

OFICINAS VIRTUALES DE TURISMO EN LAS TIERRAS DEL OESTE SALMANTINO



OFICINAS VIRTUALES DE TURISMO

ADEZOS

QUÉ VER



SERVICIOS



EN IMÁGENES



www.adezos.es



¿Tienes un smartphone?



PASO 1 Descargue en su móvil un lector de código QR (aplicación gratuita)

PASO 2 Abra el lector QR



PASO 3 Enfoque al código con su smartphone



ÍNDICE

1. MUNICIPIOS IMPLICADOS	2
2. POBLACIÓN TOTAL	3
3. RESUMEN.....	3
4. OBJETIVOS.....	4
5. DESTINATARIOS.....	4
6. PRINCIPALES ACCIONES	4
7. FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN	6
8. RESULTADOS OBTENIDOS	7
9. MEMORIA ECONÓMICA	8
10. PÁGINA WEB	8

1. MUNICIPIOS IMPLICADOS

En el siguiente listado se enumeran las **setenta localidades** que disponen de Oficina Virtual de Turismo:

Ahigal de los Acieteros	Mieza	Villarmayor
Ahigal de Villarino	Milano, El	Villarmuerto
Aldeadávila de la Ribera	Monleras	Villasbuenas
Almendra	Moronta	Villasdardo
Bañobárez	Olmedo de Camaces	Villaseco de los Gamitos
Barceo	Peña, La	Villaseco de los Reyes
Barruecopardo	Peralejos de Abajo	Villavieja de Yeltes
Bermellar	Peralejos de Arriba	Vilvestre
Bogajo	Pereña de la Ribera	Vitigudino
Brincones	Pozos de Hinojo	Yecla de Yeltes
Cabeza de Caballo	Puertas	Zarza de Pumadera, La
Cerezal de Peñahoracada	Redonda, La	
Cerralbo	Saldeana	
Cipérez	San Felices de los Gallegos	
Cubo de Don Sancho, El Doñinos de Ledesma	Sanchón de la Ribera	
Encina de San Silvestre	Sando	
Encinasola de los Comendadores	Santa María de Sando	
Espadaña	Sardón de los Frailes	
Fuenteliante	Saucelle	
Gejuelo de Barro	Sobradillo	
Guadramiro	Trabanca	
Hinojosa de Duero	Tremedal de Tormes	
Iruelos	Valderrodrigo	
La Fregeneda	Valsalabroso	
La Mata de Ledesma	Vídola, La	
Ledesma	Villar de Peralonso	
Lumbrales	Villar de Samaniego	
Manzano, El	Villares de Yeltes	
Masueco de la Ribera	Villarino de los Aires	

2. POBLACIÓN TOTAL

21.565 habitantes.

3. RESUMEN

De todos es sabido que las personas pasan más tiempo utilizando dispositivos móviles que nunca. En el caso español los datos ponen de manifiesto que esta industria es una realidad que ha conseguido una penetración de mercado por encima del 60%.

Teniendo en cuanto la realidad anterior, se ha considerado adecuado la adaptación de la información turística para su lectura mediante los dispositivos móviles: teléfonos inteligentes, tabletas, etc.

Así, se han utilizado los códigos QR por poseer un gran potencial para el sector turístico al permitir la divulgación de información in situ, es decir, en el sitio y en el momento en que se demanda.

De esta forma, los códigos QR han servido para dispensar información acerca de puntos de interés en los destinos turísticos (plazas, edificios públicos, restaurantes, alojamientos hoteleros, etc.).

A su vez, aportan información adicional sobre monumentos u obras de arte en museos o exposiciones. Es así como se enriquece la experiencia del visitante abriéndole la posibilidad de ampliar información sobre aquellos contenidos que sean de su interés.

Las oficinas virtuales de turismo, implantadas en el Oeste Salmantino, aprovechan la tecnología BIDI de lectura de los códigos QR para dar información turística, de los recursos y de los servicios del territorio existentes en cada uno de los setenta municipios que configuran las Tierras del Oeste Salmantino.

4. OBJETIVOS

El proyecto tiene como **objetivo principal** ofrecer toda la información necesaria para complementar la estancia turística a través de los dispositivos móviles: teléfonos, tabletas, etc.

De esta forma, se conseguirá que los turistas que visiten las Tierras del Oeste Salmantino:

- ✓ Complementen la información turística que disponen en el mismo momento que la demandan.
- ✓ Prolonguen la estancia.
- ✓ Aumenten el gasto medio.
- ✓ Incrementen el grado de satisfacción de la visita.

5. DESTINATARIOS

El destinatario principal son los **turistas** que se acercan a conocer las **Tierras del Oeste Salmantino** ya que se les ha facilitado el acceso a la información de forma totalmente autónoma de manera que no tengan que depender de los horarios de las oficinas de turismo.

Además, el proyecto ha permitido llegar a nuevos segmentos de mercado: población joven que se adapta muy bien a las nuevas tecnologías.

6. PRINCIPALES ACCIONES

En este proyecto se han generado **dos cientos diez códigos QR** para cada uno de los setenta municipios del territorio ADEZOS.

