



AGENDA DIGITAL LOCAL
galicia-norte portugal

PALMA DE MALLORCA

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Vila do Conde

25 y 26 de noviembre de 2013

Ciudades Inteligentes ... ó ¿Destinos Turísticos Inteligentes?

Diferencias clave entre una ciudad inteligente y un destino turístico inteligente

- 1.- El Destino Turístico Inteligente **viene impulsado** por el **sector turístico**, tanto **público como privado**.
- 2.- El **público objetivo** es el **turista**, no el **ciudadano**
- 3.- La oferta está constituida por **experiencias turísticas** que se viven en un destino
- 4.- La **interacción** va más allá de la propia estancia en la ciudad
- 5.- Los destinos inteligentes están ligados **al incremento de competitividad** del mismo y a la **mejora de la experiencia del turista**.

DESTINOS TURÍSTICO INTELIGENTES. PILOTOS

ISLAS CANARIAS

1. El Hierro
2. La Gomera
3. Gran Canaria

ISLAS BALEARES

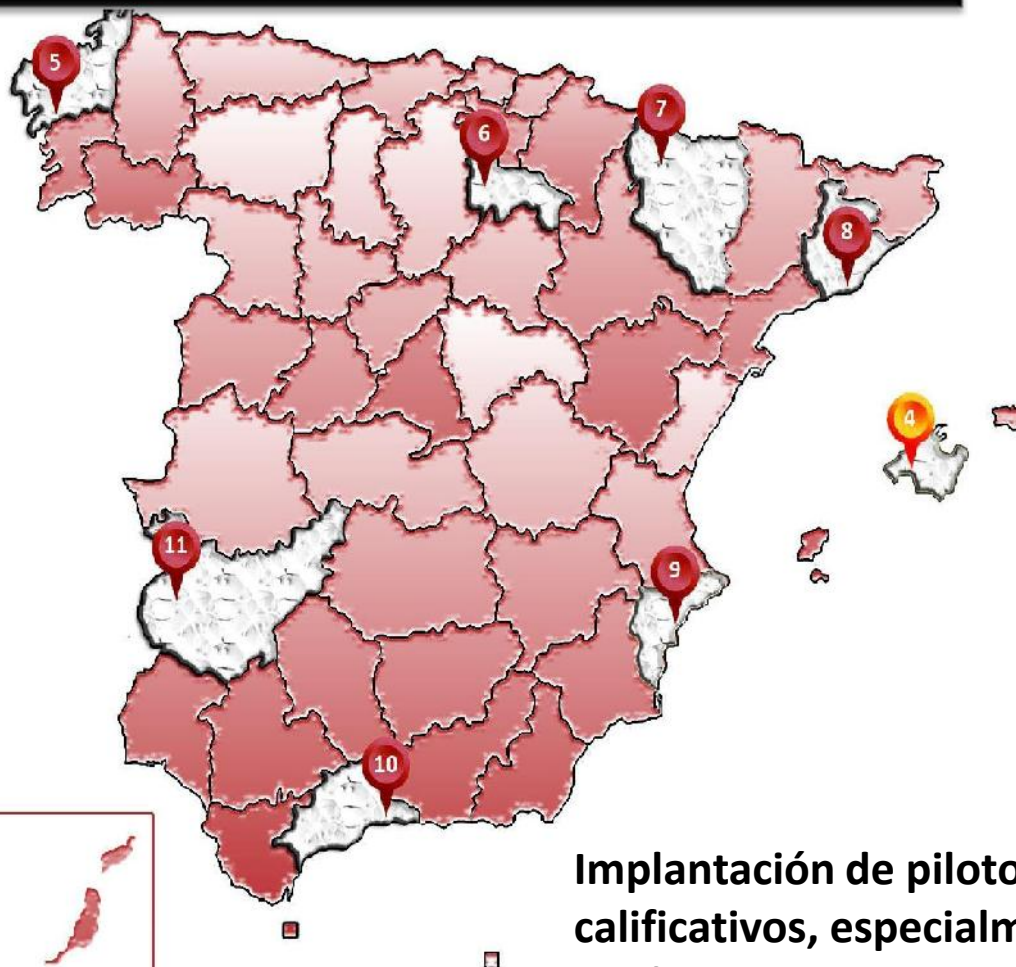
4. Palma de Mallorca

PENÍNSULA

5. Santiago de Compostela
6. Haro, La Rioja
7. Jaca, Huesca
8. Castelldefels, Cataluña
9. Villajoyosa, C.Valenciana
10. La Axarquía, Málaga

POCTEP

11. Badajoz, Extremadura + Elvas, Portugal



Innovación
Tecnología
Accesibilidad
Sostenibilidad

Implantación de pilotos demostrativos o
calificativos, especialmente en destinos
maduros

PASOS HACIA UNA SMARTDESTINATION

Adhesión
a la ENOLL
Red Europea de
Living Labs



Proyecto
ToT
y CIVITAS
Aprobado



Adhesión a la nueva
Red Española de
ciudades inteligentes



Creación de la
SmartOffice



2010-2011

2012

2013

Plan de reconversión
Zona Playa de Palma
destino turístico
maduro



Creación de la primera
fundación española
pública privada
para la promoción
del destino



Adhesión al
Comité Técnico
de Normalización sobre
Ciudades Inteligentes.
SC Destinos Inteligentes

AENOR

Elaboración
Plan director
SmartDestination
Palma



¿PORQUÉ UNA SMARTDESTINATION?

- Porque es el único remedio conocido para **CONFLUIR CON LAS POLÍTICAS EUROPEAS Y NACIONALES** sobre el futuro de las ciudades y destinos
- Ofrecer servicios innovadores a los turistas, a las empresas y a los gestores públicos del destino
- Ser la primera SmartDestination de España y Europa orientada a un destino turístico maduro y en proceso de reconversión
- Porque éste debe ser un **PROYECTO TURÍSTICO TECNOLÓGICO ESPEJO** para otros destinos turísticos maduros y en proceso de declive de la costa española
- Porque sólo solucionaremos los problemas actuales aplicando nuevas lógicas, aplicando el I+D+i

Fundación 365

Fundación Turismo

PALMA 365
DE MALLORCA



Organismo mixto cuya finalidad es la promoción y el fomento del turismo en la ciudad de Palma de Mallorca en temporada media y baja.

