sostenibilidad

• Eje de la Gobernanza

• Eje de la Innovación

• Eje de la Accesibilidad



APORTACIONES-LLUVIA DE IDEAS

Qué necesita Alcobendas para posicionarse como DTI



Visitantes para eventos deportivos: qué tipo de público es (familias, jóvenes...) y en función de ello, proponerles experiencias personalizadas que complementen su estancia.



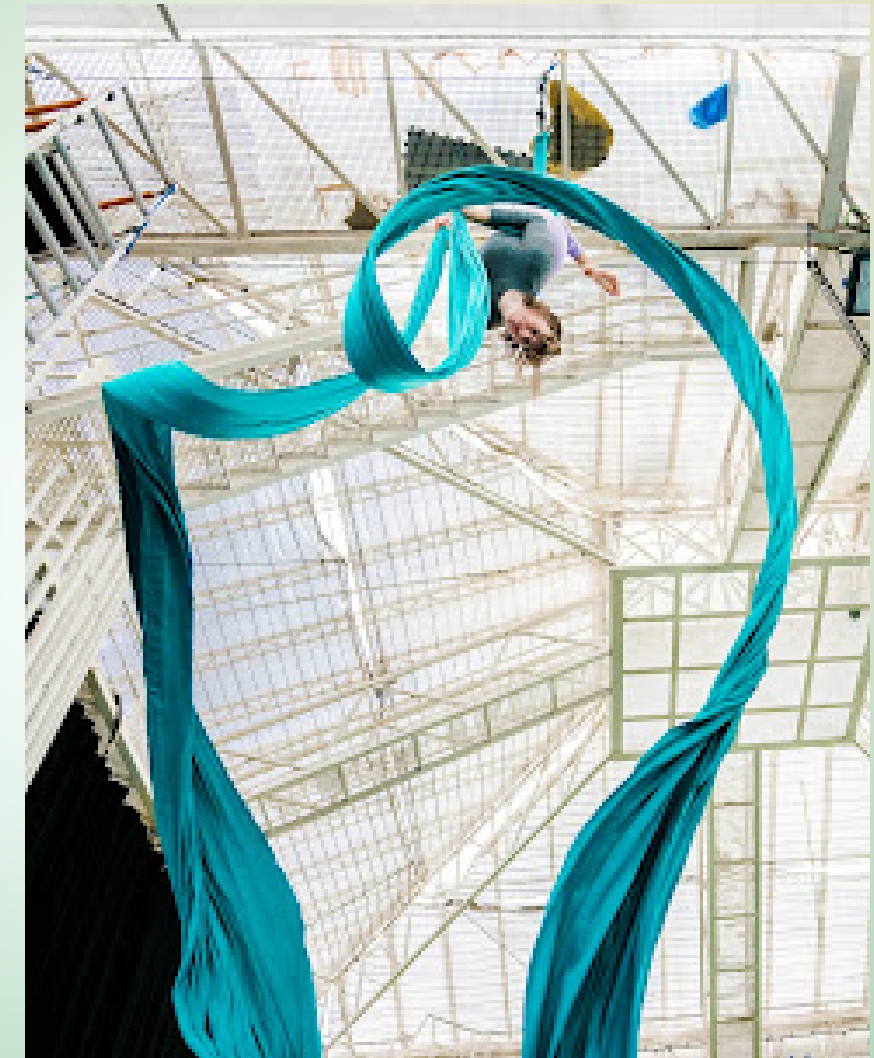
Interconexión entre las áreas de la ciudad que ofrecen paquetes de experiencias (Convenios con Nort taxi, por ejemplo). Ofrecer también micromovilidad (bicis, coches eléctricos...).

