

AMT SMART DESTINATIONS AWARDS | 2026

Catálogo de soluciones
finalistas y ganadores



AMT Sol y Playa
Alianza de Municipios Turísticos



TechY
powered by ITH

ITH¹
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

thinktur
Plataforma Tecnológica del Turismo

ÍNDICE

La novena edición de los "AMT Smart Destinations Awards" ha premiado a las mejores soluciones y herramientas tecnológicas y Proyectos innovadores que ayudan a los destinos turísticos en los retos de convertirse en un destino turístico inteligente (DTI).

Gestión Integral Del Destino	03
Interacción Con El Turista Y Ciudadano	10
Promoción Y Marketing Del Destino	17
Sostenibilidad Medioambiental	24
Proyecto Innovador Del Destino	31

GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO



Cork Experience Webapp turística transmedia

GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.corkexperience.com

CONTACTO

Paula Blanco

Coordinadora

retecork@retecork.org

DESCRIPCIÓN Y APLICABILIDAD

Cork Experience es una plataforma turística integral y multidesino dedicada a la experiencia del corcho, desarrollada en territorios corcheros de Andalucía, Aragón, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Comunitat Valenciana y Extremadura. Reúne por primera vez estos destinos en un único espacio digital que conecta territorios, operadores turísticos, oferta local y visitantes. Funciona como una webapp turística transmedia, basada en una auditoría narrativa que articula relatos del paisaje, la cultura, la industria y los oficios vinculados al alcornoque, facilitando la planificación y el disfrute de experiencias y rutas.

VALOR AÑADIDO

Aporta cohesión e identidad territorial al integrar en una misma narrativa los valores naturales y culturales del corcho y al visibilizar a los actores locales (industria, artesanos y artistas). Incorpora herramientas de sostenibilidad, como el cálculo y la compensación de la huella de carbono mediante prácticas regenerativas, convirtiéndose en un proyecto pionero que permite al visitante compensar su impacto a través de acciones concretas en territorios corcheros, reforzando conservación y biodiversidad.

IMPACTO

Permite medir el comportamiento del usuario, la eficiencia de los recursos y la evolución del engagement, aportando datos estratégicos para la toma de decisiones: tasa de participación y uso de la plataforma (nº de usuarios únicos, sesiones y páginas vistas, duración media de la visita y rutas completadas); distribución del flujo turístico (tracking por zonas del destino, visitas a recursos de menor notoriedad incluidos en la narrativa); conversión hacia la economía local (clics y derivaciones a comercios, productores, museos o servicios, participación en actividades asociadas y compras vinculadas a la experiencia); satisfacción del visitante y reputación del destino (valoración media de la experiencia dentro de la plataforma, opiniones y comentarios integrados).

INVERSIÓN

Absoluta — desarrollado en el marco del programa Experiencias Turismo España, gestionado por la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria y Turismo, dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.



Smartcamp

GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO

GRADO DE MADUREZ

En pruebas en entorno real o fase de desarrollo

WEB

www.smartcamp.es

CONTACTO

Montse Ruiz

Gerente

promocio@campingsingirona.com

DESCRIPCIÓN Y APLICABILIDAD

La solución tiene como objetivo transformar los campings en destinos turísticos inteligentes mediante una plataforma integral de gestión y análisis de datos que optimiza la operativa, mejora la experiencia del cliente y promueve la sostenibilidad. Incluye la gestión de reservas, clientes, consumos y suministros, análisis para la toma de decisiones estratégicas, monitorización en tiempo real de agua, energía, residuos y calidad del aire, personalización de experiencias y recomendaciones, e integración con sensores IoT y fuentes externas como Booking.com o campings.com. Para su implantación requiere infraestructura de comunicaciones (LoRaWAN, WiFi o 4G), sensorización IoT, la plataforma Entropy Smart World con módulos DeepSense y formación del personal. Como ventajas, aporta eficiencia y reducción de costes, una experiencia personalizada en tiempo real, optimización de recursos y posicionamiento innovador y tecnológico.

VALOR AÑADIDO

Las problemáticas identificadas incluyen la falta de integración de datos entre los sistemas de gestión (reservas, clientes y consumos), la ineficiencia en la gestión de recursos como agua, energía y residuos, una capacidad limitada para personalizar la experiencia del cliente y el desconocimiento del comportamiento del usuario y las tendencias del mercado. Para responder a estos retos, SMARTCAMP aporta una plataforma unificada que centraliza y analiza datos en tiempo real, incorpora sensorización IoT para monitorizar y optimizar consumos, integra módulos de IA para recomendaciones personalizadas y optimización de precios, y añade herramientas de marketing digital y fidelización de clientes.

