

CICLO FORO EMPRENDIMIENTO CON TALENTO

# HERRAMIENTAS DIGITALES PARA ATRAER TURISTAS AL DESTINO

07/07  
10:00 h.

FINANCIA:



GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
VEU

IVACE  
INICIATIVA VALENCIANA DE  
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

CEEI  
VALENCIA

**FOCUS**  
PYME Y EMPRENDIMIENTO  
Comunitat Valenciana



Play&go  
experience





Play&go  
experience

# GERSON BELTRAN

Serie "Geografía en red:  
de la reflexión a la acción"  
Libro I



**GEOGRAFÍA  
Y TECNOLOGÍA**  
las herramientas



Gersón Beltrán y Jorge del Río

Serie "Geografía en red:  
de la reflexión a la acción"  
Libro II



**GEOGRAFÍA  
Y DATOS**  
la materia prima



Jorge del Río y Gersón Beltrán

Serie "Geografía en red:  
de la reflexión a la acción"  
Libro III



**GEOGRAFÍA  
Y COMUNICACIÓN**  
el marketing



Gersón Beltrán y Jorge del Río





**ALICIA:** “Dime gato, ¿cuál es el camino correcto?”

**GATO:** “¿A dónde te diriges?”

**ALICIA:** “No lo sé”

**GATO:** “Si no sabes dónde vas, poco importa el camino que tomes”

**(Alicia en el País de las Maravillas)**

filmoterapia





Play&go  
experience

CEEI  
VALENCIA



En vez de poner las nuevas tecnologías en el centro de las personas hay que poner a las personas en el centro de las tecnologías. Hay que recuperar la esencia humana Andy Stalman

@inboundmexico



# UX UI

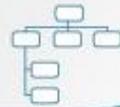
## EXPERIENCIA DEL USUARIO

La Experiencia de Usuario engloba todas las interacciones que el usuario tiene con tu producto.

## INTERFAZ DEL USUARIO

El diseño de interfaz de usuario es la traducción visual de todos los elementos de la aplicación (grafismo y audio)

ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN (ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS)



DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

DEFINICIÓN DEL USUARIO Y SUS NECESIDADES

ANALYTICS

WIREFRAMES/ PROTOTIPOS

DISEÑO INTERACTIVO (USABILIDAD)



ACCESIBILIDAD

IDENTIDAD GUÍA ESTILO



DISEÑO VISUAL



COLOR



BOCETOS



TIPOGRAFÍA



PARTE VERBAL, ARITMÉTICA, LÓGICA Y ANALÍTICA. PENSAMIENTO CONVERGENTE

CONDUCTA EMOCIONAL, INTUICIÓN, CREATIVIDAD PENSAMIENTO DIVERGENTE



Play&go  
experience

# Baby Boomers

Ages 55-64

Boomers ranked four consumer packaged goods (CPG) brands in their top 10

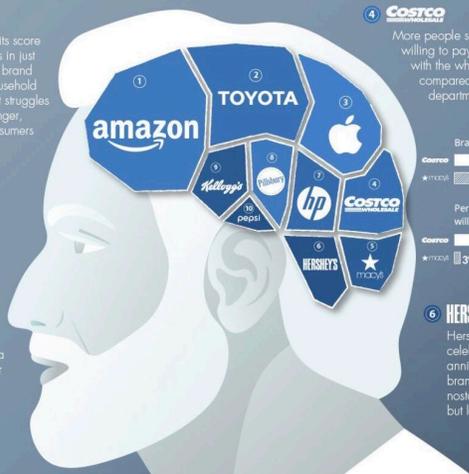
## 9 Kellogg's

Kellogg's increased its score from 34 to 50 points in just one year. While the brand remains a trusted household name for boomers, it struggles to keep up with younger, health-conscious consumers

## 10 pepsi

42% of Pepsi drinkers can't live without the brand.

The soda company surpassed Coca Cola in the 2020 customer loyalty index.



## 4 COSTCO

More people say they are willing to pay higher prices with the wholesale retailer, compared to upscale department chain Macy's.



## 6 HERSHEY'S

Hershey's recently celebrated its 125th anniversary. The chocolate brand ranks highly on nostalgia and indulgence, but low on identity.

Source: MBLM

# Gen X

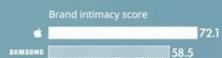
Ages 35-54

Gen X ranked two retail brands in their top 10

## 1 Apple

The first iPhone launched in 2007, when Gen X were 22-41, which could be part of the reasoning behind their loyalty.

While Apple takes the top spot, Samsung customers are willing to pay more for their experience.



## 9 Walmart

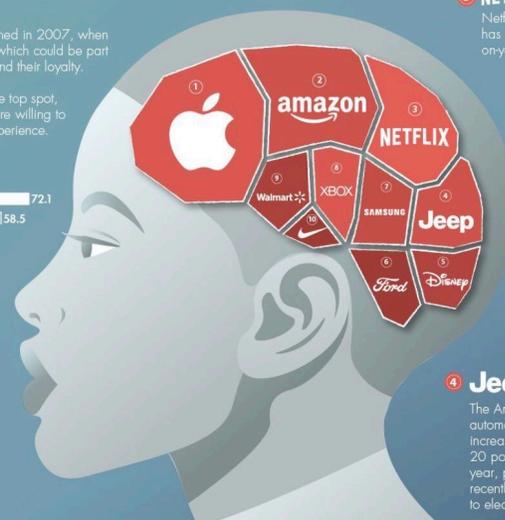
39% of Walmart shoppers say they can't live without it.

## 3 NETFLIX

Netflix's performance has increased year-on-year since 2017.