PARTICIPANTES

3 PATRONOS PÚBLICOS

- Ajuntament de Palma
- Autoritat Portuària de Balears
- AENA

3 ASOCIACIONES

- FEHM
- AFEDECO y PIMECO Restauración
- FBT

27 PATRONOS

TRANSPORTE Y LOCOMOCIÓN

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| •Acciona Transmediterrànea | •Balearia |
| •Air Berlín | •Air Europa |
| •Sixt rent a car | •Ibacar Premium |

ALOJAMIENTO

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| •Arabella Hospitality | •Riu Hotels & Resorts |
| •Iberostar Hotels & Resorts | •Meliá Hotels International |
| | •Pabisa |

TOUOPERACIÓN

- | | |
|-------------|--------------------|
| •Logitravel | •Low cost Holidays |
| •TUI Travel | •Grupo Soltur |
| •BC Tours | •SideTours |

OFERTA COMPLEMENTARIA

- | | |
|-------------------|-----------------|
| •City Sightseeing | •Palma Aquarium |
|-------------------|-----------------|

OTROS SECTORES

- | | |
|-------------------|---|
| •Havas Media | •Grupo Serra (Mallorca Magazin, Daily Bulletin, Vesti Mallorca) |
| •Grupo Cursach | •Unisport Consulting |
| •Malla Publicidad | •Grup Trui |
| •The Atomic Idea | •Insel Radio |
| •Dome Consulting | |

ACTUACIONES CLAVE

- **Misión:** Reforzar la proyección e imagen exterior de Palma de Mallorca como destino turístico urbano diferenciado en base a una oferta de actividades diversificada, competitiva y de calidad.

1



PROMOCIÓN

2



EXPERIENCIAS

3

I ♥
Palma

MARCA

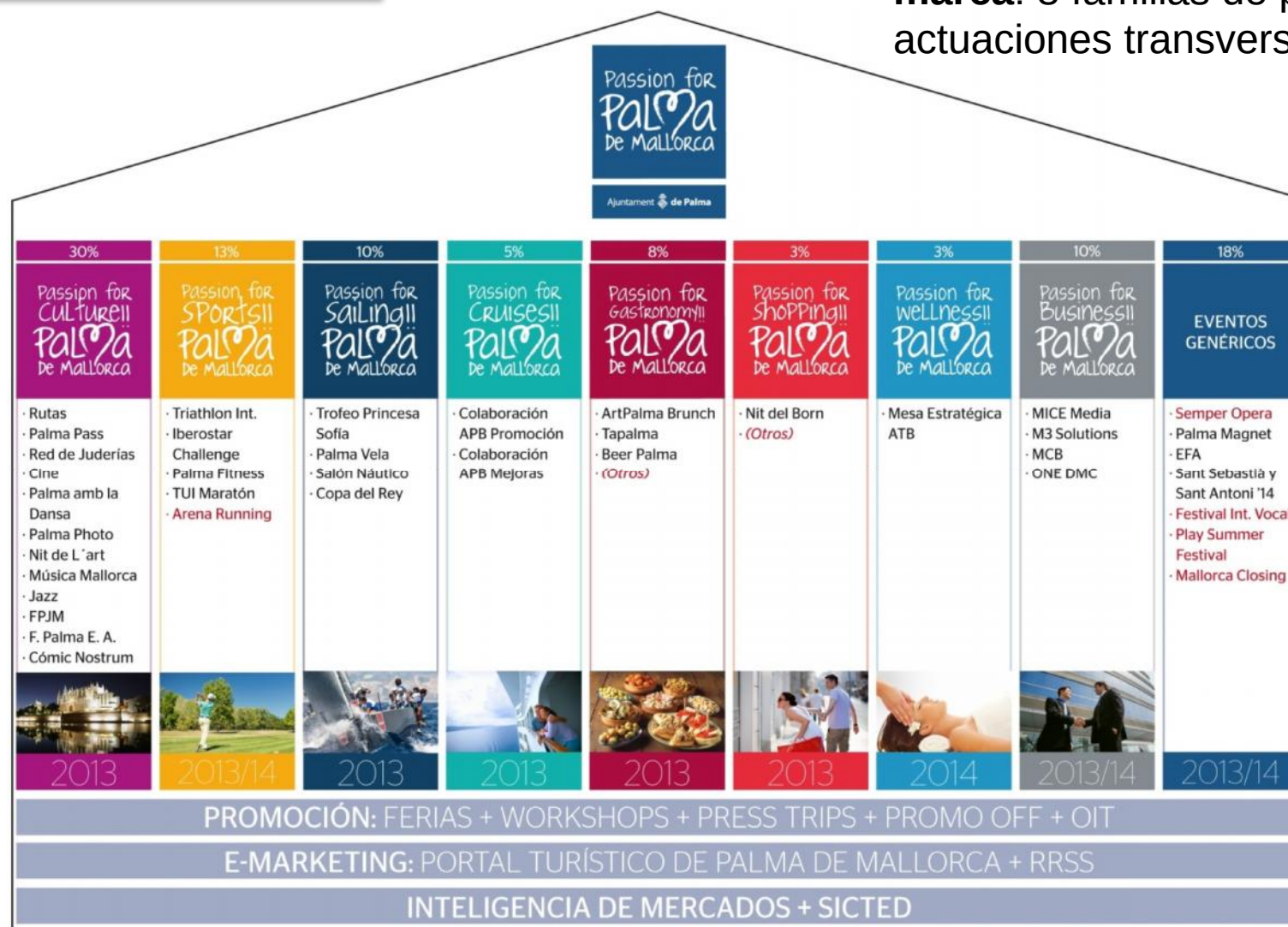
4



OFICINAS

PLAN DE ACTUACIÓN

- **Palancas de construcción de marca:** 8 familias de producto y 3 actuaciones transversales



PLAN DE ACTUACIÓN



Gastronomía



Compra



Cultura



Wellnes



Congreso



Golf



Náutica



Crucero



Deporte

SmartWifi

Playa de Palma

A stylized map showing a coastal area. The land is represented by a yellow silhouette, and the sea is a solid blue area. The text 'Platja de Palma' is written in white on the blue area, followed by a white right-pointing triangle. In the top right corner, the text 'Area Playa de Palma' is in red, and '10 km2' is in a larger red font.