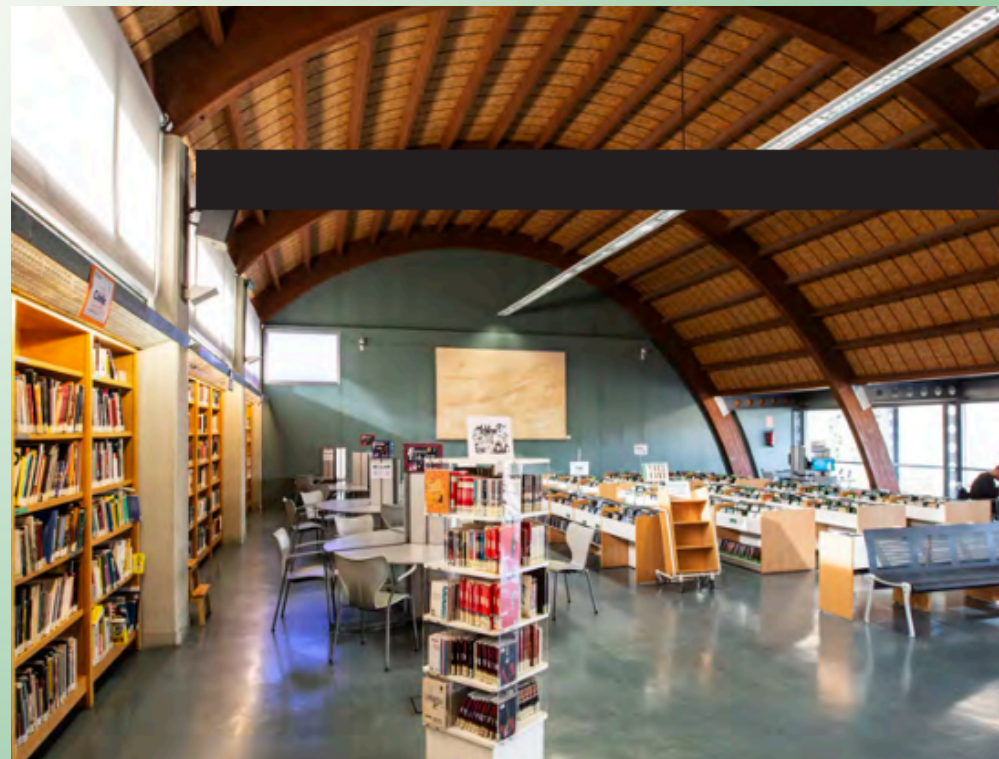


Posibilidad de movilidad circular: transporte público que pase por los puntos de interés turístico del municipio.



Visibilidad digital: Necesidad de recoger datos de los turistas que vienen, qué les interesa, qué buscan, qué han utilizado. Enviarles notificaciones. Si se consigue saber cuál ha sido su interés y qué han disfrutado de la experiencia, lo recordarán y repetirán.





APORTACIONES-LLUVIA DE IDEAS



Generación de experiencia turísticas, con la colaboración del sector privado.



Etiquetar los recursos en categorías de interés. Por ejemplo: lugares para personas mayores, para colectivo LGTBI, para jóvenes, accesibles, para familias...



Dar visibilidad a lo que hay y difundirlo.



Se requieren herramientas de comunicación y colaboración para planificar, gestionar...



QR, beacons, notificaciones APP. La información ha de llegar al turista aunque no interactúe cuando está aquí.

APORTACIONES-LLUVIA DE IDEAS



Tener en cuenta que Alcobendas ha sido por ejemplo lugar de rodajes. Es necesario difundirlo para atraer a productoras.



El objetivo del Observatorio es conocer el perfil del visitante, para poder ofrecerle experiencias turísticas adaptadas. Los hoteles por ejemplo se tienen que comprometer, alimentando con datos este observatorio.



Potenciar los puntos fuertes de Alcobendas.



Es necesario un buscador potente para que al turista le resulte fácil acceder a la información que hay.



Es necesaria una herramienta de planificación y de coordinación entre el sector público y privado, que gestione todas las actividades que hay en Alcobendas para evitar coincidencias. Además de una agenda pública en la web que muestre todos los eventos con suficiente antelación.





APORTACIONES-LLUVIA DE IDEAS



Es necesario colocar la información de turismo de Alcobendas en lugares especializados (públicos y privados) que lleguen a otros niveles y estratos, para atraer a potenciales turistas.



Hay que conseguir un cambio en el imaginario colectivo de Alcobendas, que es una ciudad con gran cantidad de eventos culturales, deportivos, artísticos, empresariales, asociativos..., y apenas se conocen estos eventos, ni siquiera por la ciudadanía. Cambio en los medios de difusión. El SieteDías no es buen medio.



Es necesario un inventario de recursos turísticos de Alcobendas, que contenga información de calidad, y cree relaciones entre los diferentes recursos, de tal manera que se puedan crear experiencias, rutas turísticas... Necesaria geolocalización.

APORTACIONES-LLUVIA DE IDEAS



Para 2024 habrá un APP de Alcobendas con lo qué se puede hacer en la ciudad.



Es necesario identificar y comunicarse con los prescriptores.



Es necesario solicitar feedback al turista, sin olvidar que se trata de datos personales, y hay que tener en cuenta cómo se adquieren, cómo se gestionan, así como la emisión de informes y resultados a partir de los mismos.



Potenciar una identidad disruptiva que posicione Alcobendas como marca turística singular.



Es necesaria una difusión en redes sociales, utilizar herramientas tecnológicas de apoyo para la promoción de eventos, experiencias, actividades que se estén realizando.