## 4 Jeep

The American automotive brand increased its score by 20 points in just one year, possibly due to its recently announced shift to electrification.



# Gen Z / Millennials

Ages 18-34

Millennials ranked five media and entertainment brands in their top 10

According to the study: Men prefer gaming brands Women prefer retail brands

## 1 PlayStation

As the only generations to grow up with widespread access to video games, it is no surprise that PlayStation ranks the highest on the nostalgia archetype—similar to Nintendo.

## 9 XBOX

Gen Z (18-24) voted Xbox as their #1 brand.

## 2 amazon

Driven by consumer demand for convenience and online retail, Amazon is one of only two brands to appear in the top five across all three age groups.

## 4 Disney

The entertainment conglomerate continues to modernize its nostalgic offering, with the recent launch of its streaming service Disney+.

## 8 YouTube

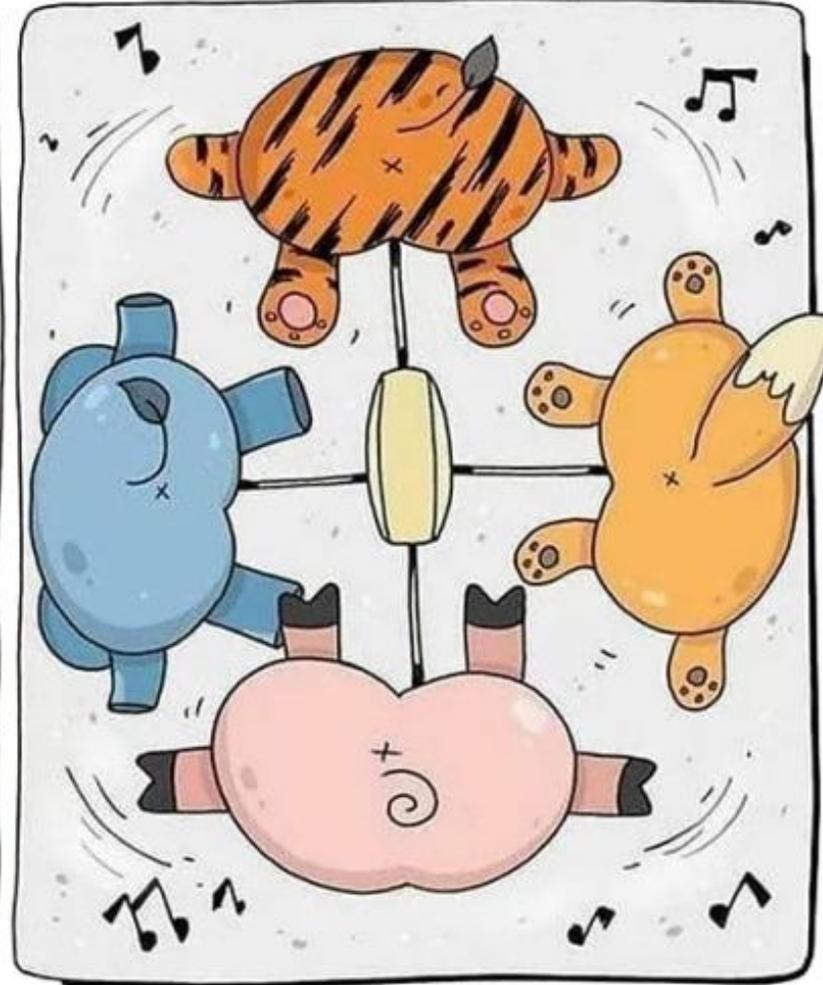
38% of YouTube users can't live without the brand.



# CLIENTES

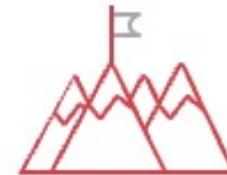


# USUARIOS





Play&go desarrolla proyectos para la mejora de la experiencia de los usuarios a través de la gamificación y de la mejora de los resultados de las organizaciones a través de los datos inteligentes.



## MISIÓN

Ayudar a las organizaciones en sus procesos de transformación digital combinando tecnologías de geolocalización, dinámicas de juego y realidad aumentada.

# COMPROMISO

Play&go es una empresa que fomenta el desarrollo sostenible, entendido como un desarrollo equilibrado en todas sus dimensiones. En este sentido, cabe resaltar que, Play&go, impacta, de forma directa, en seis de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas:



# LA TECNOLOGÍA AL SERVICIO de las personas

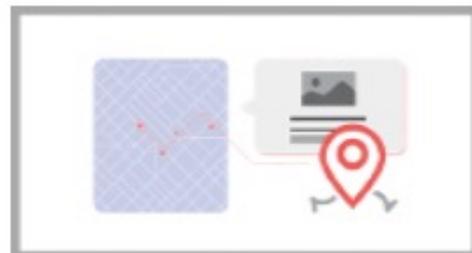
**Gamificación**  
Motivamos a los  
usuarios a realizar  
determinadas acciones



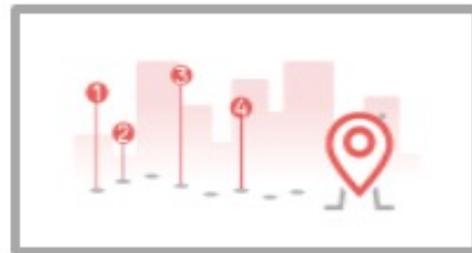
**Realidad aumentada**  
Conectamos el mundo  
físico y el digital