Platja de Palma ►

**Area
Playa de Palma**

10 km²



1
millón
de turistas
anuales

**+ de 300
días de sol
al año**



**10 km
de costa**

**ecosistemas
mediterráneos**



60 años
generando
riqueza





40.000
plazas turísticas



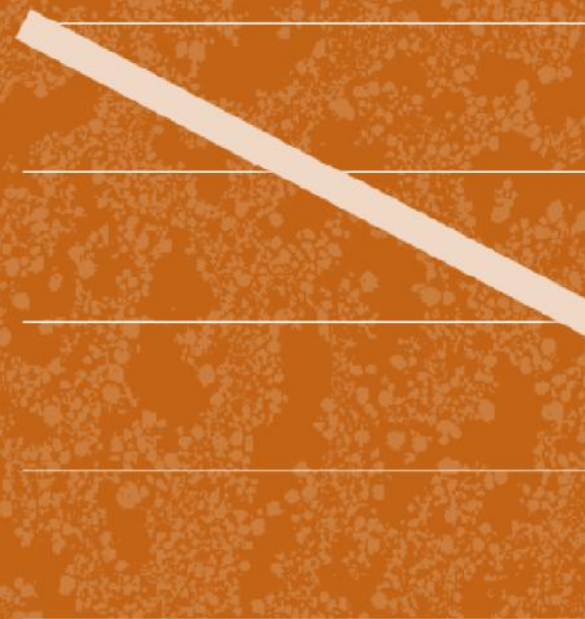
34.000
residentes

**Sin
embargo**

Gasto medio de bolsillo



Productividad

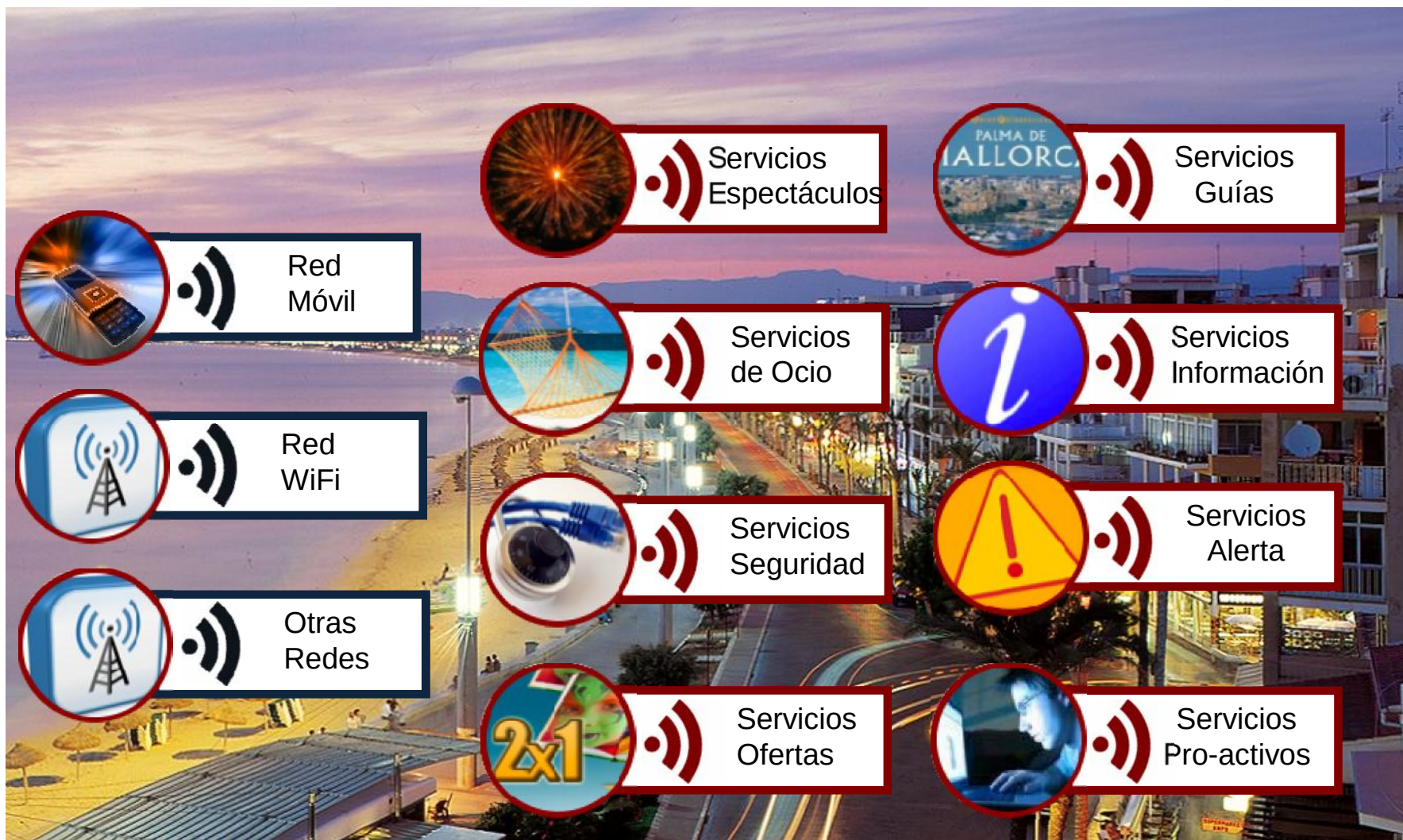


Competencia

de otros destinos turísticos



PDP SMARTDESTINATION



SMARTWIFI

instalación de una
infraestructura de
comunicación que ofrezca
cobertura **WIFI** 802.11
a/b/g/n en toda la zona
turística de la **Playa de
Palma**

ACTUALIDAD



Room Mate regala el WiFi en toda la ciudad



OBJETIVOS



OPCIONES PLAYA DE PALMA 2.0

WIFI

Modelo habitual, la **administración paga** la infraestructura y cede la explotación a una empresa que ofrece acceso internet a los usuarios.
Puntos wifi en Plazas, bibliotecas, etc...

Puntual

Servicios

Acceso internet usuario

SMART WIFI PdP

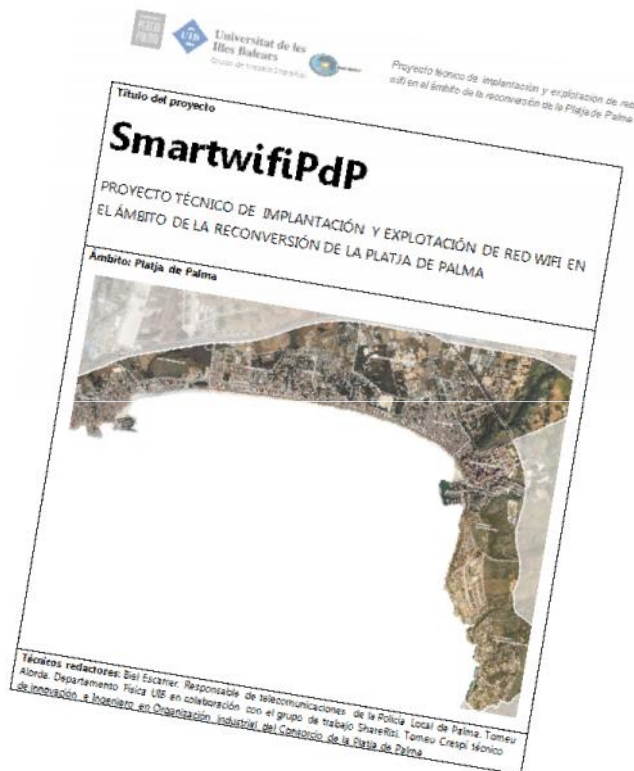
Modelo **Colaboración Público-Privado**, la empresa paga la infraestructura y ésta se encarga del mantenimiento y la explotación de la misma.
Acceso servicios públicos, acceso internet, a lo largo de 5 km de playa