Para lo cual se han diseñado **setenta Oficinas Virtuales de Turismo** (http://www.adezos.es/qr/QR_pdf/) con información sobre cada municipio (texto y video) a partir del material de divulgación turística elaborado por ADEZOS:

- Publicación *Por el Oeste salmantino*.
- DVD *El Oeste Salmantino. Paraíso rural*.
- <http://www.adezos.es/es/nuestras-tierras.html>.

En los casos en los que ha sido necesario se ha realizado una ampliación fotográfica que posteriormente se ha montado en video.

A su vez se han diseñado, fabricado y colocado:

- **Ciento veinte placas de metacrilato** (370cmx225cmx5mm). Se han instalado en los edificios públicos de los municipios y pedanías previa autorización del Ayuntamiento.
De esta forma, cada municipio tiene como mínimo una oficina virtual de turismo. Sin embargo, las localidades de mayor tamaño o interés turístico ponen a disposición de los visitantes un mínimo de dos y un máximo de cuatro Oficinas Virtuales de Turismo.
- **Cuatrocientas pegatinas** (29cmx12cm). Se han colocado en establecimientos de hostelería, restauración, gasolineras, etc.

Todas las placas y pegatinas incluyen la siguiente información:

- **Qué ver.** El código QR ofrece una breve descripción del municipio que con fotografías de los monumentos, edificios o paisajes más carismáticos del mismo.
- **Servicios.** El código QR enlaza con la web de ADEZOS y aporta información al visitante como dónde comer, dónde dormir, comercios, etc.
- **En imágenes.** En este caso el código QR ofrece un video para que el visitante descubre los principales atractivos turísticos del municipio donde se encuentra. Los vídeos tienen una duración mínima que oscila entre los 20 y 60 segundos.

A continuación se aporta el ejemplo de la Oficina Virtual de Turismo de San Felices de los Gallegos:

The banner is titled "SAN FELICES DE LOS GALLEGOS" in a large, serif font at the top. Below the title, there are three main sections: "QUÉ VER", "SERVICIOS", and "EN IMÁGENES", each with a corresponding QR code. The background is a colorful abstract design with blue, yellow, green, and maroon shapes. On the right side, there is a vertical column of logos including the Junta de Castilla y León, the European Union flag, the Spanish flag, the ADEZOS logo, and the logo for Tierras del Oeste Salmantino. At the bottom left, the website "www.adezos.es" is displayed. A dark grey bar at the very bottom contains three steps: "PASO 1: ¿Tienes un smartphone? Descargue en su móvil un lector de código QR (aplicación gratuita)", "PASO 2: Abra el lector QR", and "PASO 3: Enfoque al código con su smartphone".

7. FECHA DE INICIO Y FINALIZACIÓN

El proyecto se ha llevado a cabo a lo largo del año 2013 en cinco fases que incluyen las actividades que se especifican a continuación:

- ✓ **FASE 1. Documentación y selección de contenidos.**
 - Recopilación fuentes de documentación.
 - Búsqueda de información complementaria.
 - Análisis y selección de información.

- ✓ **FASE 2. Diseño microsites.**
 - Diseño soporte códigos QR.
 - Adaptación portal web ADEZOS:
 - Arquitectura.
 - Diseño de contenidos.
 - Microsite para cada código QR.
 - Generación de códigos QR para cada ubicación.

- ✓ **FASE 3. Elaboración contenidos.**
 - Redacción de contenidos.
 - Corrección y verificación de los contenidos.
 - Reportaje fotográfico.

- ✓ **FASE 4. Fabricación y colación Oficinas Virtuales de Turismo.**
 - Edición e impresión de placas y pegatinas.
 - Solicitud de permisos para la colocación de las placas y pegatinas.
 - Colocación de las placas y pegatinas.
 - Revisión de la adecuación de los emplazamientos.
 - Recogida, autorización y visto bueno de documento de conformidad.

- ✓ **FASE 5. Dinamización y difusión del proyecto.**
 - Diseño imagen de proyecto.
 - Reuniones de presentación del proyecto a los actores del territorio.
 - Diseño estrategia de comunicación.
 - Redacción notas de prensa y envío a medios.
 - Difusión en redes sociales y otros soportes.

8. RESULTADOS OBTENIDOS

Los principales resultados conseguidos han sido:

- ✓ Poner en valor la información turística elaborada por ADEZOS para ofrecerla a los visitantes de una forma novedosa a través de dispositivos móviles.

- ✓ Ahorrar costes en la promoción turística del territorio. Ya que la divulgación turística mediante códigos QR es más barata y sostenible desde el punto de vista medioambiental que la tradicional en papel.

- ✓ Ofrecer la información actualizada a los visitantes. De hecho, el tradicional soporte papel de información turística tiene una limitación añadida: la actualización de la información. Por el contrario, el proyecto que aquí se presenta permite la actualización inmediata de cualquier cambio en la información que se aporta al turista.

- ✓ Conocer exactamente cuánta gente ha visitado cada punto.

9. MEMORIA ECONÓMICA

El presupuesto total ascendió a **dieciséis mil trescientos treinta y cinco euros**, que fueron aportados íntegramente por ADEZOS, a su vez subvencionada por los fondos Leadercal (Feader, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Junta de Castilla y León).

10. PÁGINA WEB

http://www.adezos.es/qr/QR_pdf/