**Geolocalización**  
Fomentamos  
desplazamientos a  
Puntos de Interés



**Datificación**  
Obtenemos datos  
anonimizados para  
convertirlos en  
conocimiento



# SERVICIOS



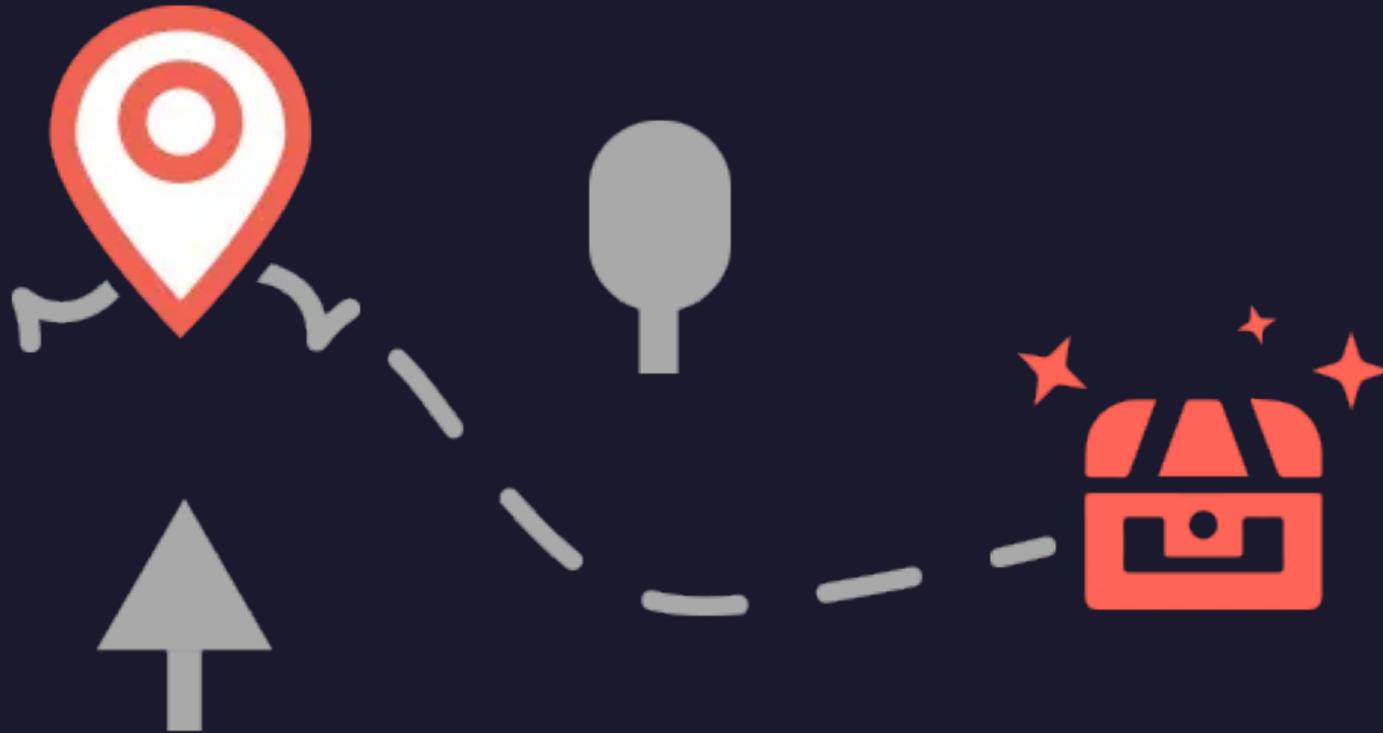
## Gamificación

Motivamos a los usuarios a realizar acciones mediante guías gamificadas, software de formación y juegos digitales



## Inteligencia

Transformamos los datos obtenidos a través de plataformas tecnológicas en conocimiento mediante mapas online e inteligencia artificial



( jugando el  
camino es  
más corto )



Trivial



¿Cómo se llama el ilustre botánico que nació en Titaguas el año 1777?



Antonio José Cavanilles y Palop



Simón de Rojas Clemente y Rubio



Carmelo Alfredo Rubio y Martínez

Elegir sticker



Elige uno de estos stickers para tu álbum.