IMPACTO

Reduce un 15–20% el consumo de agua gracias a la sensorización y la detección de fugas, y aumenta las reservas directas del 30% al 50–60%. Además, es un modelo replicable y refuerza sostenibilidad y digitalización.

INVERSIÓN

Relativa — suscripción con planes personalizables. Requiere un coste inicial de implantación (sensores, configuración y formación). Referencia: 200–400 €/mes + 15.000 € en campings pequeños y 600–1.000 €/mes + 40.000–50.000 € en grandes, según complejidad y acuerdos.



LinkSense

GESTIÓN INTEGRAL DEL DESTINO

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.deepsense.es

CONTACTO

Francisco Vaquer
Director de Operaciones
fran.vaquer@deepsense.es

DESCRIPCIÓN

LinkSense unifica todos los datos del territorio en un único ecosistema y los estandariza mediante IA, conectando distintas fuentes para que toda la información “hable el mismo idioma” a través de una ontología común. La plataforma integra y analiza automáticamente los datos, generando paneles con cruce de información, predicciones y recomendaciones que facilitan la gestión. Incorpora un agente de análisis que permite a cualquier usuario, sin conocimientos técnicos, obtener conocimiento accionable y apoyo a la toma de decisiones. Además, ofrece un sistema de alertas tempranas configurable que notifica con antelación a los responsables de cada área mediante modelos de machine learning, y reportes automáticos con informes ejecutivos personalizados, análisis, gráficas y recomendaciones listos para su comunicación. LinkSense está alineada con los estándares UNE-178104, UNE-178503 y UNE 178511, cuenta con la certificación del Esquema Nacional de Seguridad en nivel medio y actúa como habilitador para el uso de los servicios de la PID de SEGITTUR. Su despliegue es rápido (aprox. 3 días), adaptable a cada municipio o territorio y preparado para cloud u on-premise sin inversiones tecnológicas adicionales.

VALOR AÑADIDO

Herramienta enfocada en gobernanza sostenible y eficiente. Rompe las barreras tecnológicas y organizativas que impiden aprovechar los datos. Resuelve el problema de fuentes dispersas, integrando automáticamente todas las fuentes con el mínimo consumo de recursos.

IMPACTO

Reducción del tiempo de informes de 2 semanas a < 5 min. Incremento de fuentes integradas de 4 a >20 en primeros meses. Implantado en Finestrat, Tierra Bobal, Gandía, entre otros.

INVERSIÓN

Relativa — desde 10.000 €/año (bajo volumen de datos) hasta cantidades más altas según módulos y volumen de fuentes.

INTERACCIÓN CON EL TURISTA Y CIUDADANO



Ok Located

INTERACCIÓN CON EL TURISTA

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.oklocated.com

CONTACTO

Enrique Lara
CEO
ceo@oklocated.es

DESCRIPCIÓN

El objetivo de OK Located es consolidar los destinos como ecosistemas inteligentes, accesibles y sostenibles, pasando de la consulta activa (QR, escaneo) a una información automática y proactiva para turistas y ciudadanía. La solución integra señalética digital con beacons Bluetooth, que envían contenidos culturales, turísticos, comerciales y municipales por proximidad y sin necesidad de datos móviles, incluso sin cobertura; y se complementa con sensores de conteo y control de aforos que permiten medir entradas, salidas y ocupación en tiempo real. Ambas fuentes generan Big Data anonimizado para analizar flujos, permanencias y patrones de uso, mejorando la gestión de saturación y la sostenibilidad. La plataforma incorpora gamificación y marketing de proximidad para dinamizar el comercio local y fomentar la participación mediante notificaciones contextuales, junto con funciones de accesibilidad universal (PMR) con audio y ajustes de lenguaje. Requiere una instalación mínima de beacons y sensores en puntos estratégicos, con plataforma SaaS en la nube y app gratuita. Unifica la experiencia de turista y residente, garantiza conectividad offline y es escalable a cualquier destino.

VALOR AÑADIDO

La solución aporta valor al abordar tres retos: la exclusión derivada de métodos activos como QR o la dependencia de datos móviles, que limita a turistas sin roaming y a parte de la ciudadanía (PMR o mayores); la falta de datos fiables sobre flujos y permanencias para gestionar saturación y optimizar servicios; y la pasividad de los canales actuales, que reduce el impacto en comercio local y participación. OK Located reemplaza el QR por información automática, accesible y multilingüe vía beacons, y combina sensores de aforo y Big Data de proximidad para una gestión 360º de movimientos y ocupación. Además, activa el marketing de proximidad para impulsar consumo local y comunicación cívica contextual.