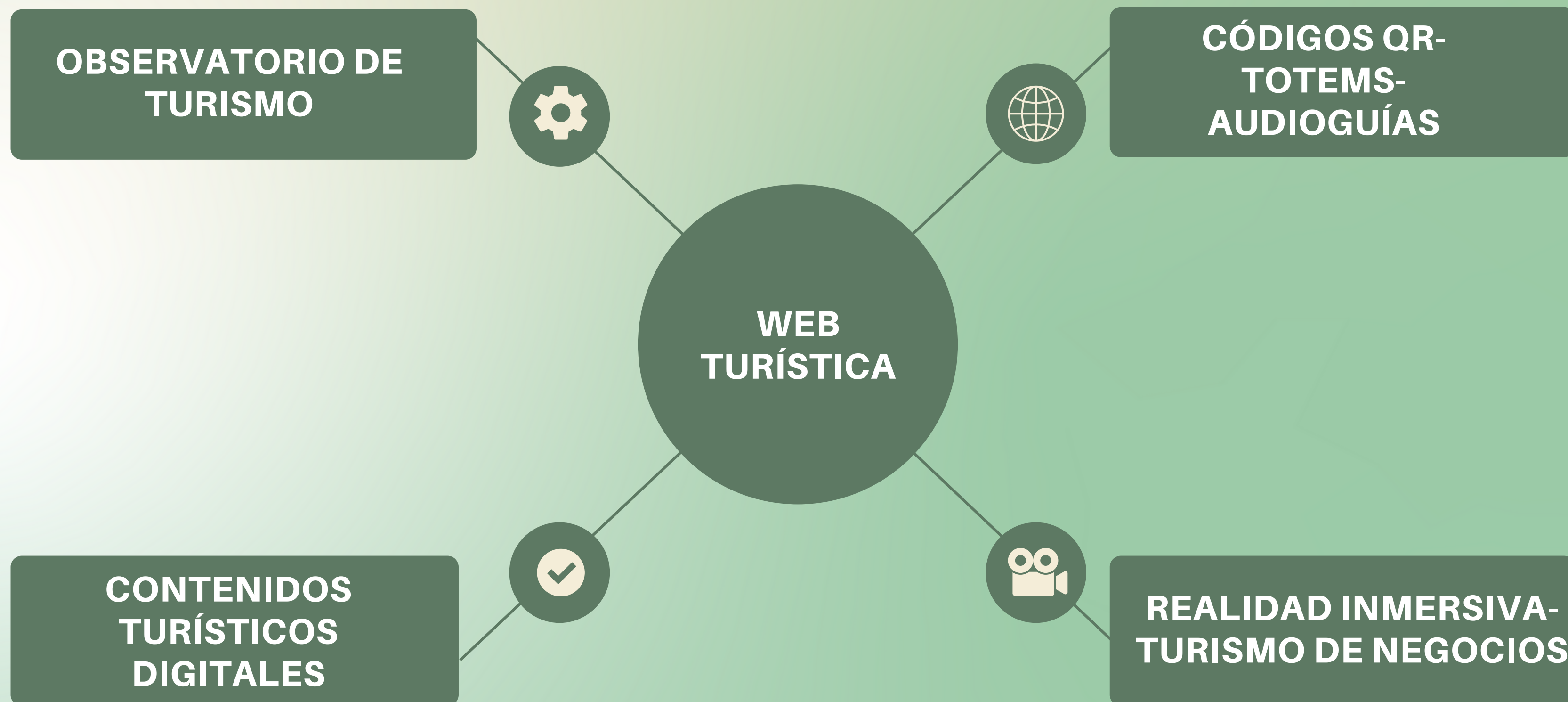


Crear un buen catálogo de los recursos que hay: Información bien estructurada y fácil; buena difusión y agendas compartidas.



GRUPOS DE REFLEXIÓN Y PROPUESTAS

Objetivo: realizar aportaciones a las fichas que desarrollan las distintas acciones del Proyecto de Digitalización e innovación del turismo en Alcobendas.



OBSERVATORIO DE TURISMO

Herramienta digital que identifique e integre diferentes entradas de información, para la creación de un sistema de inteligencia turística, que ayude al sector público y privado en la planificación y la gestión.

Qué información sería la más relevante para que os ayude/
Qué se podría incluir/cómo podríais participar/qué necesitáis saber...



- Estrategia centrada en el dato.
- Transformación de información en conocimiento a través de herramientas tecnológicas o bien a través de técnicas que lo interpreten.
- Identificación de fuentes y contenidos.
- Información clave de los hoteles, buscan interpretación de datos con ellos.
- Origen de datos: Gestores de eventos, oficinas de información, hoteles, entrevistas claves.
 - Operadores de telefonía móvil.
 - Proveedores de gastos turístico (principalmente BBVA, también MASTERCARD)
- Espacio de datos de turismo- Atención al proyecto estatal de GAIA-X: buscar enlace con el conector de datos.



