

TIC y Modernización en la Administración Turística

Las nuevas tecnologías, y en especial internet, han modificado en los últimos años el sector turístico. Ahora, los hábitos de información sobre destinos se hacen a través de las herramientas TIC que las ciudades españolas ofrecen a sus potenciales visitantes. Los ayuntamientos son los más interesados en promocionar la oferta turística y los servicios públicos de que disponen. Los Ayuntamientos de Madrid, Barcelona, Valencia y Málaga explican algunas de sus iniciativas turísticas. *Por Marta Carro.*

AYUNTAMIENTO DE MADRID

Pablo Bautista. Consejero Delegado. Empresa Municipal Promoción Madrid. Área de Gobierno de Economía y Empleo.

"Consideramos que el futuro de la televisión pasa por Internet"

1. La Ciudad de Madrid ha construido en los últimos años una imagen de marca fiel y evocadora de una serie de valores inherentes a la ciudad que, sumados, la hacen distinta a cualquier capital del mundo y atractiva a visitantes potenciales. Para proyectarla, el ayuntamiento utiliza las nuevas tecnologías de forma integral, aportando información útil al visitante en todas las fases del viaje: generación de la expectativa, estancia y postviaje.

Madrid transmite toda su oferta cultural, de ocio y de negocio usando las herramientas que ofrece la sociedad de la información tanto en los Servicios de Información Turística (actuaciones off line), como a través de su plataforma multimedia esMADRID (actuaciones on line), una plataforma que incluye, entre otros, el canal digital esMADRIDtv, el portal esMADRID.com y la red social esMADRID4u.

La Empresa Municipal Promoción Madrid (adscrita al Área de Gobierno de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid) considera actuaciones off line aquellas que,



Casa Batlló, en Barcelona.

aún necesitando un servidor, permiten consultar contenidos sobre Madrid en pantallas táctiles situadas en diversos puntos de la ciudad (Barrio de las Letras, Reina Sofía) y en el Centro de Información Turística de la Casa de la Panadería en la Plaza Mayor.

El portal esMADRID.com es el principal medio de promoción turística on line. La información del portal está orientada a dos tipos de público, nacional e internacional. Los internautas locales pueden encontrar en esMADRID.com un contenido cambiante, con todas las

novedades de la ciudad. Por su parte, el público internacional recibe una información de carácter permanente, pensada para estancias no muy largas, y puede, además, acceder a información sobre hoteles, restaurantes, compras, conciertos, exposiciones, etc. Actualmente, estamos modificando la orientación de los contenidos en otros idiomas, de forma que no hacemos meras traducciones sino que enfocamos el mensaje pensando en nuestro público objetivo. Las versiones de japonés, chino y ruso están realizadas siguiendo esos parámetros.

A través de esMADRID.com, los visitantes tienen acceso a la televisión digital de la Ciudad de Madrid, esMADRIDtv, que desde hace tres años emite contenidos de calidad, reportajes y documentales, y que está obteniendo el reconocimiento del público y la industria cinematográfica. El ayuntamiento considera que el futuro de la televisión pasa por Internet. Prueba de ello es que, entre enero y octubre de 2009, el portal esMADRID.com registró 865.565 descargas de vídeos producidos por esMADRIDtv y ya hay 20.562 vídeos ingestados en el portal. La televisión tiene ya 20.822 espectadores on line de fuera de España.

Con la red social esMADRID4u, hacemos que el viajero se convierta en prescriptor de la ciudad. Sus mensajes, que antes se circunscribían al entorno, ahora se amplifican

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la promoción y modernización turística?
2. ¿Qué proyectos han emprendido en este ámbito?
3. ¿Qué empresas tecnológicas han ayudado a desarrollar estos proyectos para ustedes?
4. ¿Cuáles son sus principales proyectos futuros para mejorar el turismo?
5. ¿Algo que añadir?

en Internet y sirven para diseñar las estrategias de promoción turística.

