

## “ANÁLISIS DE LAS APLICACIONES MÓVILES EN EL SECTOR TURÍSTICO”

### ANEXOS.....

Anexo I: Fichas de aplicación.....	1
Anexo II: Resultados del análisis de eficiencia procedentes de DEA Frontier.....	22
Anexo III: Imagen de “Happy Aventura”.....	23
Anexo IV: Desarrollo de las ruta de “Happy Aventura”.....	24
Anexo V: Spot promocional ”Happy Aventura”.....	29
Anexo VI: Póster participante en CITUZ 2014.....	30

## **ANEXOS**

---

### **Anexo I: Fichas de aplicación.**

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	Nieve Aragón
Descripción	<p>“Nieve Aragón” es la primera guía turística dirigida al sector de la nieve desarrollada en España y se encuentra dentro del Plan Diferencial de Promoción Turística de Aragón 2012-2015.</p> <p>No sólo ofrece información detallada de las siete estaciones de esquí de Aragón sino que, dentro de ella, colaboran 270 empresas y establecimientos turísticos vinculados con la montaña y permite la contratación y reserva directa de servicios desde dentro de la aplicación.</p>
Target	17 - 30 años 31 - 45 años 46 - +65 años
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li><li>▪ Francés</li></ul>
Valoración Market	4,2
Nº descargas	1000-5000
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Modalidad de uso offline</li><li>▪ Especialidad en turismo de nieve</li><li>▪ Interactividad entre usuarios</li><li>▪ Buen diseño</li><li>▪ Variedad de ofertas de servicio</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ No hay información oficial sino que procede de usuarios</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	iComunitat
Descripción	<p>Ofrece información detallada de Valencia, Castelló y Alicante. Además incluye una gran variedad de herramientas como, por ejemplo, traductor, conversor de moneda, realidad aumentada, etc...</p> <p>Lo más novedoso es que permite trazar rutas propias, crear un álbum de viaje y compartirlo a través de redes sociales.</p>
Target	<p>17 - 30 años</p> <p>31 - 45 años</p> <p>46 - +65 años</p>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li></ul>
Valoración Market	3,4
Nº descargas	1000-5000
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gran variedad de herramientas</li><li>▪ Interacción con redes sociales</li><li>▪ Personalización de rutas</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Escasez de idiomas</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	Islas Canarias Water Sports Experience
Descripción	Es una guía especializada en el turismo náutico de las Islas Canarias que cuenta con información detallada de los mejores spots de las Islas Canarias, cómo llegar, servicios disponibles, meteorología y fotografías e infografías en los puntos de buceo de más importancia e interés turístico y deportivo.
Target	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 17 - 30 años</li><li>▪ 31 - 45 años</li></ul>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li></ul>
Valoración Market	5
Nº descargas	100-500
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Especialidad en turismo náutico</li><li>▪ Buen diseño</li><li>▪ Variedad de ofertas de servicio</li><li>▪ Adaptación de los servicios mediante el uso de "Google Analytics"</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Escasez de idiomas</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Mission: Euskadi</b>
<b>Descripción</b>	Consiste en mostrar la cultura de la comunidad mediante un juego donde se maneja un globo aeroestático que va volando por sus diferentes ciudades y hay que esquivar diferentes obstáculos.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 - 16 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	5
<b>Nº descargas</b>	500-1000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Escasez en el mercado de este tipo de propuestas turísticas infantiles a modo de juego</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No proporciona gran información turística de la comunidad</li> <li>▪ Diseño simple</li> <li>▪ Escasez de idiomas</li> </ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	iBarcelona Smartour LITE
Descripción	Ofrece la información más relevante de Barcelona, información gastronómica, comercial, ocio nocturno y también incluye descuentos y promociones.
Target	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 17 - 30 años</li><li>▪ 31 - 45 años</li><li>▪ 46 - +65 años</li></ul>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li><li>▪ Francés</li></ul>
Valoración Market	2,7
Nº descargas	1000-5000
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Utiliza los medios audiovisuales para explicar los sitios más relevantes de la ciudad.</li><li>▪ Incluye cupones y promociones interesantes</li><li>▪ Ofrece un mapa con posibilidad de uso offline</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Es una versión gratuita limitada debido a que existe una versión de pago.</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	BCN Visual
Descripción	Mediante el uso de la geolocalización, muestra mediante un plano de Barcelona los lugares en los que la aplicación dispone de fotografías antiguas de edificios y monumentos. Básicamente, sirve para conocer la Barcelona antigua.
Target	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 31 - 45 años</li><li>▪ 46 - +65 años</li></ul>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li><li>▪ Catalán</li></ul>
Valoración Market	4,1
Nº descargas	1000-5000
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Se compone de una temática que no existe en otros destinos</li><li>▪ Tiene la opción de, al enfocar la fotografía de un edificio actual y superponerlo con una foto antigua se pueden observar las diferencias cambiando el grado de opacidad.</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Simplemente sirve para conocer la Barcelona antigua mediante fotografías geolocalizadas</li><li>▪ Dispone de poco contenido</li></ul>



## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	iBeach
Descripción	Es una aplicación que ofrece afinidad de opciones relativas a la playa. Proporciona información sobre el clima, la presencia de medusas, sobre la calidad del agua, el color de las banderas, los chiringuitos más cercanos, restaurantes, comercios...
Target	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 17 - 30 años</li><li>▪ 31 - 45 años</li><li>▪ 46 - +65 años</li></ul>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li><li>▪ Catalán</li></ul>
Valoración Market	3,4
Nº descargas	10000-50000
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ofrece gran cantidad de información</li><li>▪ Es la única del mercado que da información sobre el color de las banderas y sobre la presencia de medusas</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ El número de playas en las que opera es limitado</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	iSantander
Descripción	Es un blog de turismo centrado en Santander hecho aplicación. Donde aparece un artículo en pantalla grande y en el lado izquierdo, en un formato más pequeño otros posts publicados con anterioridad.
Target	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 17 - 30 años</li><li>▪ 31 - 45 años</li><li>▪ 46 - +65 años</li></ul>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li><li>▪ Francés</li></ul>
Valoración Market	4,9
Nº descargas	10-50
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Un blog turístico introducido en una aplicación es una opción interesante dentro de la modalidad de las aplicaciones</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tiene publicidad dentro del blog</li><li>▪ Formato anticuado</li><li>▪ La información limitada.</li><li>▪ Dificultad para ser encontrada en el Market debido a que el Banco Santander tiene registrado un nombre prácticamente idéntico.</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Turismo Castellón</b>
<b>Descripción</b>	Permite descubrir toda la oferta turística y gastronómica de Castellón mediante una fácil interfaz. Presenta una serie de rutas, material multimedia, eventos, boletín de teléfonos de interés, el tiempo...
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Alemán</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	4
<b>Nº descargas</b>	1000-5000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interfaz moderna</li> <li>▪ Facilidad de uso</li> <li>▪ Multitud de opciones como audioguías y realidad aumentada</li> <li>▪ Interactividad con redes sociales</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Girona in</b>
<b>Descripción</b>	Es una multiplataforma que se dirige tanto a los ciudadanos, como a los turistas o a los negocios. Aparte de información turística. ofrece promociones y cupones descuentos personalizados a los usuarios. Tiene una sección para que los negocios se publiquen de forma gratuita y también dispone de un servicio de notificaciones PUSH personalizadas.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Catalán</li> <li>▪ Chino simplificado</li> <li>▪ Chino tradicional</li> <li>▪ Danés</li> <li>▪ Francés</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Japonés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	3,8
<b>Nº descargas</b>	10000-50000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ofrece cupones descuento personalizados</li> <li>▪ Incorpora uso de notificaciones PUSH</li> <li>▪ Gran variedad de idiomas</li> <li>▪ Interactividad con redes sociales</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Turismo Murcia</b>
<b>Descripción</b>	Permite localizar y consultar hoteles, restaurantes, museos, monumentos, etc. Gracias a la realidad aumentada si se enfoca un punto de interés con la cámara del móvil directamente, la aplicación te dice qué es.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Francés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	2,6
<b>Nº descargas</b>	500-1000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realidad aumentada</li> <li>▪ Facilidad de uso</li> <li>▪ Gran información turística</li> <li>▪ Interactividad con redes sociales</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Faltan recursos turísticos por introducir</li> <li>▪ A veces se aprecia la aplicación ralentizada.</li> </ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>San Sebastián Turismo</b>
<b>Descripción</b>	Proporciona gran información sobre restaurantes, bares, alojamientos, visitas guiadas, opciones de ocio, agenda de eventos, clima, etc sobre San Sebastián.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Francés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	3,5
<b>Nº descargas</b>	5000-10000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Permite utilizarse en modo offline</li> <li>▪ Se centra tanto en el turista extranjero como en el local.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utiliza pocas herramientas que ofrece el Smartphone y que podrían mejorar la experiencia de uso.</li> </ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Smart Santander RA</b>
<b>Descripción</b>	Permite el acceso en tiempo real a las cámaras de tráfico y playas, informes meteorológicos, información sobre los autobuses y servicio de alquiler de bicicletas. Tiene la opción de ver la ciudad mediante realidad aumentada, donde, si se va andando enfocando con la cámara, la aplicación tiene una capa superpuesta donde muestra información sobre lo que se ve.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Francés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	3,4
<b>Nº descargas</b>	10000-50000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Realidad aumentada de gran interactividad</li> <li>▪ Gran cantidad y tipos de servicio</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Tourkhana Segovia</b>
<b>Descripción</b>	Se trata de una especie de gymkhana donde los usuarios, mediante el uso del móvil, realizan una ruta predefinida superando una serie de retos y juegos.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 – 16 años</li> <li>▪ 17 - 30 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	4,7
<b>Nº descargas</b>	500 - 1000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Es una modalidad de app turística muy original e innovadora.</li> <li>▪ Ofrece una experiencia al usuario, que, principalmente, es infantil al cual se dirigen muy pocas aplicaciones en el mercado.</li> <li>▪ Permite conocer la ciudad desde otro punto de vista</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La ruta es predefinida por lo que no se ofrece información turística adicional</li> </ul>



## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Valladolid aumentada</b>
<b>Descripción</b>	Mediante la aplicación de la realidad aumentada, a través de la ciudad se irán resolviendo diferentes misterios, haciendo una visita turística muy diferente y divertida.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 – 16 años</li> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Francés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	4
<b>Nº descargas</b>	1000 - 5000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Original e innovadora.</li> <li>▪ Dirigida a desarrollar actividades en familia.</li> <li>▪ Se basa en la realidad aumentada</li> <li>▪ Permite conocer la ciudad desde otro punto de vista</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ocupa gran espacio en el móvil</li> <li>▪ Interfaz un poco anticuada</li> </ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>ProBadajoz</b>
<b>Descripción</b>	ProBadajoz es la aplicación oficial de la Diputación de Badajoz que permite conocer la historia, patrimonio, lugares y eventos de los municipios de la provincia de Badajoz.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Francés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	4,5
<b>Nº descargas</b>	100 - 500
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Buena organización</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No utiliza ningún recurso especial del móvil</li> </ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

Nombre	gps.huescalamagia.es
Descripción	Es una aplicación que geolocaliza al usuario y muestra los recursos más importantes y cercanos. Además permite crear rutas personalizadas, compartir imágenes con el resto de usuarios así como ofrecer información turística de interés
Target	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 17 - 30 años</li><li>▪ 31 - 45 años</li><li>▪ 46 - +65 años</li></ul>
Idiomas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li><li>▪ Francés</li></ul>
Valoración Market	4,8
Nº descargas	1000 - 5000
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Gran diversidad de información</li><li>▪ Aprovechamiento de nuevas tecnologías</li></ul>
Debilidades	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Diseño un poco austero</li></ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Ruta Rías</b>
<b>Descripción</b>	Ofrece la posibilidad de conocer la Rutas de las Rías Baixas mediante un ruta dinámica por GPS, uso de realidad aumentada así como enlazando esta zona con el enoturismo.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> <li>▪ Francés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	4,3
<b>Nº descargas</b>	1000 - 5000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Original y práctica</li> <li>▪ Aprovechamiento de nuevas tecnologías</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Zamora en ruta</b>
<b>Descripción</b>	Es una aplicación que ofrece tres rutas para conocer Zamora, funcionando mediante GPS y mostrando el patrimonio cultural y natural de la zona.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 17 - 30 años</li> <li>▪ 31 - 45 años</li> <li>▪ 46 - +65 años</li> </ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Castellano</li> <li>▪ Inglés</li> </ul>
<b>Valoración Market</b>	4,3
<b>Nº descargas</b>	500 - 1000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Facilidad de uso</li> <li>▪ Uso de las nuevas tecnologías</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sólo dispone de tres rutas establecidas</li> </ul>