Coge la estrella



2/17

Hazte un selfie

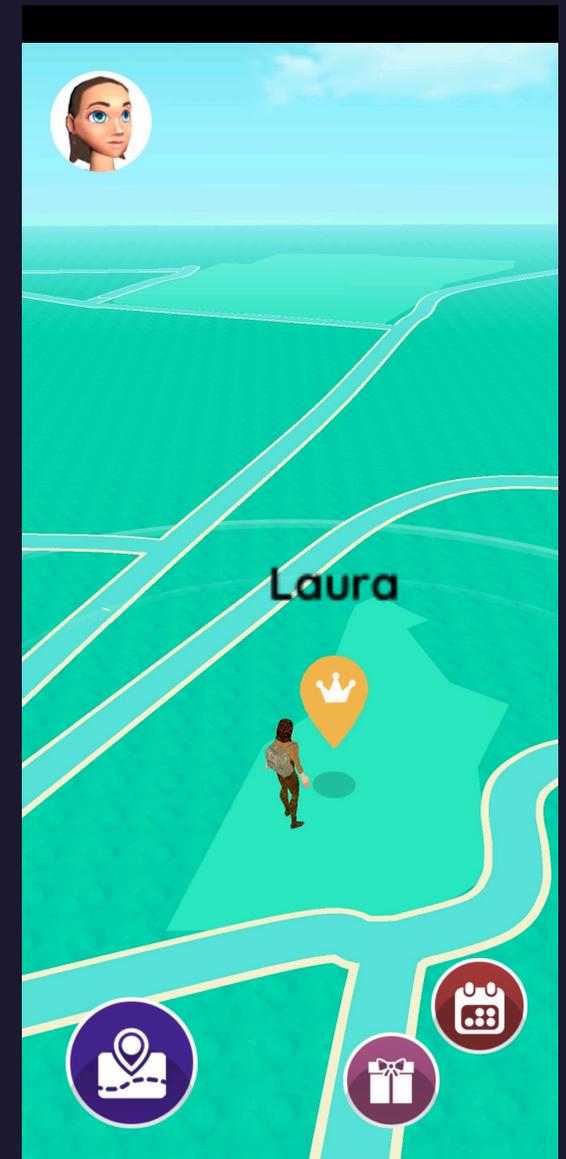
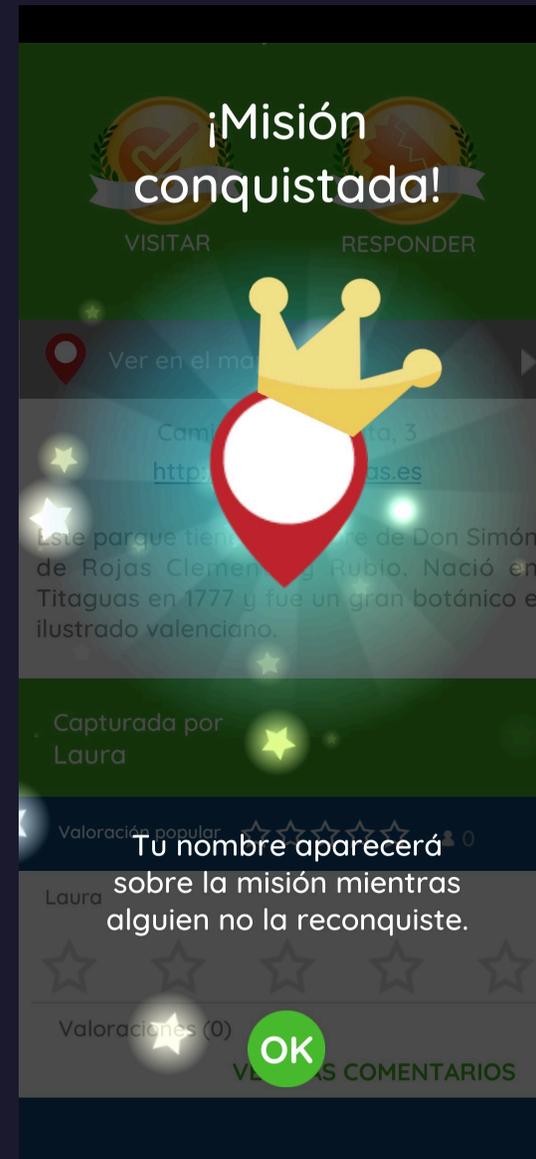
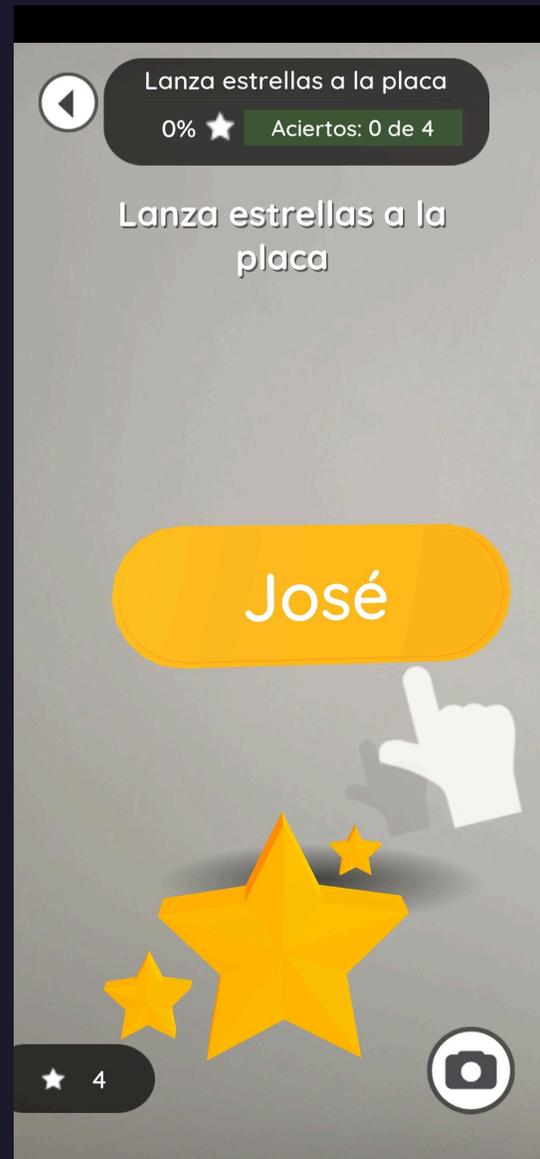
Laura

#AltoTuria



Selecciona un marco y hazte una foto.