- Número de visitantes/sectores /fechas



- Todos eventos público-privado.
- Puntos interés Alcobendas (actividad, ocio, gastronomía, etc...).



- Conjunto de datos segmentados.
- Crear APP para descargar los datos (hoteles, centros comerciales, instalaciones).
- Crear un índice que agrupe todos los indicadores relacionados. Posibilidad de conectarlo a la plataforma IDDIGO.
- Información y apoyo para solicitud y gestión de subvenciones.



- Consolidación de la oferta.
- Compartir calendarios.
- Difusión de eventos.



- Categorizar - Indexar.
- Personas - Intereses - Sitios o actividades.
- Incluir actividades operadores.



- Web similar a las de Madrid:
 - Ocio en Madrid.
 - esmadrid.com
 - hoymadrid.app

CONTENIDOS TURÍSTICOS DIGITALES

Repositorio de recursos turísticos públicos y privados, de negocios, culturales, deportivos, comerciales, de ocio, de restauración... (actualmente alimenta la web)

Paquetes turísticos, paquetes de experiencias, ideas de marketing, de promoción de su producto, agenda de eventos, cómo vender lo que hay en alcobendas...

CÓDIGOS QR- TOTEMS- AUDIOGUÍAS

Herramientas de señalización e información, que facilitan el acceso a los contenidos turísticos y la interacción con el visitante.

Qué contenido-información debería tener cada uno de ellos para motivar su uso y para atraer a los recursos existentes/ lugares de colocación...



- Totems:
 - Orientado a criterios.
 - Dudas sobre la efectividad de los totems, preferiblemente comunicación a través de app, web...
 - Orientación a contenidos en la difusión.
- Audio guías:
 - Especialización de audioguías: población infantil, senior...
 - Accesible desde móvil.
 - Atención a videoguías.
- QR:
 - Beacons- no invasivo.
- Ubicaciones:
 - Museos, polideportivos, tren, metro, hoteles.
 - QR - masivo (restaurante, ocio, comercio).
- Contenido:
 - Accesible.
 - Información no masificada.
- Agenda de eventos (a futuro - día/semana)
- Municipales público/privado (¿cómo se alimenta?)
- Acceder a la información transporte/movilidad.
- Información categorizada
 - Personas ↔ ◦ sitios/centros interés/actividades



- Museo Nacional de Ciencia y Tecnología.
 - Medios:
 - Colección única.
 - Interactivos.
 - Auditorio (salón de actos).
 - Sala polivalente.
 - Posibles espacios para eventos.
 - Talleres y actividades para público infantil y juvenil.
 - Equipo de atención al público que atiende visitas guiadas y otros eventos.
 - Equipo de comunicación fuerte (FECYT-Ministerio de Ciencia e Innovación).
- Parques.
- Centros Comerciales y Arte.
- Centros Municipales.
- Hoteles.
- Zonas Concurridas.

REALIDAD INMERSIVA-TURISMO DE NEGOCIOS

Repositorio de videos de realidad virtual 360°, de espacios singulares y novedosos, públicos y privados, para la realización de eventos de negocios.

Qué espacios consideráis que deberían estar, cuáles son prioritarios, cómo podéis contribuir con vuestros propios medios para ampliar la oferta y que sea atractiva...

OTRAS PROPUESTAS



- Alinear con los ODS's Agenda 2030
 - Impactos directos e indirectos en cada ODS.
 - Impactos positivos o "negativos" en cada ODS.

} Priorizar los proyectos por estos impactos.



- Gestión de riesgos:
 - Cómo afectan los proyectos a la ciudadanía (no presentes aquí).
 - Explicar bien a la ciudadanía los beneficios de los proyectos.



- Oferta Hotelera asequible y segmentada (a albergues juveniles - circo).



El Foro en imágenes

**CONSEJO
MUNICIPAL**
FORO SECTORIAL 

**TU
RIS
MO**

AICA

Centro Comercial El Encinar

Centro Comercial Moraleja Green

Cervecera Península

Club Balonmano Alcobendas

El Invernadero Alcobendas

Est_Art

FUNDAL

Hotel Hilton

Indra Minsait

MUNCYT /Secretaría General de Investigación

(Ministerio de Ciencia e Innovación)

Representantes de las áreas municipales:

educación, deportes, servicios interactivos, informática,
medio ambiente, Hub, infancia, adolescencia y
juventud, planificación y evaluación, turismo y
participación ciudadana.

**Gracias por vuestras
aportaciones en esta
reunión del Consejo
Municipal de Turismo**

ALCOBENDAS DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Estamos a vuestra disposición:

Teléfono 916597600

Extensiones 2410 y 2342

turismo@aytoalcobendas.org