## FICHA DE APLICACIÓN MÓVIL TURÍSTICA

<b>Nombre</b>	<b>Tour Sagunto</b>
<b>Descripción</b>	Ofrece gran de información turística de Sagunto utilizando GPS haciendo que el turista esté informado de todo lo que está sucediente.
<b>Target</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 17 - 30 años</li><li>▪ 31 - 45 años</li><li>▪ 46 - +65 años</li></ul>
<b>Idiomas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Castellano</li><li>▪ Inglés</li></ul>
<b>Valoración Market</b>	4,4
<b>Nº descargas</b>	1000 - 5000
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Uso de las nuevas tecnologías</li><li>▪ Interfaz muy moderna</li></ul>
<b>Debilidades</b>	

Anexo II: Resultados originales procedentes del programa DEA Frontier

Tabla 12: Resultados originales procedentes del programa DEA Frontier

Inputs	Target	NºIdiomas	Valoración Market descargas										
DMU No.	DMU Name	Input-Oriented Efficiency	Optimal Lambda with Benchmarks										
1	Nieve Aragón	0.784	0.294	Mission: Euskadi	0.353	BCN Visual	0.294	Smart Santander RA	0.059	gps.huescalamagia.es			
2	iComunitat	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
3	Islas Canarias Water Sports Experience	1.000	1.000	Islas Canarias Water Sports Experience									
4	Mission: Euskadi	1.000	1.000	Mission: Euskadi									
5	iBarcelona Smartour LITE	0.778	0.333	Mission: Euskadi	0.333	BCN Visual	0.333	Smart Santander RA					
6	BCN Visual	1.000	1.000	BCN Visual									
7	iBeach	1.000	0.167	Girona in	0.833	Smart Santander RA							
8	iSantander	1.000	0.500	Islas Canarias Water Sports Experience	0.500	gps.huescalamagia.es							
9	Turismo Castellón	0.778	0.333	Mission: Euskadi	0.333	BCN Visual	0.333	Smart Santander RA					
10	Girona in	1.000	1.000	Girona in									
11	Turismo Murcia	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
12	San Sebastián Turismo	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
13	Smart Santander RA	1.000	1.000	Smart Santander RA									
14	Tourkhana Segovia	1.000	1.000	Mission: Euskadi									
15	Valladolid aumentada	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
16	ProBadajoz	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
17	gps.huescalamagia.es	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
18	Ruta Rías	0.804	0.176	Mission: Euskadi	0.412	BCN Visual	0.176	Smart Santander RA	0.235	gps.huescalamagia.es			
19	Zamora en ruta	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									
20	Tour Sagunto	1.000	1.000	gps.huescalamagia.es									

Fuente: Elaboración propia

### Anexo III: Imagen “Happy Aventura”

*Imagen 1: Logo de “Happy Aventura”*



*Fuente: Elaboración propia*

*Imagen 2: Personaje principal de “Happy Aventura”*



*Imagen 3: Familia de “Happy Aventura”*



*Fuente: Powtoon.com y elaboración propia*





En el vídeo se explicarían los objetivos de la gymkhana. Para ello se debería de hacer una serie de pruebas y visitar lugares para conseguir todos los amuletos necesarios para obtener un premio final que se proporcionaría al llegar a la X del tesoro oculta.

## **2. Basílica del Pilar**

La Basílica del Pilar sería el primer punto de la ruta. Se haría una explicación mediante una especie de carta (para no desprender sonidos en el interior) la historia del Pilar y algunas de sus anécdotas. A continuación tendrían que localizar todos los agujeros de las bombas que todavía quedan visibles en su interior. Para ello, a través de la propia aplicación, tendrían que seleccionar la opción de cámara para poder enfocarlas y automáticamente se detectarían mediante realidad aumentada para poder tener el acceso al siguiente punto de la ruta.

## **3. Fuente de la Hispanidad**

Mediante un vídeo se explicaría por qué Zaragoza tiene tanta vinculación con Sudamérica y habría que buscar en ese espacio dos mapas del continente (bola del mundo y el de la fuente de la Hispanidad) y compartir las dos fotos en una red social (Flickr, Instagram o Facebook) para poder continuar con la ruta.

## **4. Torreón de la Zuda\***

Este punto de la ruta depende de si está abierta la torre o no. En caso de estar abierta, y de disponer de una movilidad correcta se podría subir para visualizar la ciudad desde arriba. En caso negativo, sería suficiente con marcar la opción “No”. En cualquier caso para superar el punto se tendría que contestar a una serie de cuestiones compuestas por 4 respuestas relacionadas con la época de los musulmanes.