### Misiones

Todas 

-  Museo Arqueológico de Chelva  
 0 de 3 objetivos  12min 15.21 km **+ 1100 puntos** 
-  Ruta del Agua  
 0 de 3 objetivos  12min 15.33 km **+ 900 puntos** 
-  Ermita Virgen del Remedio  
 3 de 3 objetivos  4min 0.28 km **+ 800 puntos** 
-  Huertos Tapiados  
 0 de 3 objetivos  1h 34min 7.5 km **+ 800 puntos** 
-  Ruta Geológica-Paleontológica (Losilla)  
 0 de 3 objetivos  9min 10.83 km **+ 800 puntos** 
-  El Azud  
 0 de 3 objetivos  8min 10.36 km **+ 700 puntos** 
-  Lavadero de San Juan  
 0 de 3 objetivos  9min 11.83 km **+ 700 puntos** 

### Trofeos 2/8

-  Comenzando a escalar  
 Subir tu primer nivel 
-  Caminante novato  
 Caminar 1 km 
-  Primerizo  
 Cumplir tu primera misión 
-  Recolector amateur  
 Recoger 50 estrellas 
-  De aquí a las estrellas  
 Completar 5 misiones 
-  Súper caminata  
 Caminar 5 km 
-  Máster en recolección

### Clasificación

Laura  Nivel 3  
 6 posición **1400 puntos**

-  José Nivel 9 **16600 puntos**
-  david Nivel 8 **13600 puntos**
-  Rober Nivel 5 **2800 puntos**
- Jose Nivel 5 **2700 puntos**
- Alberto Nivel 4 **1900 puntos**
- Laura Nivel 3 **1400 puntos**
- vicente Nivel 3 **1200 puntos**
- Lucas **1000 puntos**

### Stickers



002

003

# GEOLOCALIZACIÓN



# Geolocalización de la información



LUGARES DE CULTO



MUSEOS E HISTORIA  
MONUMENTOS  
ARTE Y CULTURA



COMPRAS, REGALOS  
COMERCIO LOCAL

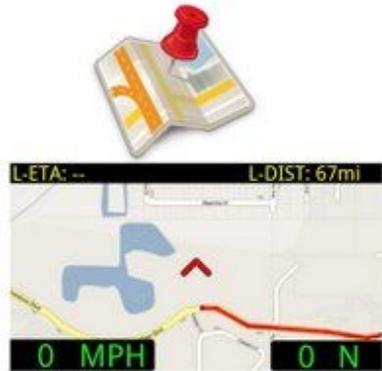


FIESTAS  
HORARIOS Y LUGARES  
DE EVENTOS



CARRETERAS, NAVEGACIÓN,  
MAPAS, ASISTENCIA EN RUTA





UNA APLICACIÓN DE R.A. PROYECTA LA RUTA SOBRE EL PARABRISAS,  
TABLET, SMARTPHONE O GAFAS DE REALIDAD AUMENTADA

# Realidad Aumentada y Apps

ALZADOS Y RECONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS HISTÓRICOS



AUDIOGUIAS MULTIIDIOMA PARA MUSEOS Y CENTROS HISTÓRICOS LOCALES



LOS VISITANTES CONOCERÁN CUÁNDO Y DONDE TENDRÁN LUGAR LAS ACTIVIDADES, PODRÁN VER VÍDEOS Y EXPLICACIONES, PODRÁN LLEGAR FÁCILMENTE, GUARDAR EL EVENTO EN SU AGENDA Y COMPARTIRLO



MITOS Y LEYENDAS

VER ANIMACIONES EN 3D DE REPRESENTACIONES HISTÓRICAS, LEYENDAS Y TRADICIONES EN LOS LUGARES DONDE SE PRODUJERON



# Sensores

CIUDADES INTELIGENTES, ACCESIBLES, SOSTENIBLES, EFICIENTES, HABITABLES Y AMIGABLES

AUDIOGUIAS Y SEÑALES ACÚSTICAS

VIDEOVIGILANCIA IP

SEMÁFOROS INTELIGENTES

SALUD

SEGURIDAD ACTIVA Y PASIVA

ANÁLISIS DEL TRÁFICO

GESTIÓN EN LA NUBE, GESTIÓN ÁGIL, COLABORATIVA

OPEN DATA  
DISTRIBUCIÓN DE DATOS  
ANÁLISIS DE DATOS A TIEMPO REAL  
ACCESO A DATOS PARA APPS Y APLICACIONES PÚBLICAS EDUCATIVAS

BIG DATA  
ALMACENAMIENTO, PROCESO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