CONTINUA

Servicios

- **Acceso internet usuario**
- **Alertas seguridad ciudadana**
- **Información turística**
- **Desarrollo E-admón** (agendas municipales, servicios transporte,)
- **Servicios innovadores Turismo** (espectáculos, ofertas, ocio, guías)
- **Nuevas herramientas 2.0**

HITOS



1



COSTE "0" INFRAESTRUCTURA PARA LA ADMINISTRACIÓN

2



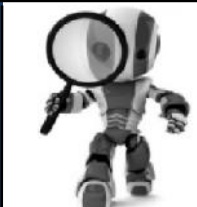
ACTUACIÓN IMPORTANTE RECONVERSIÓN PDP

3



INFRAESTRUCTURA PARA EL I+D+I TURÍSTICO

4



MEJORA IMAGEN. NUEVOS SERVICIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS

5



ACCESO REDES WIFI 365 DÍAS

PUNTOS CLAVE

MODELO INVERSIÓN

PÚBLICO

- Coste "0" red
- Colaboración en especies:
 - Suministro energía
 - Uso espacio público
 - Uso redes en propiedad
 - Apoyo Operativo, logístico

PRIVADO

- Inversión 100% infraestructura
- Explotación comercial red
- Mejora continua instalación

MANTENIMIENTO

100% La empresa ganadora del concurso

MODELO SERVICIO 50% 50%

50% para explotación comercial y acceso internet
50% para admón pública, seguridad destino, desarrollo de la e-admón y mejora infraestructura

INTEROPERABILIDAD

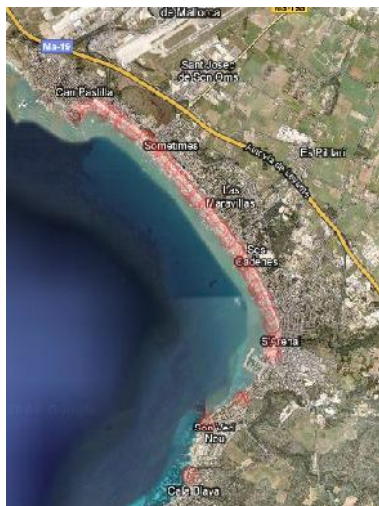
Con redes existentes, otros servicios y puntos wifi en la zona.
Optimización de recursos

TITULARIDAD

La red instalada, una vez realizada, pasará a ser de titularidad pública

3 FASES

1



PRIMERA LÍNEA.
PLAYA Y ZONAS 100% TURÍSTICAS

Longitudinalmente: Desde la Playa de Cala Estancia del término municipal de Palma de Mallorca, hasta la confluencia de las calles San Bartolomé con Miguel de los Santos Oliver en el Termino municipal de Lluchmajor.

2

SEGUNDA LÍNEA

Desde el Palma Aquarium hasta Llucmajor

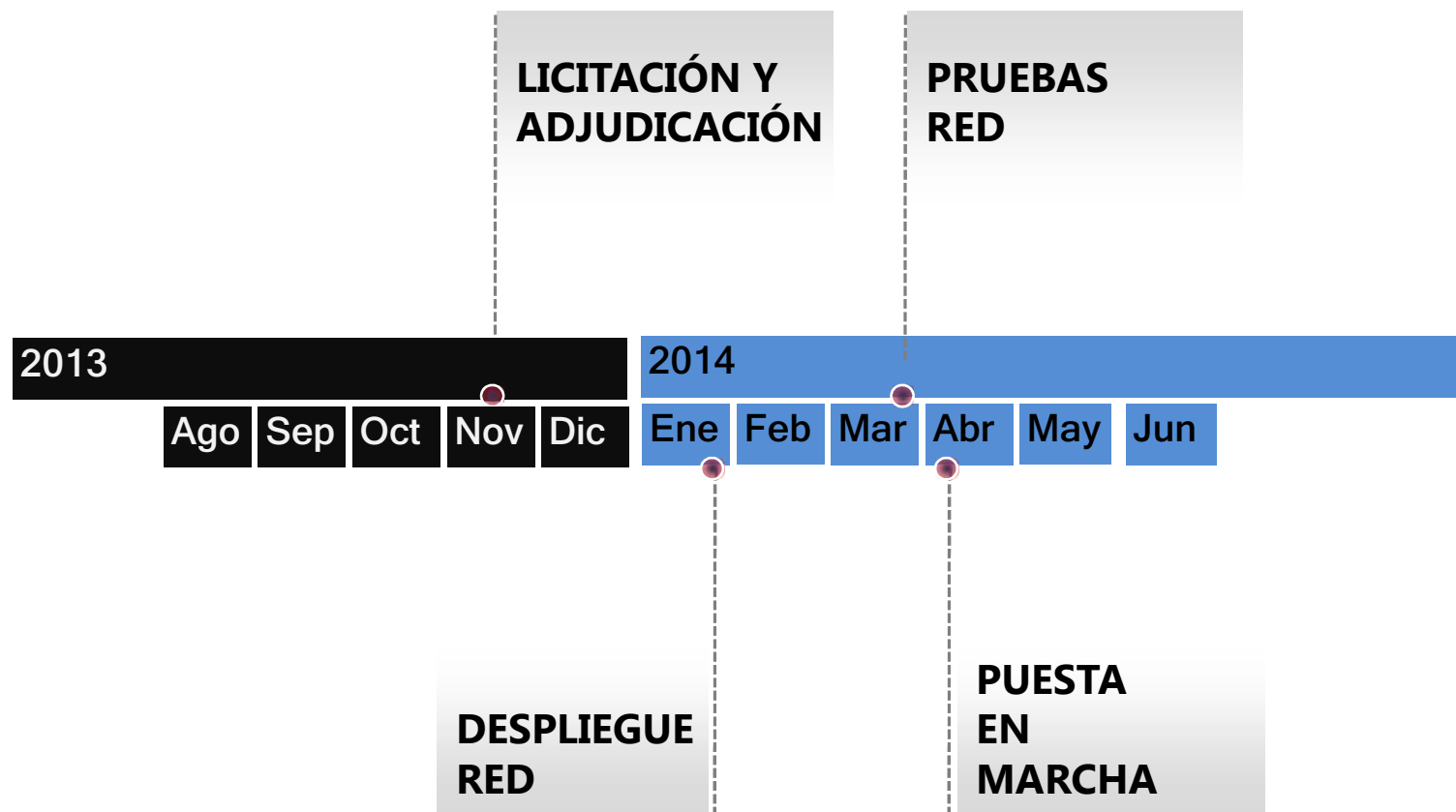
3

A DEFINIR POR JUNTA DE CONTROL

CRITERIOS ADJUDICACIÓN

- 1 AGILIDAD EN LA EJECUCIÓN**
- 2 NIVEL CALIDAD INFRAESTRUCTURA
(MODELOS PLATAFORMA, MARCAS, ETC...)**
- 3 INTEROPERABILIDAD
(REDES FÍSICAS / PLATAFORMAS SOCIAL MEDIA)**
- 4 N° USUARIOS CONECTADOS EN UN MISMO PUNTO**
- 5 CALIDAD SERVICIOS DE ACCESO WIFI
AL TURISTA Y AL CIUDADANO**
- 6 MEJORA CONTINUA. ESCALABILIDAD RED**