IMPACTO

Experiencia turista-ciudadano: uso de accesibilidad (14-16% de usuarios) y tasa de uso activo entre residentes. La redistribución inteligente reduce la saturación un 25-35%. Las campañas aumentan participación en comercio local un 15-20%.

INVERSIÓN

Absoluta — Inversión inicial reducida en beacons y sensores, y licencia SaaS anual que incluye mantenimiento, app y analítica. Una implantación en 15 puntos turísticos y 3 agendas digitales cuesta menos de 5.000€, ampliable modularmente con muy bajos costes operativos.



Phygital

INTERACCIÓN CON EL TURISTA

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.seeketing.com

CONTACTO

Isidoro Pérez

CEO

iperez@seeketing.com

DESCRIPCIÓN

Seeketing es una plataforma líder en inteligencia Phygital que conecta el mundo físico y digital mediante tecnología de vanguardia y un modelo de lenguaje propio entrenado desde 2012. A diferencia de sistemas básicos de conteo, utiliza un algoritmo avanzado de fingerprinting de radiofrecuencia capaz de reconocer patrones de comportamiento con una precisión excepcional, detectando de forma masiva y anónima entre el 85% y 90% de los teléfonos móviles. La solución permite analizar en tiempo real flujos de personas, aforos, rutas origen-destino y segmentar perfiles como turistas, locales o excursionistas. Además, facilita la interacción directa mediante un agente de IA especializado que envía mensajes automáticos por WhatsApp, SMS o Push en función del contexto e idioma del usuario. Al integrar datos físicos y digitales bajo un ID unificado, los destinos obtienen una trazabilidad completa del customer journey sin necesidad de instalar ninguna App.

VALOR AÑADIDO

La ventaja diferencial del proyecto radica en un modelo algorítmico propio, consolidado tras el análisis de millones de señales desde 2012, lo que aporta una base de conocimiento histórica muy superior a la de otras soluciones actuales. La operativa no depende de tecnologías de terceros y se desarrolla en un entorno de inteligencia artificial supervisada por personas, lo que garantiza comunicaciones alineadas con los objetivos del destino. Además, se incorporan métricas avanzadas de conversión y retorno de campañas, que permiten activar dinámicas de participación masiva mediante códigos QR y herramientas de gamificación. Se trata de una inteligencia accionable capaz de transformar el comportamiento físico en crecimiento real y en una mayor fidelización del visitante

IMPACTO

1. Impulso al turismo de compras 2. Mejora en la difusión de eventos con envío de alertas y avisos relevantes. 3 Encuestas, para el mejor conocimiento de la opinión del visitante, cuando visita una zona.

INVERSIÓN

Absoluta — El destino invierte en la adquisición de la tecnología que se despliega fácilmente en las zonas turísticas de la ciudad



IDENTIFY TRAVEL: Guía Digital del Destino

INTERACCIÓN CON EL TURISTA

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.identifytravel.app

CONTACTO

Equipo Comercial
sales@identifyapp.es

DESCRIPCIÓN

Las Guías Digitales de DTX de Identify Travel tienen como objetivo enriquecer la experiencia del huésped con recomendaciones personalizadas de actividades culturales, gastronómicas y de ocio en cada destino, desde el primer contacto digital hasta el final de la estancia, favoreciendo un descubrimiento más auténtico y un turismo de mayor valor. Derby Hotels Collection las ha implantado en sus hoteles y apartamentos de Barcelona y Madrid, integrándolas en sus webs y en la operativa diaria. La herramienta ofrece rutas temáticas, espacios de interés, actividades locales y contenido actualizado en tiempo real, accesible desde cualquier móvil sin descargas, y digitaliza las recomendaciones del hotel, liberando tiempo del personal de recepción y mejorando la eficiencia. Para su despliegue requiere conexión estable a internet, integración básica con la web del hotel y, opcionalmente, con PMS o CRM para personalizar contenidos, además de personal encargado de actualizar la información y gestionar consultas. Como resultado, aumenta la visibilidad de la oferta local, impulsa un turismo más sostenible y distribuido mediante rutas alternativas, mejora la competitividad y aporta métricas de uso para ajustar la propuesta, reforzando la satisfacción y fidelización del huésped.

VALOR AÑADIDO

Las principales problemáticas identificadas por Derby Hotels Collection eran ofrecer una experiencia personalizada a los huéspedes que reflejara la riqueza cultural de cada destino, optimizar el tiempo del personal de recepción y unificar la experiencia digital en todos sus establecimientos. La implantación de las Guías Digitales de DTX permite resolver estas necesidades al proporcionar recomendaciones culturales, gastronómicas y de ocio adaptadas a cada perfil, accesibles desde móvil y sin descargas. Digitaliza las sugerencias para el equipo del hotel, liberando tiempo operativo, y garantiza una experiencia homogénea y diferenciadora en todos los hoteles y apartamentos, aumentando la satisfacción del cliente, la fidelización y la eficiencia del servicio.