Las TIC son clave en el manejo y la actualización de la información. Casi todo el contenido del portal está estructurado en diversas bases de datos y la indexación se realiza a través de GSA (*Google Search Appliance*), tecnología que ha mejorado la búsqueda y recuperación de contenido del portal de forma drástica. Para 2010, estamos trabajando en un sistema de búsqueda de contenido visual. Además, nuestro portal está disponible a través de dispositivos móviles sin necesidad de instalar ningún tipo de software adicional.

2. Entre las iniciativas más novedosas que hemos abordado destaca la nueva equipación tecnológica de la Sala Mesonero Romanos, ubicada en el Centro de Información Turística de la Casa de la Panadería (Plaza Mayor, 27), que se ha distribuido en cuatro áreas diferentes para ofrecer a los visitantes una atención especializada.

La primera zona, la de audioguías, permite descargar en un reproductor multimedia los contenidos relacionados con diferentes recorridos por la capital en cinco idiomas diferentes. Este servicio incluye las peculiaridades de cada rincón del centro histórico y fotografías.

La zona esMADRIDtv ofrece la posibilidad de disfrutar de la programación en directo del canal esMADRIDtv, que emite las 24 horas contenidos exclusivamente turísticos.

En el espacio de Consulta Segmentada, los usuarios reciben, tras responder a un cuestionario, una hoja impresa por las dos caras con las recomendaciones adaptadas a su perfil. Hay cuatro puntos de consulta táctiles (uno de ellos adaptado a personas con discapacidad) en los que se ofrecen contenidos en español y en inglés que pueden enviarse a un correo electrónico o imprimirse en papel.

Por último, Madrid Google Map es un punto de consulta que permite realizar búsquedas por texto o categorías, visualizar los resultados sobre el plano de la ciudad en una pantalla de 82 pulgadas y consultar una



Pablo Bautista (Ayto. Madrid).

ficha detallada con información escrita y multimedia de cada uno de los puntos de interés.

Madrid dispone de diferentes zonas de conexión wifi gratuitas a lo largo de toda la ciudad. Con la intención de facilitar el acceso a internet de todos aquéllos que nos visitan, los Centros de Información Turística de la Casa de la Panadería y de Colón disponen de acceso gratuito a la Red y conexión wifi. Además, es posible acceder libremente al servicio wifi en la Plaza de Santo Domingo y a la red inalámbrica de la Biblioteca Nacional. Asimismo, el Área de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid apoya la creación de una red inalámbrica de acceso a internet en 120 quioscos.

Por otra parte, estamos iniciando un proyecto junto con la Empresa Municipal de Transportes (EMT) para la instalación de pantallas con información turística geoposicionada en una de sus líneas de autobuses. Una experiencia piloto que esperamos hacer realidad en 2010.

3. Para el desarrollo de estos proyectos, Promoción Madrid cuenta con la colaboración de diferentes organizaciones especializadas en el campo del desarrollo y la integración informática. Nuestro carácter de empresa pública y los procedimientos administrativos que utilizamos nos permiten variar los proveedores tecnológicos con los que trabajamos. Intermark o Nuatt son dos de las empresas que nos dan soporte habitualmente. En el primer caso, ofreciendo soluciones tecnológicas para el portal y, en el segundo, para las pantallas informativas que se

instalan en los centros de información turística de la ciudad.

Nuestro propósito de ser referente en la aplicación de las nuevas tecnologías a la promoción turística nos ha llevado también a aliarnos con Google para organizar el foro Madrid Travelthink.

4. Durante 2010, Promoción Madrid tiene previsto desarrollar varios proyectos que tienen como base la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación. En primer lugar, adecuaremos nuestro portal oficial de información turística esMADRID.com (www.esmadrid.com) a los mercados objetivos de la ciudad de Madrid. Nos interesa saber qué demandan los usuarios de algunos países europeos o EEUU, importantes emisores de turismo a la ciudad de Madrid, para poder adecuar los contenidos de la web a sus preferencias.