PRÓXIMOS PASOS





Proyecto ToT

Tourism of Things for Smartdestinations

PROYECTO APROBADO



Convocatoria INNPACTO 2012



9 Participantes



Duración; 2,5 años

OBJETIVO



Crear un modelo de Smart Destination para el sector del turismo que a través de la utilización de infraestructuras inteligentes y plataformas de gestión ofrecer nuevos servicios para los turistas, y obtener informaciones y estadísticas de los perfiles y patrones de conducta

ACCIONES DEL PROYECTO



Despliegue de pequeñas infraestructuras en el destino

(PLC's, cámaras CMOS, lectores RFID, los puntos de acceso a la red WiFi/WiMax, etc... necesarios para la transmisión de datos vía PLC se integrarán en las infraestructuras públicas como farolas o semáforos)



Modelo Smart City

Infraestructura inteligente

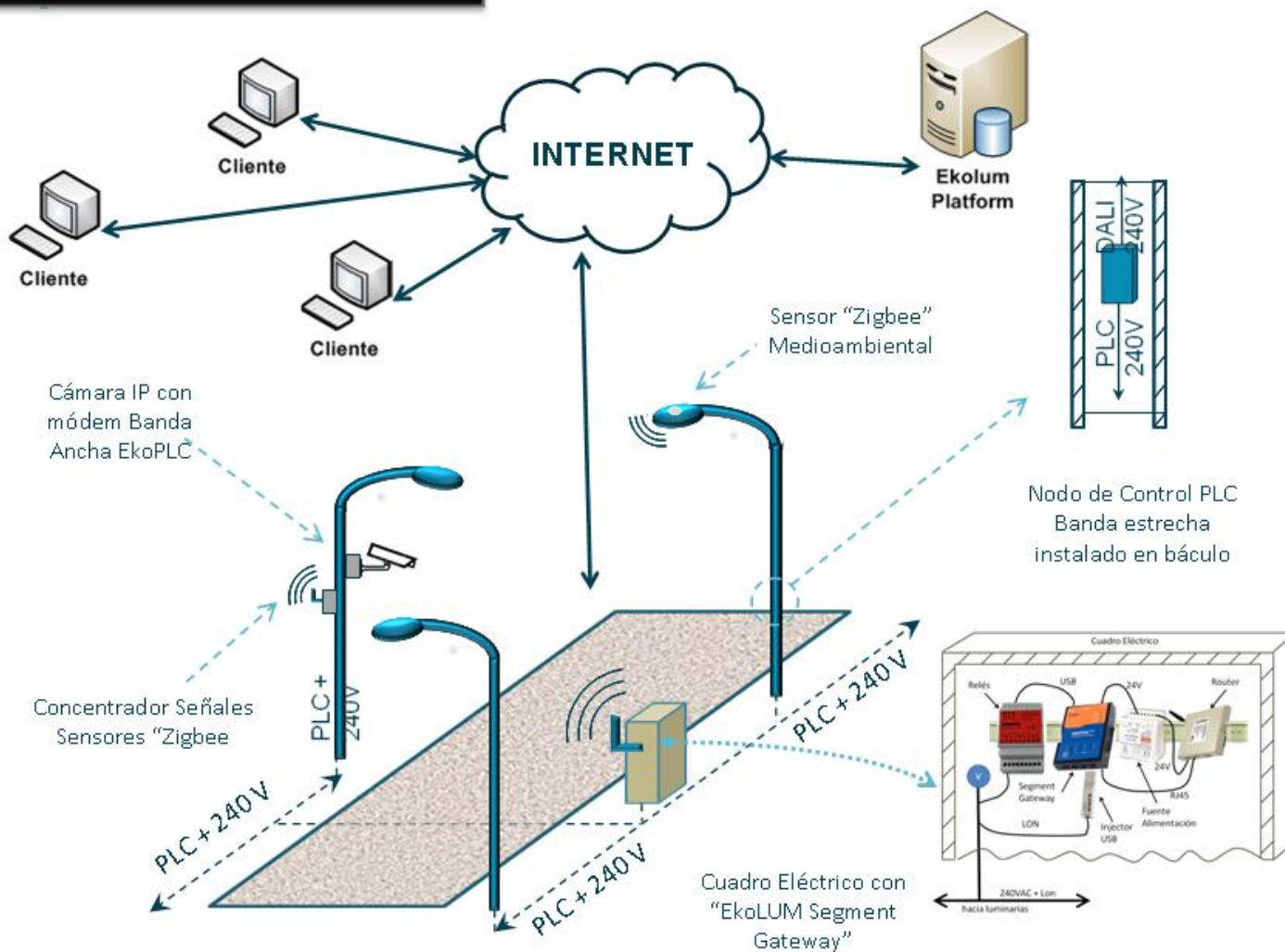
Plataforma de gestión

Nuevos servicios para turistas

Patrones de conducta y consumo

Información estadística de perfiles

ACCIONES DEL PROYECTO



ACCIONES DEL PROYECTO

Nuevos servicios innovadores para los turistas y destino



Guía virtual inteligente



Aplicaciones de Realidad aumentada y Juegos



Geo-localización inteligente



Análisis y estadísticas (Flujos de tránsito, estancias, BD públicas, Cámaras públicas)

ACCIONES DEL PROYECTO

Nuevos servicios innovadores para los turistas y destino



Market Place de servicios para turistas



Servicios Smart Destination para mejora espacio público



Identificación y pagos vía RFID y NFC

ACCIONES DEL PROYECTO

www.tourismofthings.com

ÁREA PRIVADA

ToT
Tourism of Things
for Smart Destinations

PRINCIPAL PROYECTO CONSORCIO MEDIOS DOCUMENTACIÓN CONTACTO

EN LOS PROXIMOS MINUTOS
IVAN VISITARA EL
CENTRO COMERCIAL

Bienvenido al proyecto ToT!

Gracias a ToT, se generará información en tiempo real de gran valor para la toma de decisiones de las empresas turísticas.

El Objetivo del proyecto consiste en crear un modelo de Smart City para el sector del turismo

Modelo Smart City

- Infraestructura inteligente
- Plataforma de gestión
- Nuevos servicios para turistas

<http://www.tourismofthings.com>

SmartOffice

Palma



SmartOfficePalma

@SmartOfficePM

Nuestro cometido es facilitar la transformación de Palma hacia una ciudad y destino inteligente. #SmartCity #SmartDestination
Palma de Mallorca · smartoffice.palmademallorca.es

SMARTOFFICE CASO ÉXITO. EJEMPLO PARA OTROS MUNICIPIOS

La SmartOffice Palma nace como una necesidad de coordinar todas las actuaciones SMART que se plantean para la ciudad de Palma de Mallorca.