CIUDADANOS Y VISITANTES CONECTADOS INFORMADOS COLABORATIVOS Y SOCIALES

WiFi

APARCAMIENTO INTELIGENTE

ENERGÍA SOLAR UBICUA

NIVELES DE METANO Y CO2

DETECCIÓN Y PREVENCIÓN DE FUGAS

CONTAMINACIÓN ELECTROMAGNÉTICA

CONTAMINACIÓN LUMÍNICA

ACTIVIDAD SÍSMICA

OPTIMIZACIÓN EN RECOGIDA

ESTADO DE LOS CONTENEDORES

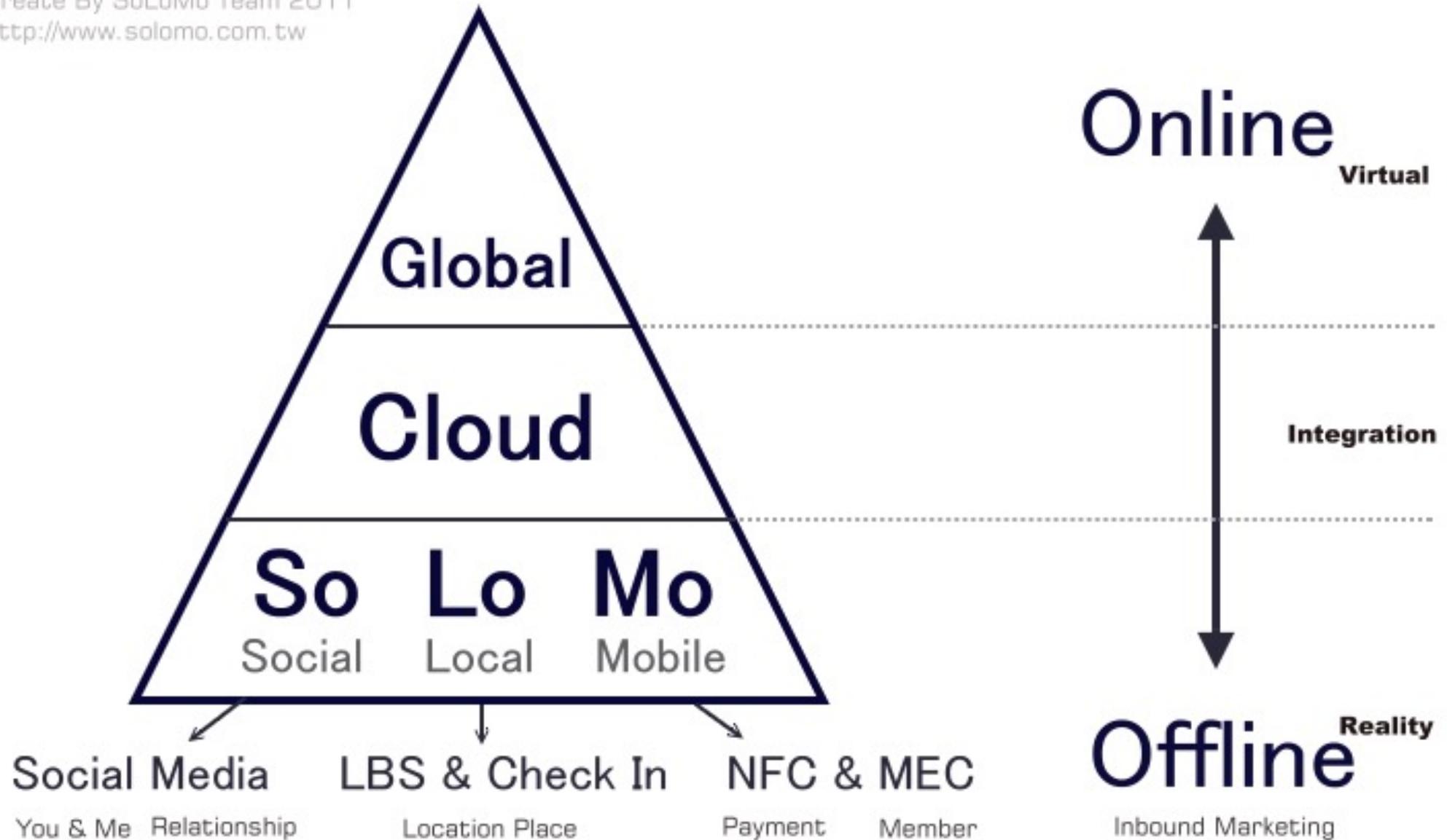
PREVENCIÓN DE BLOQUEOS

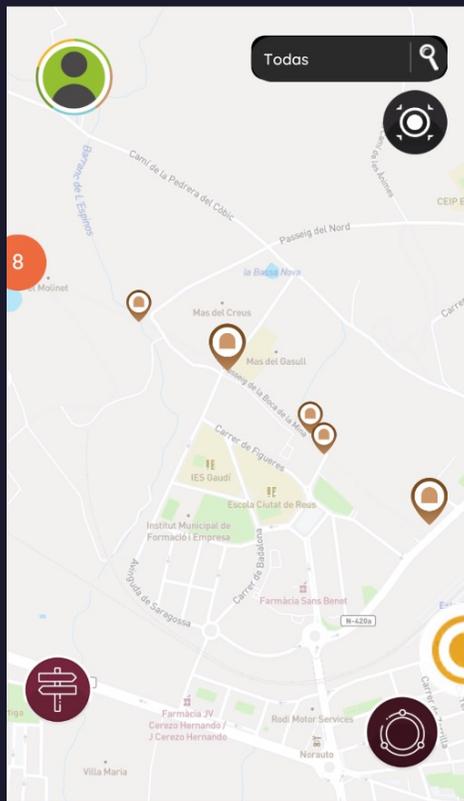
**UBIKUA**  
UBIKUA.COM

WWW.FRANCISORTIZ.COM - WWW.SMARTENERIFE.COM

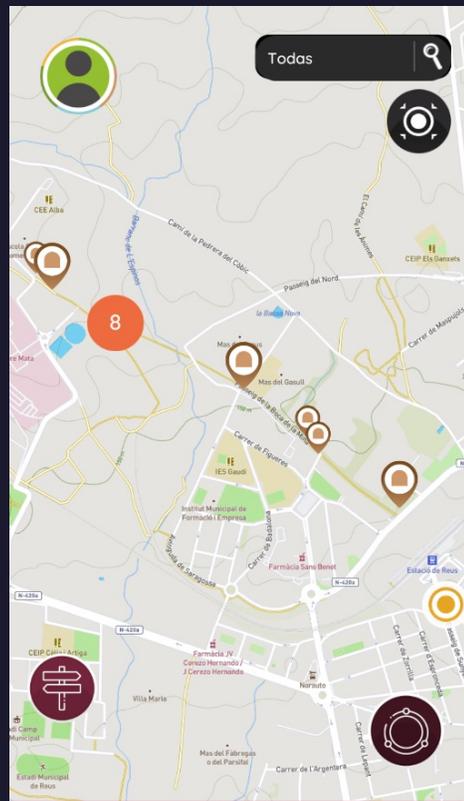
**crea**

Create By SoLoMo Team 2011  
<http://www.solomo.com.tw>

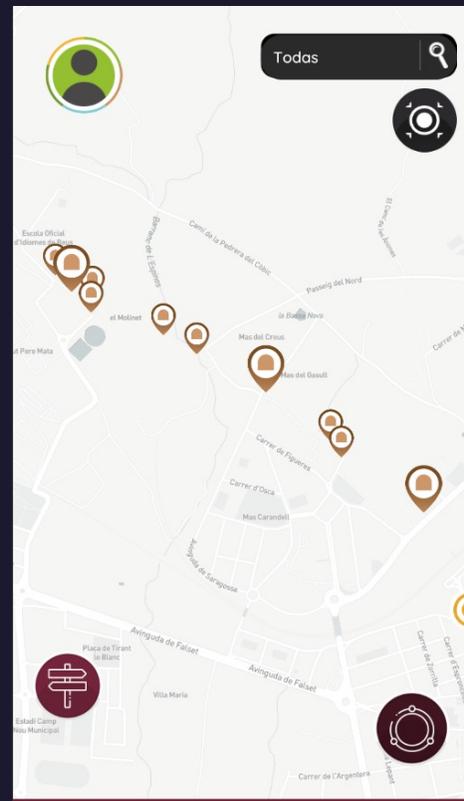