También vamos a desarrollar el portal profesional esMADRIDpro, que dará servicio a los profesionales del sector turístico y a los medios de comunicación, así como una plataforma de gestión comercial que permitirá la compra y venta de productos relacionados con la capital, entradas para espectáculos, exposiciones, conciertos, entre otros.

5. En la actualidad, es imposible concebir la promoción y difusión de un destino a nivel global sin el uso y el desarrollo de las nuevas tecnologías. Gracias a la implantación de las TIC en el sector turístico, se ha logrado aumentar la proyección internacional de las ciudades, así como mejorar la calidad de los servicios que ofrecen a los visitantes.

Conseguir que, gracias a estos recursos, sean cada vez más los usuarios que puedan descubrir los encantos y atractivos de nuestra ciudad, conocer las posibilidades que les ofrece, compartir experiencias con otros usuarios e incluso planificar su viaje con antelación, es una meta que hemos alcanzado gracias a una fuerte apuesta por la innovación tecnológica. En este sentido, desde el Ayuntamiento de Madrid continuaremos trabajando para integrar en nuestros proyectos las demandas y necesidades de los

usuarios empleando siempre las soluciones tecnológicas más adecuadas en cada caso.

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA

Ramón García-Bragado.
Cuarto Teniente de Alcalde.
Responsable del Área de Infraestructuras, Vivienda, Urbanismo y Régimen Interior.

"Barcelona 3D es una joya para la promoción turística puesto que permitirá visualizar la ciudad en tres dimensiones"

1. El Ayuntamiento de Barcelona usa las TIC en la promoción turística partiendo de una premisa fundamental, prestar servicios orientados a las personas que viven, trabajan y visitan Barcelona.

Desde este punto de vista, las TIC en el ámbito del turismo se están aplicando en dos sentidos. Por una parte, potenciando y mejorando la información que los visitantes pueden obtener antes o durante su visita a la ciudad. Esto se traduce en una potente web orientada al visitante, www.barcelonaturisme.cat, donde se potencian los recursos informativos así como una tienda online de turismo de Barcelona, que, actualmente, representa el tercer canal en generación de recursos propios.

Por otra parte, y este aspecto lo consideramos diferenciador con respecto a otras ciudades, el Ayuntamiento de Barcelona ofrece al visitante determinados servicios públicos ciudadanos, dado que son servicios que no están limitados únicamente a residentes. El servicio de conexión a internet, Barcelona wifi (www.bcn.cat/barcelonawifi) y el futuro Barcelona 3D, son ejemplos de este aspecto.

2. Uno de los proyectos clave puestos en marcha durante el año 2009 y que es completamente accesible a las personas que nos visitan, es el servicio de conexión a internet Barcelona wifi. Cualquier ciudadano o visitante de la ciudad puede acceder a internet de forma gra- ➤

tuista en diferentes tipos de sedes municipales usando un dispositivo con conexión inalámbrica wifi, un ordenador portátil, PDA o teléfono móvil. El servicio, ya en funcionamiento tendrá disponibles 270 puntos a finales de 2009, distribuidos en parques públicos e interiores de manzana, centros cívicos, mercados municipales, centros de servicios sociales, bibliotecas, centros culturales o centros deportivos, entre otros.

Puntos tan emblemáticos y turísticos como el Parque de la Ciutadella, los Jardines de la Casa Elizalde, el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, el Museu Picasso, o, en la playa de la Barceloneta, el Centro de Información de la playa, disponen de puntos de conexión gratuitos de forma que los turistas que visitan Barcelona pueden acceder a Internet en las mismas condiciones que un residente.

El servicio Barcelona wifi completará su despliegue en los diferentes barrios de la ciudad durante el año 2010 hasta un total de 500 puntos de acceso, entre los que se encuentran por ejemplo, zonas de gran concentración de visitantes como el Parque Güell.

Las personas que nos visitan pueden informarse sobre dónde pueden conectarse accediendo al mapa de puntos wifi desde el plano de la ciudad en nuestra web www.bcn.cat o bien desde la web específica del servicio Barcelona WiFi, www.bcn.cat/barcelonawifi.