PORQUÉ LA SMARTOFFICE PALMA



IDENTIFICACIÓN

- Identificación de las personas
- Identificación de las áreas mu



INVENTARIO

- inventario de las actuaciones mu dentro del concepto Smart City, S Destination



PLANIFICACIÓN

- Planificar táctica y definición de ob acciones



EFICIENCIA

- Búsqueda de eficiencia, base central de gestión municipal

Ajuntament de Palma CONSTITUCIÓ D'UNA SMARTOFFICE A L'AJUNTAMENT DE PALMA

EXPOSICIÓ

En l'època actual, la innovació és un element importantíssim per facilitar la convivència dels ciutadans des d'un punt sostenible i per a la millora de la imatge de Palma de Mallorca com un destí i una ciutat moderna. Però a més a més, totes aquestes pràctiques tenen un fons d'eficiència econòmica donat que una millor gestió dels recursos ve acompanyada d'estalvis derivats del no malbaratament dels recursos superflus. Per això un dels pilars més importants d'una Smart City és la presa de mesures d'eficiència energètica.

És necessària una aposta ferma per la innovació de cara a la millora de la ciutat com a destí per als visitants i com a ciutat que dona més facilitats en la convivència als seus conciutadans i per a la eliminació de despeses innecessàries.

Els objectius d'aquesta Oficina de caràcter multidisciplinar, on estan presents les diferents àrees de l'Ajuntament, són:

- Conèixer les pràctiques que es fan a l'entorn municipal i que es podrien considerar que fan una aportació al concepte de Smart City establert un Pla Director.
- Diferenciar les pràctiques que es denominen "triomfs ràpids" dels programes estratègics. Aquesta diferenciació ve donada al llibre blanc de les Smart Cities.
- Fer un inventari de les activitats i projectes que es podrien incloure en aquestes definicions i que s'estan duint a terme o es poden dur en un futur.
- Definir una estratègia de Smart City per als pròxims anys.
- Fer un benchmarking amb altres ciutats pioneres a nivell nacional i internacional i adoptar les millors pràctiques.
- Cercar possibilitats de financiació amb diferents figures (subvencions, models de col·laboració públic-privada i altres...).
- Aquesta Comissió farà un seguiment del que s'està fent al mercat i a altres ciutats per tal d'adoptar les millors pràctiques. Es crearà un espai per donar entrada als principals agents del sector privat i a representant d'altres ciutats.

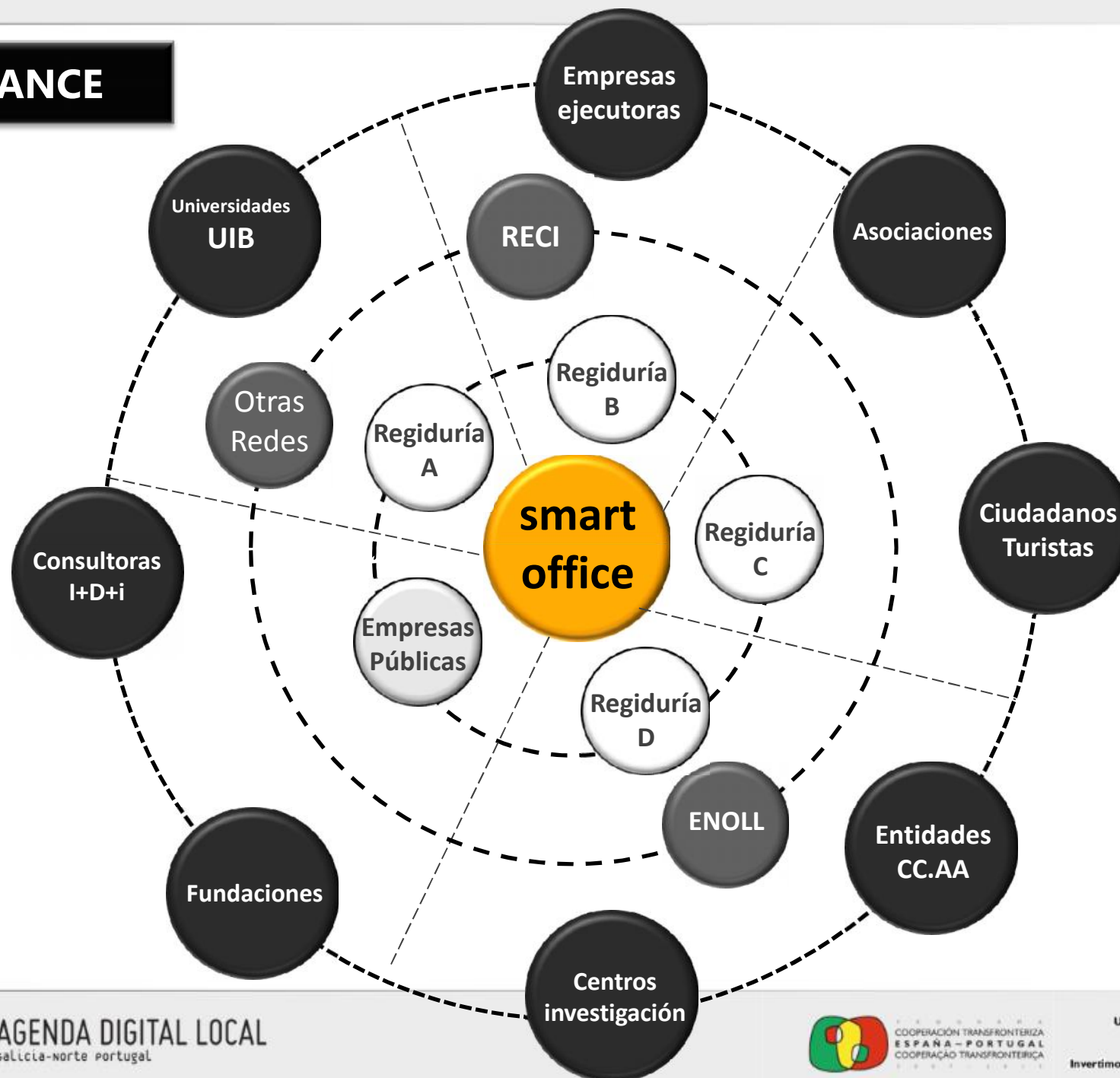
La presència de l'Ajuntament de Palma a altres Comitès a nivell nacional demostra la voluntat d'estar al capdavant d'aquesta corrent a nivell nacional:

- L'Ajuntament de Palma ha passat a formar part del Comitè de Normalització per a Ciutats Intel·ligents constituït el 10 de desembre de 2012. (veure Annex I)

Aprova amb el seu Ple la Junta de Govern de Palma en sessió de dia 3 MARÇ 2013
LA SECRETÀRIA



ALCANCE



UBICACIÓN

WEB
REDES SOCIALES
NEWSLETTER
APPS
RSS



<http://smartoffice.palmademallorca.es>

QUÉ ESTAMOS HACIENDO



EQUIPO

Preparar el equipo para conseguir los objetivos definidos en el Plan director alma Smart City



FACILITAR

Facilitar la comunicación:
Empresas, Administración, Govern, etc...