IMPACTO

Mejora la experiencia del huésped y la operativa hotelera, incrementando la conversión web y las reservas. Aporta satisfacción y fidelización con contenido adaptado, unifica la experiencia digital, optimiza el trabajo de recepción y potencia la oferta cultural local.

INVERSIÓN

Relativa — Entre 1.500 y 3.000 euros en planes anuales. A partir de 3.000 en contratos de más de 1 año

PROMOCIÓN Y MARKETING DEL DESTINO



destinno

Destinno

PROMOCIÓN Y MARKETING

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.destinno.com

CONTACTO

Francisco García

Founder

francisco@destinno.com

DESCRIPCIÓN

Destinno.com es una plataforma digital para agencias de viaje, receptivos y destinos turísticos que permite crear, personalizar y compartir itinerarios interactivos de forma rápida y profesional. Su objetivo es mejorar la promoción, la comercialización y la experiencia del viajero, digitalizando la presentación y gestión de propuestas turísticas. Facilita el diseño de itinerarios con vuelos, alojamientos, actividades y experiencias, e incorpora un mapa interactivo con puntos de interés geolocalizados. Además, permite actualizaciones en tiempo real, de modo que cualquier cambio se refleja automáticamente para el cliente. La entrega es multicanal, ya que el viajero puede consultarlo desde una web personalizada o una app móvil. Destinno impulsa la colaboración B2B entre agencias emisoras, receptivos y proveedores locales, y automatiza procesos integrando datos de vuelos, hoteles y servicios, reduciendo tareas manuales y mejorando la eficiencia. Al ser 100% cloud, no requiere instalación ni infraestructura específica: basta con conexión a Internet, un dispositivo con navegador actualizado y una cuenta profesional.

VALOR AÑADIDO

Destinno mejora la eficiencia operativa al reducir hasta un 70% el tiempo de creación y actualización de itinerarios, automatizando datos y permitiendo cambios en tiempo real. Sus propuestas interactivas aumentan el impacto en el cliente y mejoran la conversión. Es una solución cloud accesible para cualquier tamaño de empresa, sin infraestructura técnica ni inversión inicial. Además, impulsa la promoción del destino al crear y compartir rutas temáticas digitales, reforzando su identidad y diversificando la oferta, y favorece la colaboración B2B entre agentes. Por último, elimina materiales impresos, reduce la huella ambiental y apoya un turismo más digital y responsable.

IMPACTO

Reduce un 60% el tiempo de elaboración de propuestas, eleva la conversión de ventas del 25% al 40% con itinerarios interactivos y recorta un 90% el uso de impresos. Impulsa productividad, competitividad y sostenibilidad, posicionando el destino como innovador y alineado con los principios DTI.

INVERSIÓN

Absoluta — Modelo SaaS -
Plan Business - 59 €/mes



BuceoySnorkel.es

Infografías interactivas en 2D y 3D de snorkel y buceo

PROMOCIÓN Y MARKETING

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.buceoysnorkel.es/trabajos-a-medida/

CONTACTO

Pablo Camino

Director Marketing

pablo@buceoysnorkel.es

DESCRIPCIÓN

Las infografías 2D y 3D se plantean como una herramienta de promoción para destinos turísticos, orientada a que oficinas regionales, centros de buceo, hoteles y otros agentes del turismo azul puedan mostrar de forma atractiva los recursos subacuáticos. Las infografías 2D, de carácter hiperrealista e interactivo, presentan los mejores puntos para snorkel, propuestas de itinerarios, flora, fauna y consejos prácticos. Las infografías 3D permiten al buceador visualizar con antelación qué encontrará durante la inmersión e incorporan puntos interactivos. Su difusión puede realizarse mediante guías impresas (con experiencia acumulada de más de 20 años y presencia en más de 200 puntos del Mediterráneo) o a través de su integración en páginas web, incluyendo portales de organismos públicos de turismo. En los últimos años se ha desarrollado tecnología aplicada a estas infografías gracias a una ayuda del Ministerio de Turismo y SEGITTUR, con una prueba piloto junto a la oficina de promoción turística del Instituto de Turismo de la Región de Murcia que ha permitido la creación de infografías 2D y 3D interactivas.