3. Estamos desarrollando nuestros proyectos en colaboración con las compañías más sólidas en el sector. El servicio Barcelona WiFi ha sido implantado por la empresa de telecomunicaciones British Telecom. Y los proyectos web se han desarrollado con Einsmer y Edittio. Otras empresas con las que trabajamos son King-e-client, Discoverynet y Onema.

4. Además de la extensión del servicio Barcelona WiFi, uno de los grandes proyectos para la próxima primavera será el mapa de Barcelona en 3D, el primer modelo virtual de las calles y barrios de la ciudad. Desarrollado en colaboración con la

Fundación Barcelona Media, este modelo va a ofrecer una fidelidad de imágenes de la ciudad que podrá tener aplicaciones profesionales en el ámbito del urbanismo, la arquitectura, la prevención de siniestros o la industria cinematográfica.

Este instrumento constituirá a su vez, una potente fuente de información y de promoción de la ciudad, que potenciará el ámbito turístico. Los visitantes que consulten el mapa de Barcelona 3D podrán encontrar direcciones, y visitar por la red las calles, los edificios y los principales atractivos turísticos que encontrarán en la capital catalana. En estos momentos, el ayuntamiento ha terminado la parte volumétrica de 120.000 edificios y está procediendo a su texturización. Entre ellos, hay 250 edificios singulares de la ciudad.

Barcelona 3D es, pues, una joya para la promoción turística puesto que permitirá visualizar la ciudad en tres dimensiones desde cualquier ordenador, e incluso pasear virtualmente por determinadas zonas de Barcelona. El servicio se ha diseñado bajo estándares de mercado precisamente para garantizar un uso extensivo del modelo, así que podrá usarse desde navegadores estándar o desde plataformas de navegación conocidas como Google Earth. El Barcelona 3D, además, proporciona información adicional sobre el territorio.

Entre los proyectos de futuro, se prevé también una web satélite bajo el dominio www.visitbarcelona.com que, precisamente, sobre la base del patrimonio arquitectónico y cultural de la ciudad creará una comunidad 2.0. Además, completan las iniciativas un minisite tours urbanos e interurbanos para promocionar y recoger las sensaciones de los usuarios y una web de accesibilidad, sensorial o física, que recogerá los espacios accesibles de la ciudad interactuando con la web institucional.

5. Barcelona es una ciudad innovadora y abierta al mundo. Las nuevas tecnologías son clave en el ámbito del turismo porque nos proporcionan la oportunidad de ser una ciudad conectada al mundo, una



Ramón García-Bragado
(Ayuntamiento de Barcelona).

ciudad que se puede visitar virtualmente en cualquier momento y desde cualquier lugar, y una ciudad desde la que sus visitantes pueden estar conectados con el mundo.

AYUNTAMIENTO DE VALENCIA

José Salinas Novella. Director Gerente de la Fundación Turismo Valencia.

"Nuestro portal permite desde reservar alojamiento hasta comprar unas entradas"

1. Desde Turismo Valencia, apostamos fuertemente por las nuevas tecnologías y prueba de ello son las numerosas acciones ya en marcha y el contenido de gran parte de nuestro plan de actuaciones previsto para 2010, que engloba una destacada estrategia basada, fundamentalmente, en el e-marketing, en nuestro portal Turisvalencia y en las acciones on line que desarrollamos en los mercados nacional e internacionales.

Desde el e-marketing, hemos iniciado ya una serie de acciones que se consolidarán este año que comienza. Tras conseguir un reconocido posicionamiento en PageRank, el indicador de popularidad de Google, hemos decidido seguir mejorando nuestro portal de información turística, Turisvalencia, para hacerlo más dinámico y práctico para el usuario. Además, estamos presentes en los buscadores más conocidos y hemos logrado alcanzar un número importante de visitas que pretende-

mos aumentar durante 2010. Otro de nuestros objetivos es consolidar la estrategia web 2.0, donde estamos creando una comunidad de prescriptores valencianos que animen a los usuarios a venir a conocer la ciudad. Y, para afianzar toda esta labor, desarrollamos una campaña de e-publicidad en los portales de viajes más visitados.