TRIUNFOS RÁPIDOS

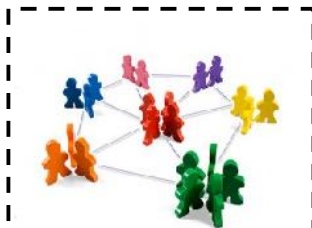
- Plataforma desarrollo app móvil ayuntamiento Palma
- Eficiencia presupuestaria
- Agilidad identificación de problemas y soluciones
- Posicionamiento y asistencia en eventos



TEORÍA DEL DADO

Visión global y transversal del ayuntamiento y la ciudad de Palma.
Solución con múltiples desarrollos

QUÉ ESTAMOS HACIENDO



COORDINAR. DEFINICIÓN INICIATIVAS

Coordinación y seguimiento de los programas y acciones del Plan. Facilitar la coordinación de los diferentes actores implicados en el desarrollo de actuaciones Smart. Definición y desarrollo de iniciativas SmartCities



IDEAS

Se fomentará la generación de ideas en colaboración con el sector privado que redunden en un beneficio para la ciudad. Examinando y analizando los proyectos que sigan una visión global, tengan repercusiones en la ciudad y sostenibles ellos mismos.



BENCHMARKING

Realizar benchmarking con otras ciudades españolas o internacionales para aumentar sinergias. Se llevarán a cabo las acciones que se consideren para fomentar la relación entre Palma y otras capitales sensibilizadas con el concepto de Smart City.

QUÉ ESTAMOS HACIENDO



OBSERVATORIO SMART

Seguimiento de la transformación hacia una Smart City - SmartDestination



ATRAER INVERSIÓN

Captación de inversión y modelos de colaboración público privada para la implantación de soluciones Smart



I+D+i

Impulsar el I+D+i en el ámbito de las tecnologías para las SmartCity y en el la admón pública

EFFECTOS SMARTOFFICE



D. Mateo L.

Nacido en P
Especialista
La SmartOf
actuacione



greencities &
sostenibilidad

Inteligencia Aplicada a la Sostenibilidad Urbana
Smart Solutions to Urban Sustainability

Málaga
2-3
oct 2013

europa**press**.es

Jueves, 26 de Septiembre 2013

últimas noticias

ANDALUCÍA
Málaga

España y Latinoamérica presentarán sus proyectos inteligentes en funcionamiento en el I Foro Tikal

Directorio

- Palma Mallorca
- Rivas Vaciamadrid
- Fycma

Comentar

Imprimir

Enviar

Kindle

Tamaño: A A A



MÁLAGA, 20 Sep. (EUROPA PRESS) -

Ciudades españolas y latinoamericanas como Cáceres, Palma de Mallorca, Pontevedra, Rivas Vaciamadrid, Alcobendas, Vitacura, en Chile, y San José dos Campos (Brasil) serán algunas de las ciudades que presentarán sus proyectos 'smart' en la primera edición de Foro Tikal, Foro de Tecnología, Innovación y Conocimiento de América Latina.

Las pymes de base tecnológica, el turismo inteligente, el alumbrado eficiente y la integración de los sistemas de gestión en las urbes serán algunos de los temas que se

EFFECTOS SMARTOFFICE



PechaKucha

Presentación SmartOffice Palma a más de 500 ciudades a través del evento mundial Pecha Kucha organizado desde Tokio

EFFECTOS SMARTOFFICE



Conferencias Virtuales grupos de trabajo de la Red Española de ciudades inteligentes. RECI

EFFECTOS SMARTOFFICE



EFFECTOS SMARTOFFICE



La propuesta de la normalización de los “Destinos Turísticos” es una actividad que convertirá a España en referente a nivel internacional.

EFFECTOS SMARTOFFICE



Grupo I Innovación Social

- Gobierno abierto (eparticipacion, RISP+ Opendata...)
- Inclusión e innovación Ciudadana
- Turismo

Grupo II Energía

- Información, formación y difusión a los ciudadanos
- Instalaciones Municipales (Edificios, Alumbrado e instalaciones de energías renovables)

Grupo III Medio Ambiente, Infraestructura y Habitabilidad

- Gestión integral del ciclo de agua
- Gestión de residuos
- Gestión inteligente de aéreas verdes
- Indicadores de eficiencia y calidad humana

Grupo IV Movilidad Urbana

- Movilidad eléctrica: Acuerdo para crear un distintivo RECI
- Sistemas inteligentes de transporte

Grupo V Gobierno, economía y Negocios

- Ordenanza de Administración electrónica
- Servicios de certificación y autenticación
- Realidad Aumentada
- NFC (Marco común)

RETOS Y NUEVAS OPORTUNIDADES

1

IMPLANTACIÓN DE LA SMART OFFICE en el Ayuntamiento de Palma de Mallorca

2

ESTAR EN LA RECI (Red española de Ciudades Inteligentes) NOS DA LA POSIBILIDAD DE DISPONER DE EXPERIENCIAS YA IMPLANTADAS

3

SER LA PRIMERA CIUDAD CATALOGADA COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

4

SUPONE UNA EFICIENCIA DE RECURSOS ECONOMICOS, HUMANOS Y TECNOLOGICOS

5

POSICIONAR EMPRESAS MALLORQUINAS COMO REFERENCIA MUNDIAL EN SOLUCIONES TURÍSTICAS

PLAN DIRECTOR

Palma

Smartcity/Smartdestination

PLAN DIRECTOR

- 1 Antecedentes, pasos
- 2 Situación actual. DAFOS
- 3 Objetivos estratégicos
- 4 Retos del plan
- 5 Ejes, objetivos y acciones
- 6 Financiación
- 7 Coordinación
- 8 Conclusiones



PLAN DIRECTOR
PALMA DE MALLORCA
SMARTCITY SMARTDESTINATION

Ajuntament  de Palma

2013-2020

EFFECTOS PLAN

HORIZON 2020



Documento marco para presentarnos a los fondos europeos Horizonte 2020. atraer inversión a través de proyectos.