## **5. Estatua Cesaragusto**

En el momento de llegar a la estatua, aparecerían una serie de símbolos en la pantalla los cuales habría que seleccionar únicamente los que aparecen en la coraza de Cesaraugusto.

## **6. Mercado Central\***

El siguiente punto sería el Mercado Central. En caso de estar abierto, se acudiría al punto intermedio del mercado. Se explicaría que muchos animales que aparecen en las imágenes de la parte superior se han escapado. En la pantalla, aparecería una imagen de un animal mediante realidad aumentada, es decir, mediante la visualización de la cámara se vería a un animal, y a continuación se tendría que enfocar al dibujo del animal correspondiente posicionado en los detalles de arriba del mercado para que regresase a su sitio. Así con diferentes animales.

En caso de estar cerrado el mercado, la aplicación enviaría directamente al siguiente punto.

## **7. Plaza San Felipe**

El siguiente punto sería la Plaza San Felipe. Al llegar al punto geolocalizado perteneciente a la estatua del hombre sentado, se mostraría una especie de juego en el que habría que despertar a la estatua mediante toques a la pantalla. A continuación se reproduciría un video con el hombre agradecido por ser liberarlo y contaría la historia de la torre invisible que estaba mirando y que antes existía enfrente suyo.

## **8. Calle Alfonso**

En este punto, la familia tendría que pedir a algún viandante que les hiciese una foto juntos con la condición de ser enfocados en un punto donde se viese el Pilar de fondo y compartirlo en redes sociales.

### **9. El Tubo**

Al llegar al Tubo, que se detectaría mediante geolocalización, se reproduciría un video donde el personaje protagonista mencionaría que está hambriento y habría que jugar a un juego tipo “Cada oveja con su pareja” con productos típicos aragoneses.

### **10. Teatro Romano**

Cuando se llegue al teatro se nos mostrarán los nombres de las diferentes partes del teatro romano, luego desaparecerán y tendrán que rellenar los huecos poniéndolos.

### **11. Torre Mudéjar Madalena**

Cuando se llegase a este punto, habría que buscar a través de la cámara la Torre de la Madalena. Al momento de enfocarla mediante la cámara y encuadrarla aparecería la indicación de poder continuar con la expedición.

### **12. Arco del Deán**

Al llegar a este punto, se reproduciría un vídeo donde el protagonista se habría convertido en diablo y seguidamente contaría la leyenda del Arco del Deán. Cuenta la leyenda que “todo aquel que pase por el arco sin respirar y piense en un deseo se le cumplirá aunque su alma se le llevará el diablo”. Esto se enfocaría de una manera infantil, por lo que todos los participantes tendrán que escribir en la aplicación un deseo y pasar por el arco uno a uno tratando de no respirar.

### **13. Muro de La Seo**

Al llegar al muro se mostraría un juego, donde el Papa Luna se aparecería a la familia y pediría ayuda para buscar su símbolo, por lo que habría que buscarlo y enfocararlo con la cámara.

### **14. Plaza de La Seo**

En la plaza de La Seo tendrían que seleccionar entre varias fotos antiguas de la ciudad cuáles serían verdaderas o falsas.

### **15. Plaza del Pilar**

Se llegaría al final de la Happy Aventura. Una vez realizada toda la ruta sería la hora de buscar la X donde se esconde el tesoro. Tendrían que buscar por toda la plaza del Pilar con alguna pista. Finalmente, la X sería una cruz que está en el suelo más o menos en el centro de la plaza del Pilar que es donde cayó una de las bombas. Llegada a la cruz, automáticamente se producirá una descarga de una serie de cupones descuento o algún regalo determinado a recoger o canjear en algún establecimiento.

## Anexo V: Spot promocional de “Happy Aventura”

*Imagen 5: Código QR Video Spot Promocional*



Fuente: [www.qrhacker.com](http://www.qrhacker.com) y elaboración propia

**(Imagen con hipervínculo, hacer click en la imagen para dirigirse automáticamente a la página de ruta trazada mediante Google Maps con las explicaciones e imágenes convenientes) hacer click aquí <http://bit.ly/1q2mX4r> o escanear con la aplicación lectora de códigos qr.)**



## Anexo VI: Póster participante en CITUZ 2014 ( Congreso Internacional de Turismo de Zaragoza)

Imagen 6: Póster participante en CITUZ 2014



Fuente: Elaboración propia