En nuestro portal de información turística, www.turisvalencia.es, que está en ocho idiomas, el visitante puede acceder a una tienda on line de la que se puede descargar todo el material turístico que desee, desde una guía interactiva o el mapa de la ciudad, hasta vídeos o imágenes de Valencia. Existe también la posibilidad de enviar una e-postal desde la web, así como la de registrarse en canales RSS para recibir detallada información sobre la ciudad o instalarse un Widget, un calendario digital para el escritorio del ordenador con los eventos más interesantes.

www.turisvalencia.es no sólo es realmente útil para el turista vacacional, sino también para el de negocios, ya que contiene un microsite, VLC Meetings & Events, con información para empresas que estén buscando una sede para sus reuniones y eventos. También elaboramos otros microsites como complemento a la promoción de eventos relacionados con la ciudad como la Fórmula 1 o el MTV Winter.

En materia de Atención al visitante, las principales oficinas de información turística que gestiona la fundación, cuentan con novedosas pantallas táctiles en las que el visitante puede buscar la información que desea de manera rápida y dinámica. Allí encontrarán audioguías que permiten disfrutar de la ciudad con un guía en mp3. La oficina central, ubicada en el punto de mayor concentración turística de la ciudad, está dotada también de un sistema bluetooth que sorprende al viajero, enviando mensajes de texto dando la bienvenida a la ciudad o informando sobre algún aspecto interesante. En esta misma línea, Turismo Valencia ha desarrollado una versión móvil de su portal, permitiendo acceder desde el teléfono a toda la

información turística a través de www.turisvalencia.mobi.

Sumado a las acciones que hemos mencionado anteriormente y que ya están funcionando en el mercado nacional, que supone un importante bastión para nuestra ciudad, Turismo Valencia está presente en las redes sociales más conocidas como Facebook, Twitter, Youtube, Fotolog o Tripadvisor. Nuestro portal contiene un canal de ofertas on line que permite desde reservar alojamiento hasta comprar unas entradas. Además, hemos creado unos microsites y blogs específicos para promocionar eventos como, por ejemplo, el certamen gastronómico Valencia Cuina Oberta.

En cuanto a la promoción de la ciudad en el resto del mundo, la fundación ha desarrollado una estrategia de marketing on line, creando unos *advergaming*s (www.vlgame.com) que permiten, no sólo hacer partícipe de diversos juegos con temáticas de la ciudad al público final, sino acercar a los agentes de viajes nuestro destino a través de la contratación de espacios en sus portales, consiguiendo así ofrecerles un conocimiento y una empatía óptimos y novedoso de nuestra ciudad.

También realizamos diversas promociones con otras entidades. En 2009, entre otras, hemos llevado a cabo una colaboración conjunta con la MTV, el prestigioso diario francés, Le Figaro o la del touroperador italiano e-Vacanze, para invitar a dos personas a la ciudad a través de unos concursos on line en sus respectivas webs, aprovechando así la difusión de estos portales.

Por otro lado, en el ámbito interno también consideramos fundamental la tecnología como herramienta de gestión y hemos implantado un Sistema Integral de Gestión de la Información Turística (Sigit), que recoge toda la actividad y los procesos administrativos que se llevan a cabo en la fundación.

2. Gran parte de las acciones de Atención al visitante descritas tienen lugar en la ciudad. Igualmente, desde la Fundación, hemos creado la Valencia Tourist Card (

José Salinas Novella (Ayuntamiento de Valencia).

ciatouristcard.com), una tarjeta turística que ya es 'sin contacto' en cualquiera de sus modalidades (24, 48 y 72 horas) que ofrecen viajes ilimitados en los distintos transportes públicos de la ciudad así como descuentos en el Bus Turistic.

Por su parte, el Ayuntamiento de Valencia está llevando a cabo numerosas iniciativas en cuanto al uso de las nuevas tecnologías, y en este sentido cabe destacar el acceso gratuito a Internet en diversos puntos de la ciudad como parques y jardines, las playas, el Mercado de Colón y otros espacios que están en proyecto y que pronto contarán con este servicio wifi.