Europe 2020

PLAN DIRECTOR
PALMA
SMARTCITY
SMARTDESTINATION

7 EJES

MOVILIDAD

ECONOMÍA
EMPLEO.BUSINESS.PERSONAS

TURISMO

GOBERNANZA
E-ADMÓN. PARTICIPACIÓN

SEGURIDAD

SOSTENIBILIDAD
URB. INFR. ENER. MEDIO

SMART PEOPLE

61 ACCIONES

- Potenciar **internet** como medio principal de comunicación y **promoción turística**
 - Dotar de **infraestructuras tecnológicas** y de comunicaciones al servicio turístico
 - Establecer **modelo público-privados** para la promoción de destino
 - Facilitar **servicios avanzados** que ayuden a la competitividad y la productividad de las empresas
 - Facilitar al turista y ciudadano el **acceso integral a servicios públicos y privados**
 - **Certificar Palma y Playa de Palma** como primer destino inteligente
 - Definir e implantar proyectos sobre **turismo responsable, eco-turismo y turismo accesible**.
 - Aunar al marco empresarial de alojamiento turístico, el marco de la innovación balear/estatal y las empresas expertas en tecnológicas turísticas para desarrollo de iniciativas sobre destinos inteligentes.
- Hacer de Palma un destino turístico laboratorio.**

ACCIONES

TURISMO



PROYECTO PILOTO
TOT
(Tourism of things
for smart
destinations)

Crear un modelo de Smart City para el sector del turismo que a través de la utilización de infraestructuras inteligentes y plataformas de gestión ofrecer nuevos servicios para los turistas, y obtener informaciones y estadísticas de los perfiles y patrones de conducta



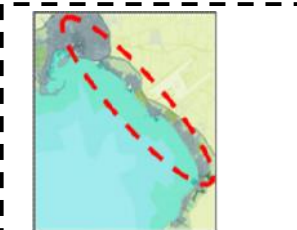
PORTAL ÚNICO
TURÍSTICO

Potenciar internet como medio principal de comunicación y promoción turística alineado completamente con el plan de estratégico de la Fundación 365.



DESARROLLO DE
APPS MÓVILES
TURÍSTICAS

Desarrollar aplicaciones móviles que sirvan de guías para el destino. En esta ocasión se desarrollan una específica para Playa de Palma porque esta zona supone una zona de reconversión madura y zona piloto y por otra parte el desarrollo de una guía para Palma de Mallorca



CERTIFICACIÓN
AENOR PDP,
DESTINO
INTELIGENTE

Certificar a través de AENOR el destino turístico Palma y/o Playa de Palma como destino turístico inteligente. El Consorcio Playa de Palma y el Ayuntamiento de Palma están presentes en el Subcomité de destinos inteligentes de Aenor.

ACCIONES

TURISMO



LABORATORIO TURÍSTICO I+D+I SMARTDESTINATION.

Rehabilitación total, parcial u obra nueva de un hotel laboratorio para el desarrollo de nuevos modelos de negocio que permitirá avanzar en la reconversión de un destino turístico maduro



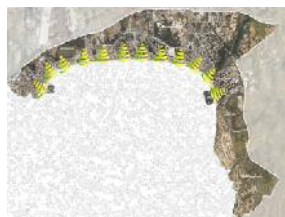
FEEDBACK DEL DESTINO PALMA MALLORCA

Desarrollo de un sistema tecnológico en diferentes formatos , web, app y QR, para recoger las opiniones y el feedback del turista que viaja a Palma de Mallorca



FUNDACIÓN 365

Fundación Turismo Palma de Mallorca 365, entidad público-privada que gestionará la promoción turística de la Palma y consolidar los distintos productos turísticos de la ciudad.



INFRAESTRUCTURAS INALÁMBRICAS

Implantación infraestructura de comunicación y redes inalámbricas en destinos turísticos en proceso de reconversión. SmartwifiPdP

II Congreso de Turismo digital

EVENTO. OBJETIVOS

1



Ser un evento nacional e internacional impulsor de la innovación constante

2



Poner de manifiesto los retos y necesidades de adaptación al turista digital

3



Fomentar sinergias entre empresas turísticas, DMO's, el I+D+i regional y proveedores de tecnología

4



Palma, Playa de Palma y Mallorca como Living Lab de app's turísticas

5



Creación de distintas app's turísticas para el destino turístico PM durante el festival

EVENTO

● Jornada - Concurso

EXPOSICIÓN
PROPUESTAS
SELECCIONADAS

SHOW ROOM

ENTREGA PREMIOS

PONENCIAS
TURISMO DIGITAL

SHOW ROOM

PONENCIAS
TURISMO DIGITAL

II CONGRESO DE TURISMO DIGITAL

EVENTO

I Congreso de Turismo Digital

I Congreso de Turismo Digital

» Jornada de Turismo Digital » Congreso

Jornada de Turismo Digital

- » Congreso
 - Programa
 - Comités
 - Ponencias
- » Concurs
- » Inscripciones
- » Col-laboradors
- » Turisme Digital 2013

II Congreso en Turismo Digital

La segunda edición del congreso Turismo Digital que tendrá lugar los días 10 y 11 de Abril de 2014 en Palma de Mallorca se convertirá en el encuentro de referencia en Smart Destinations en España. El congreso profundizará en el concepto de la vida digital aplicada al Turismo y como los destinos turísticos tendrán que adaptar sus infraestructuras para satisfacer las nuevas demandas del visitante. Una visión de la situación actual y de los próximos retos desde un punto de vista integral y multidisciplinar para acelerar y mejorar la adaptación del sector turístico actual adaptándose a las necesidades del turismo digital de hoy en día.

Qué es un destino inteligente?

Un destino turístico inteligente es aquel que es capaz de acercarse a las vivencias del turista digital antes, durante y después de que se produzca la visita real en el destino. En este sentido el destino será inteligente si es capaz de crear una expectativa digital, de satisfacer las necesidades digitales del turista durante su visita y que, finalmente, dejará su pisada en la traza digital del turista en el mundo virtual.

Un destino turístico inteligente es aquel que se ha dotado de instalaciones y sistemas de confort que permiten una gestión y control inteligente aumentando la eficiencia en el consumo energético, la seguridad, la accesibilidad o la versatilidad del destino maximizando la valoración de confort del visitante.

Objetivos generales

- Crear un espacio de reflexión multidisciplinar para potenciar la interrelación de los profesionales involucrado en el desarrollo de un Turismo Digital.
- Impulsar y promover el análisis de las necesidades y el posicionamiento del sector frente a la puesta en marcha de las infraestructuras necesarias del Turismo digital.
- Impulsar y promover la utilización de las soluciones y proyectos universitarios i/o empresariales que permitan el desarrollo de un destino inteligente.

Perfil de los asistentes

El congreso está abierto a profesionales de máxima capacidad de influencia y prescripción de los principales actores relacionados con el Turismo y los servicios relacionados. Es por tanto, un evento profesional multidisciplinar dirigido a:

- Empresas del sector turístico

<http://turismedigital.uib.cat/es/Congres/>

GRACIAS

Tomeu Crespi

- Responsable de proyectos de tecnología e innovación turística
- Coordinador de la Smartoffice Palma

@tomeucrespi

tcrespi@consorcioplayadepalma.com