VALOR AÑADIDO

La práctica del snorkel suele realizarse de forma espontánea en la playa, a menudo sin conocer previamente profundidades, riesgos, corrientes o especies marinas. Las infografías permiten informar con antelación sobre lo que existe bajo el agua en un punto concreto, facilitando que cada persona, según su nivel o si va con niños, elija cómo disfrutar de la playa de forma óptima y segura. En el caso de las guías 3D, los centros de buceo pueden utilizarlas para realizar el briefing previo a cada inmersión de manera más clara, visual y fiable, reduciendo incertidumbres y mejorando la seguridad del buceador recreativo. En ambos casos, estas herramientas también pueden emplearse antes de la llegada del visitante como recurso de comunicación y promoción para atraer demanda hacia el territorio.

IMPACTO

En destinos como Ibiza, la promoción apoyada por estas guías ha supuesto un incremento del 50% en reservas de buceo en los últimos cuatro años. En la Región de Murcia, los centros prevén usar infografías interactivas y esperan aumentar reservas un 30%.

INVERSIÓN

Relativa — La inversión depende del alcance y de la integración de materiales; una guía sencilla puede partir de 2.000 euros.



Roibos

PROMOCIÓN Y MARKETING

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.roibos.com/

CONTACTO

Catalina de Foronda
Head of Marketing
marketing@roibos.com

DESCRIPCIÓN

Roibos es una plataforma de distribución B2B que conecta hoteles con una red global de compradores profesionales, ayudando a los destinos a aumentar su visibilidad internacional y a diversificar mercados. Su objetivo es impulsar la competitividad mediante una distribución más eficiente, transparente y global. Integra conectividad avanzada con PMS/CRS y channel managers, opera como marketplace B2B internacional, permite el control de tarifas e inventario, ofrece reporting para apoyar la toma de decisiones y facilita una distribución directa sin intermediarios adicionales. Para su implantación solo se requiere disponer de un PMS/CRS o channel manager conectado (o API directa), contar con el inventario hotelero cargado y tener conexión a internet, sin necesidad de infraestructura física. Como resultado, favorece una mayor presencia internacional, reduce la dependencia de canales tradicionales, capta demanda cualificada y refuerza el posicionamiento del destino.

VALOR AÑADIDO

Los destinos turísticos afrontan retos recurrentes como la alta dependencia de pocos canales de distribución, la limitada visibilidad internacional, la dificultad para acceder a nuevos mercados emisores, la falta de control y transparencia sobre tarifas e inventario y la necesidad de captar demanda cualificada de forma eficiente. Roibos aborda estas necesidades conectando a los hoteles del destino con una red global de compradores B2B, ampliando el alcance comercial sin intermediarios adicionales. La plataforma aporta mayor transparencia en precios, refuerza el control del inventario, facilita la diversificación de mercados emisores y reduce la dependencia de las OTA tradicionales, impulsando una distribución más eficiente y sostenible. Como resultado, el destino mejora su competitividad, gana proyección internacional y atrae un flujo turístico mejor segmentado, más rentable y alineado con sus objetivos comerciales.

IMPACTO

Multiplifica la proyección internacional: destinos pasan de 4-6 a 15-20 mercados emisores (+200%). En 6-12 meses, los hoteles aumentan 30-60% búsquedas B2B, reducen 25% dependencia de canales y mejoran control tarifario..

INVERSIÓN

Relativa — a inversión necesaria es baja y recae en los hoteles: cuota mensual o anual por establecimiento conectado, según volumen, conectividad y servicios, con posibles condiciones preferentes por adhesión conjunta.

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

AMT SMART DESTINATIONS AWARDS 2026



On-site Composting

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

GRADO DE MADUREZ

En pruebas en entorno real o fase de desarrollo

WEB

www.abonokm0.com

CONTACTO

Diego Waehner

Founder

diego@abonokm0.com

DESCRIPCIÓN

La solución de compostaje on-site para destinos turísticos tiene como objetivo reducir la huella ambiental asociada a la gestión de residuos orgánicos, transformándolos localmente en un recurso útil: compost de alta calidad para áreas verdes, jardines, huertos urbanos o usos agrícolas. El sistema impulsa una economía circular de proximidad al evitar el transporte de residuos, disminuir emisiones de CO₂ y aportar trazabilidad completa desde la generación hasta la valorización final. Con esta herramienta, destinos como hoteles, resorts, campings, puertos, eventos y municipios costeros pueden cerrar el ciclo de la materia orgánica, mejorar su desempeño ambiental y comunicar un impacto tangible a visitantes y operadores.