3. En cuanto a labor externa de promoción turística, la mayor parte del trabajo se realiza internamente. También trabajamos con proveedores locales a ser posible y, en cualquier caso, optamos por la mejor oferta con un buen equilibrio calidad/precio.

4. Nuestro objetivo es tener cada vez más presencia en Internet, ya que los estudios de mercado que realizamos indican que el consumidor está en la red, el 21% de los turistas nacionales toma sus decisiones en función de la misma, y el 50% contrata sus viajes a través de internet. En este sentido, nuestro Plan de Actuaciones para 2010 contempla un desarrollo y expansión de todas las acciones o tecnologías en materia de marketing on line y atención al visitante. Nos marcamos mantener una situación de líder en promoción turística de destinos y seguir apostando por ser pioneros.

No en vano, la ciudad recibió en 2008, de manos de la Organización Mundial del Turismo, el Premio Ulises, el equivalente a un premio Nobel en turismo, por su innovación en gestión turística.

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

Elías Bendodo. Concejal de Turismo.

"Estamos implementando un sistema de proyección de información turística en los hoteles de 4 estrellas de Málaga Capital"



Elías Bendodo (Ayuntamiento de Málaga).

1. Desde el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga, tenemos muy en cuenta las nuevas tecnologías, y en especial Internet, que ha modificado en los últimos años el sector turístico. Los hábitos de información sobre destinos y su decisión de compra están sufriendo constantes avances. Por ello estamos incorporando a nuestro portal web, www.malagaturismo.com, todos los elementos necesarios para fomentar el conocimiento de Málaga Ciudad, así como enlaces a comercializadores con los que poder reservar una escapada a esta ciudad para disfrutar de su clima y sus rincones con encanto.

Con Málaga Live se puede ver en vivo lugares emblemáticos, como la plaza de la Merced, que vio nacer al genial pintor Pablo Ruiz Picasso; vistas desde el Monte de Gibralfaro donde admirar el Parque, el Puerto, o la plaza de toros; o también ver el estado de las playas gracias a nuestras webcams en directo.

Por otra parte, todos los folletos informativos de la ciudad, como el Ciudad de Museos, donde se informa sobre los 23 museos abiertos en Málaga, están disponibles en formato flash, con posibilidad de zoom para ver mejor los detalles, y con las opciones de guardar o imprimir para que el visitante pueda llegar al destino con la información en su poder.

Rutas como la Picassiana, la Málaga Monumental, o la botánica se pueden seguir a través de aplicaciones interactivas disponibles en malagaturismo.com en la opción

rutas virtuales. Algunos de los contenidos están integrados en Google Maps, con la interesante nueva opción que ha agregado de Street View donde se puede ver a pie de calle su próximo destino.

También tenemos presencia en las redes sociales más conocidas, como Youtube, Flickr, o Facebook, donde realizamos un trabajo de fomento del conocimiento y promoción del destino Málaga Ciudad.

2. En estos momentos, se está implementando un sistema de proyección de información turística en los hoteles de 4 estrellas de Málaga Capital. Este sistema se compone de una pantalla de plasma y un reproductor multimedia controlado remotamente. A través de esta herramienta, se hará llegar información a tiempo real a estos hoteles, como eventos, fiestas, lugares de interés, así como lo más destacado de la oferta turística malagueña.

Por otro lado, estamos trabajando en una versión nueva de malagaturismo.com, en la que incorporaremos muchas mejoras orientadas a las tecnologías web 2.0 enfocadas al turismo.

3. Aubay España se encuentra desarrollando la nueva versión de malagaturismo.com, mientras que BGL Ingeniería Audiovisual está implementando el sistema de información remota en los hoteles de la ciudad.

4. En estos momentos, tenemos iniciados los dos proyectos comentados, la nueva web para malagaturismo.com, y el sistema de información remota de hoteles. ☒