VALOR AÑADIDO

Los destinos turísticos generan grandes volúmenes de residuos orgánicos cuya gestión externa implica costes elevados, emisiones asociadas al transporte y la pérdida de un recurso que podría aprovecharse localmente. El compostaje on-site aborda este reto al tratar la fracción orgánica en origen, reduciendo hasta un 80% los residuos enviados a vertedero, evitando desplazamientos y emisiones y generando compost reutilizable en el propio destino. Además, facilita el cumplimiento normativo, aporta ahorro económico y trazabilidad ambiental, y permite comunicar un impacto real y verificable, reforzando la sostenibilidad y la competitividad del destino.

IMPACTO

El impacto se mide por una reducción de hasta el 80% de residuos orgánicos enviados a vertedero, emisiones evitadas de 70–100 kg CO₂-eq por tonelada compostada frente al tratamiento convencional y una valorización local superior al 90%, reutilizada como compost en el propio destino.

INVERSIÓN

Relativa — 15.000 €/año por punto on-site (hasta 50 usuarios o un establecimiento). En escala industrial, hasta 90.000 €/año por unidad (500 kg/día). Incluye instalación, formación, mantenimiento y seguimiento ambiental.



Hotel Inteligente

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.nealistech.com

CONTACTO

Román Almela

Business Manager

roman.almela@nealis.com

DESCRIPCIÓN

La solución es plenamente aplicable a destinos turísticos sostenibles, tanto en infraestructuras hoteleras como en equipamientos públicos y zonas de alta afluencia. Permite reducir el consumo energético y la huella de carbono, y optimizar el confort ambiental en espacios interiores, mejorando la experiencia del huésped o visitante. Incorpora gestión inteligente de residuos mediante sensores de llenado de contenedores y monitorización acústica para favorecer el bienestar urbano y el cumplimiento normativo. Además, facilita la integración con plataformas DTI y con cuadros de mando municipales para una gestión más eficiente. Su enfoque es replicable y escalable, de modo que un municipio turístico puede extender el concepto de “hotel inteligente” hacia un ecosistema de edificios sostenibles, incluyendo hoteles, museos, centros de congresos o estaciones turísticas.

VALOR AÑADIDO

Los hoteles y edificios turísticos afrontan consumos energéticos elevados, poca visibilidad del uso real de recursos y una capacidad limitada para reaccionar ante desviaciones ambientales como temperatura, ruido o calidad del aire. La gestión manual de la eficiencia energética reduce la sostenibilidad operativa y puede afectar a la experiencia del usuario. IoTsens responde con un sistema integral de sensorización ambiental y energética que monitoriza parámetros críticos en tiempo real, automatiza alertas cuando se detectan valores fuera de rango y analiza datos históricos para favorecer el mantenimiento predictivo. Además, permite visualizar indicadores de sostenibilidad en paneles intuitivos para apoyar la toma de decisiones. Su principal valor añadido es que no se limita a una implantación puntual, sino que ofrece una arquitectura tecnológica replicable y escalable capaz de convertir cualquier hotel o edificio en una infraestructura inteligente, sostenible y conectada.

IMPACTO

Impacta en sostenibilidad y eficiencia al monitorizar en tiempo real parámetros energéticos y ambientales. Evalúa consumo energético total y calidad ambiental interior, y puede incorporar ruido, mantenimiento correctivo y residuos. Estos indicadores evidencian mejoras progresivas y reducción del impacto.

INVERSIÓN

Absoluta — La inversión depende de dispositivos (100–2.000 €) y una cuota SaaS de 3 €/mes por dispositivo.



Bioscore Data Platform

SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

GRADO DE MADUREZ

Probada y validada

WEB

www.bioscore.info/plataforma/

CONTACTO

Adél Balogh

Business and Operations Development
adel@bioscore.info

DESCRIPCIÓN

Bioscore es un sistema integral diseñado para ayudar a destinos turísticos a medir, gestionar y mejorar su sostenibilidad mediante un modelo estructurado basado en datos, indicadores y verificación independiente. La solución combina un Sistema de Gestión de Sostenibilidad para destinos con la Bioscore Sustainability Data Platform, una infraestructura digital que permite recopilar, analizar y monitorizar indicadores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) de los diferentes actores del ecosistema turístico. El sistema permite a los destinos evaluar el desempeño sostenible de alojamientos y empresas turísticas, monitorizar indicadores clave del destino, medir aspectos como huella de carbono, consumos o gestión de recursos, y generar información fiable para la toma de decisiones y la planificación estratégica.

VALOR AÑADIDO

Bioscore responde a uno de los principales retos de los destinos turísticos: disponer de información homogénea, trazable y útil para gestionar la sostenibilidad de forma estructurada. La plataforma simplifica la recogida de datos, reduce la carga administrativa y facilita la coordinación entre administraciones públicas, empresas y otros actores del destino. Bioscore integra además procesos de certificación de sostenibilidad y verificación por tercera parte independiente, garantizando la credibilidad y transparencia de los resultados obtenidos. Este enfoque permite a los destinos avanzar hacia modelos de gobernanza basados en datos, mejorar la competitividad del sector turístico y comunicar de forma rigurosa su compromiso con la sostenibilidad.

IMPACTO

La plataforma permite establecer una línea base de sostenibilidad del destino, registrar consumos e indicadores clave, comparar resultados entre agentes y seguir la evolución del desempeño a lo largo del tiempo. Asimismo, facilita la generación de informes y evidencias que apoyan procesos de mejora continua, transparencia y certificación del destino y de sus organizaciones adheridas.

INVERSIÓN

Relativa — Suscripción anual escalable según tamaño y módulos, con soporte y actualizaciones incluidas; inversión habitual: 10.000–40.000 € anuales.

PROYECTO INNOVADOR DEL DESTINO

AMT SMART DESTINATIONS AWARDS 2026



Descubrí Montevideo Plus

PROYECTO INNOVADOR
DEL DESTINO

WEB

www.descubrimontevideo.uy

CONTACTO

Karina Fortete

Directora de Turismo

karina.fortete@imm.gub.uy

DESCRIPCIÓN Y APLICABILIDAD

Descubrí Montevideo Plus es una herramienta digital orientada a mejorar la experiencia turística mediante tecnologías innovadoras, promoviendo un turismo más autónomo, inclusivo y sostenible. Su objetivo es posicionar a Montevideo como DTI, facilitando información contextualizada, interactiva y multilingüe sobre los atractivos del departamento. Incluye georreferenciación de puntos de interés, visualización en lista, mapa y realidad aumentada, contenidos en español, inglés y portugués, integración de fotografías históricas y actuales, y navegación contextual con recomendaciones según la ubicación del visitante. Permite además la actualización centralizada de contenidos por parte del equipo técnico de la División Turismo, garantizando información fiable y actualizada. Su despliegue requiere servidor web, base de datos central, conectividad estable y dispositivos móviles con GPS y cámara. La gestión se realiza desde la Intendencia, con soporte técnico, coordinación interáreas y difusión a través de canales institucionales y del ecosistema turístico local.

IMPACTO Y VALOR AÑADIDO

El proyecto responde a tres problemáticas principales: la fragmentación de la información turística, la concentración de flujos en zonas tradicionales y la falta de datos actualizados sobre el comportamiento de los visitantes. Descubrí Montevideo Plus ofrece información georreferenciada, multilingüe y accesible, favoreciendo la exploración de nuevos circuitos urbanos y barriales. Desde su lanzamiento se aprecia un aumento del acceso a contenidos digitales y de la consulta de atractivos fuera del centro histórico, lo que refleja una mayor dispersión territorial del interés turístico. La herramienta democratiza el acceso a la información y genera conocimiento colectivo, conectando visitantes, ciudadanía y gestión pública. Además, refuerza el sentido de pertenencia, promueve la sostenibilidad, fortalece la competitividad del destino, mejora la planificación estratégica y contribuye al desarrollo local, consolidando la imagen de Montevideo como destino inteligente, conectado y abierto.

INVERSIÓN NECESARIA

50 mil euros el desarrollo y el mantenimiento del primer año. Luego el mantenimiento es de 5000 euros anuales, aproximadamente



Solución Web Experiencia AR Castillo de la Mola

**PROYECTO INNOVADOR
DEL DESTINO**

WEB
[Castillo de la Mola](#)

CONTACTO

Nuria Barrachina

Responsable Comercial (Proyectos Inmersivos S.A.)
nuria@proyectosinmersivos.com

DESCRIPCIÓN Y APLICABILIDAD

El proyecto tiene como objetivo crear una experiencia inmersiva en realidad aumentada para que los visitantes del Castillo de la Mola comprendan su evolución histórica mediante reconstrucciones virtuales rigurosas. La solución, accesible a través de una web app sin instalación, difunde el patrimonio, recrea elementos clave de distintas épocas y ofrece contenidos en cinco idiomas, reforzando un turismo innovador basado en tecnologías inmersivas. Incluye modelos 3D de la torre árabe, el recinto amurallado, un tramo de muralla y el horno-cocina en época árabe y medieval, accesibles mediante QR y Navilens, con escenas automáticas, audios, infografías, textos, vídeos y fotografías. Requiere servidor web de alta disponibilidad, hosting con CDN, dominio SSL, integración WebXR/WebAR, producción audiovisual y modelado 3D, señalética específica y base documental validada. Aporta innovación, accesibilidad, sostenibilidad, mayor atractivo turístico, más tiempo de visita y contenidos reutilizables.

IMPACTO Y VALOR AÑADIDO

El proyecto de realidad aumentada del Castillo de la Mola mejora la interpretación, la accesibilidad y la digitalización del patrimonio, posicionando a Novelda como un destino innovador. Responde a problemáticas como la baja visibilidad del recurso, la accesibilidad limitada, la falta de personalización de la visita, la elevada estacionalidad, la ausencia de herramientas digitales y la dependencia de señalización física. Para ello, propone una señalización virtual sostenible, recreaciones inmersivas en AR, una web app multilingüe sin descargas, personalización mediante analítica, recursos inclusivos y contenidos actualizables sin intervención física. Entre las mejoras esperadas figuran el aumento de visitantes y del tiempo de estancia, la reducción de la estacionalidad, un mayor acceso inclusivo, la disminución del mantenimiento físico y la ampliación de los contenidos digitales. En conjunto, refuerza la competitividad turística, impulsa un modelo basado en datos, dinamiza la economía local y mejora la percepción y el uso social del patrimonio.

INVERSIÓN NECESARIA

La inversión inicial estimada es de 14.800 € e incluye la web app en cinco idiomas con locuciones subtitradas, la reconstrucción 3D completa del Castillo de la Mola en cuatro escenas, un vídeo inmersivo time-lapse de 60 segundos y presentadores virtuales. El mantenimiento anual se limita al hosting, estimado en 20 €/GB con un mínimo de 100 €, aunque en este caso no supone coste adicional al contar Novelda con servidor propio.



CAMINOS DE
SEFARAD
RED DE JUDERÍAS DE ESPAÑA

Red de Juderías Phygital

**PROYECTO INNOVADOR
DEL DESTINO**

WEB

www.redjuderias.org

CONTACTO

Iñaki Echeveste

Gerente

gerencia@redjuderias.org

DESCRIPCIÓN Y APLICABILIDAD

La Red de Juderías de España, integrada por 27 ciudades, plantea implantar una solución tecnológica sostenible, integrada y escalable que permita conocer mejor y gestionar de forma más eficiente el tiempo que las personas visitantes invierten en las ciudades, guiando y proponiendo experiencias con múltiples beneficios. Con este fin se presenta el proyecto Red de Juderías Phygital, centrado en localización, comunicación y propuestas de experiencias en tiempo real, en colaboración con la empresa tecnológica-turística Seeking. La iniciativa contempla desplegar una red de nodos de medición en puntos estratégicos de cada judería, capaces de identificar que un terminal móvil corresponde a un visitante del patrimonio judío de la ciudad. La tecnología seleccionada, nodos Phygital detectores de teléfonos móviles, permite localizar y contabilizar visitantes y analizar estacionalidad, flujos de movimiento, puntos de interés y tiempos de estancia.

IMPACTO Y VALOR AÑADIDO

La tecnología Phygital permite, además, proponer a distintos perfiles de usuarios, a partir de Big Data actualizado diariamente, opciones de experiencias, destinos o sugerencias alineadas con sus intereses. Con ello se busca aumentar la satisfacción del visitante en el destino, incrementar el gasto medio del turista y reforzar la fidelización, favoreciendo también la visita a otros destinos de la Red.

INVERSIÓN NECESARIA

El programa Experiencias Turismo España concedió una subvención al proyecto de 350K, repartidos entre la Red de Juderías y Seeking.. Son de 2 a 3 nodos inalámbricos instalados en cada casco histórico y el precio aproximado es de 5.000 euros cada uno, por tanto, ese es el presupuesto desde el que partir y plantear un programa de formación y sensibilización al ecosistema turístico de cada destino. Frente a soluciones basadas en apps o beacons, que apenas captan usuarios (menos del 1% instala una app), la tecnología phygital puede alcanzar al menos al 20% de la audiencia potencial, ya que no exige instalar nada ni activar funciones. Este volumen es clave para justificar inversiones: en un destino con 1.000.000 de visitantes anuales podría registrarse a 200.000 usuarios. Cada nodo inalámbrico cuesta aproximadamente 5.000 €.

Organizado por:

(Fitur)



CEHAT
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES
Y ALOJAMIENTOS



AMT SMART DESTINATIONS AWARDS | 2026

maarloop
Rethinking tourism

La única... directa
de... vuelo



AMT SMART DESTINATIONS AWARDS | 2026

Próxima convocatoria: Octubre 2026



AMT Sol y Playa
Alianza de Municipios Turísticos



TechY
powered by ITH

ITH¹
INSTITUTO TECNOLÓGICO HOTELERO

thinktur
Plataforma Tecnológica del Turismo