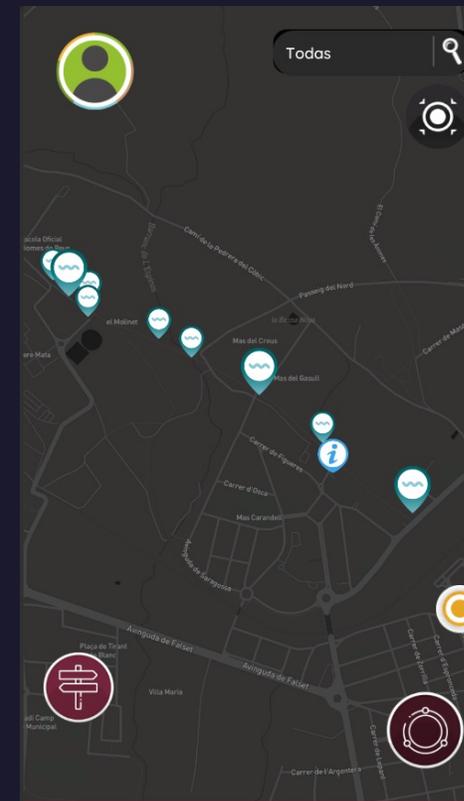
Ruta cultural



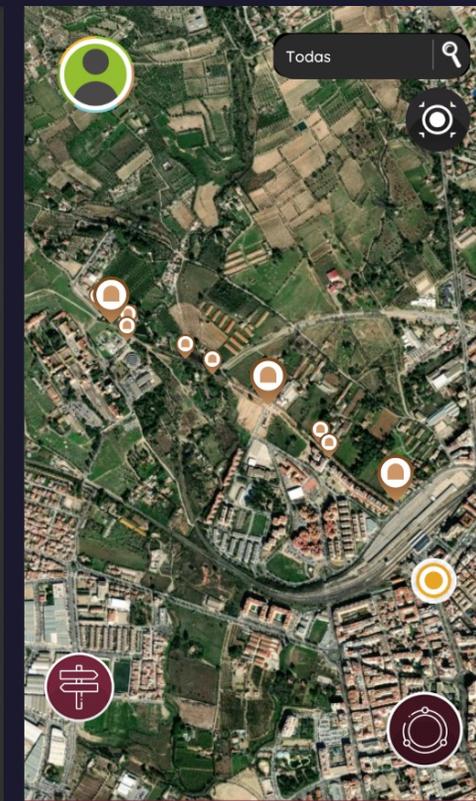
Ruta cultural



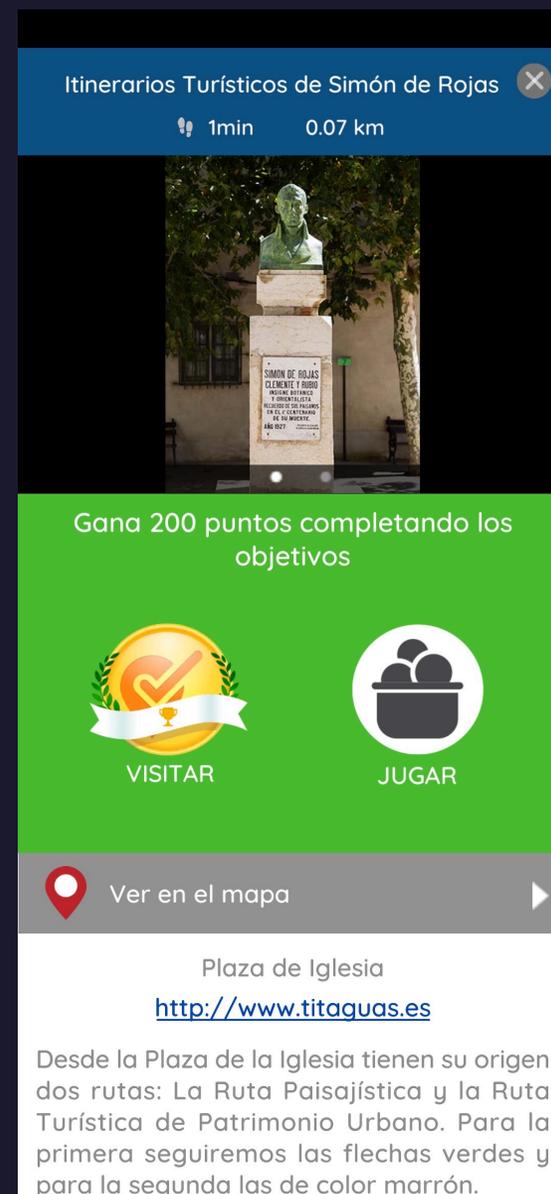
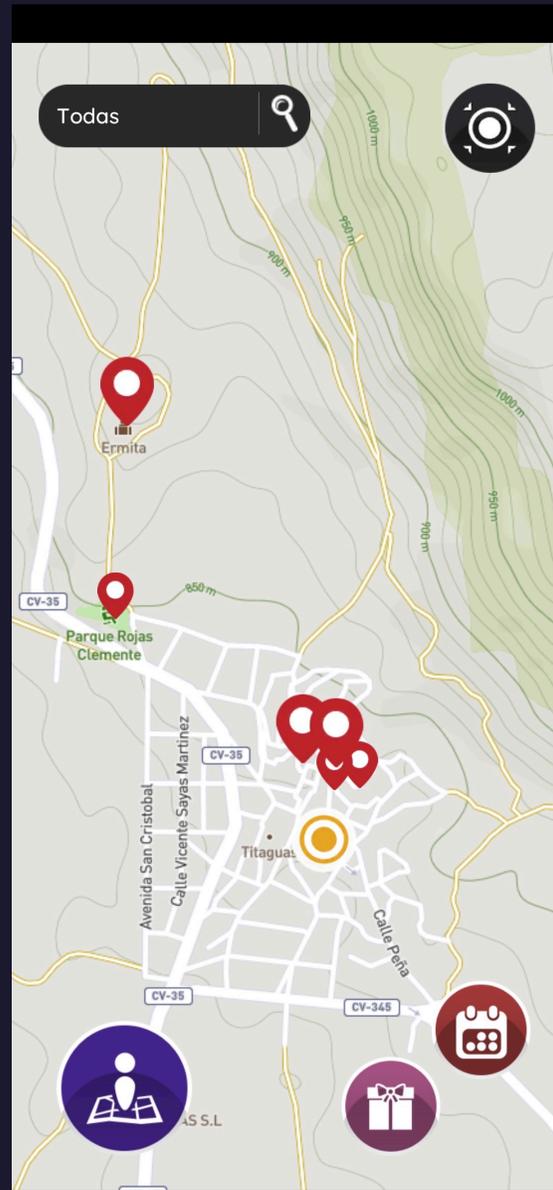
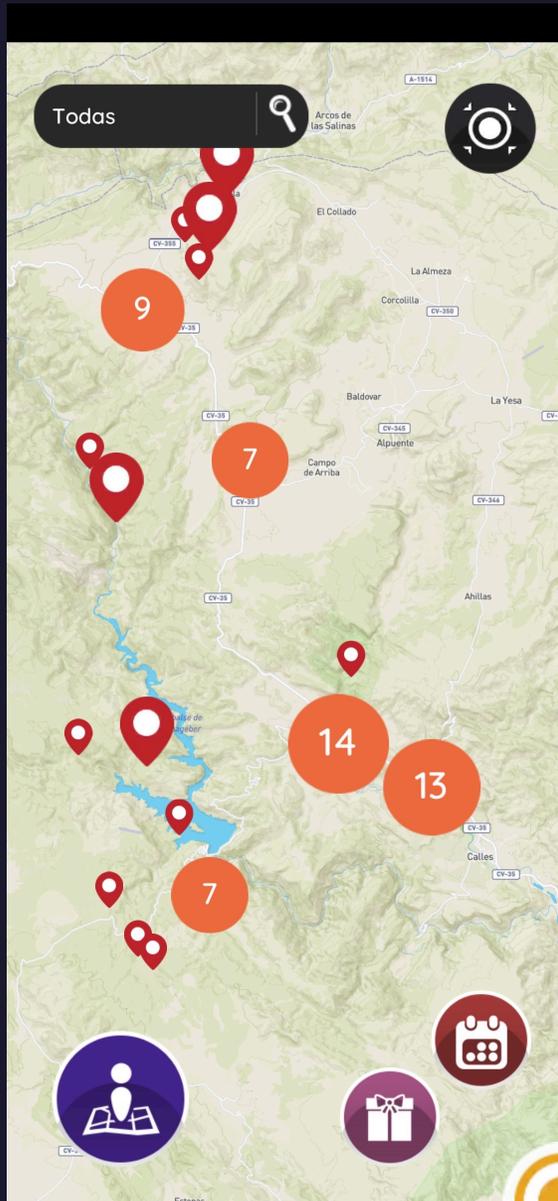
Ruta cultural



Ruta del agua



Ruta cultural





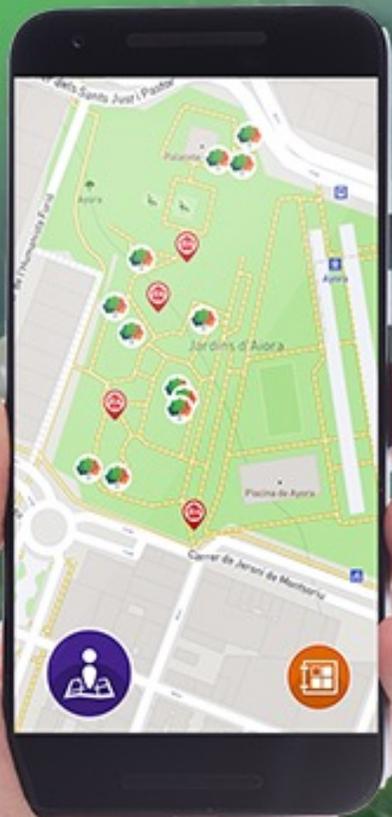
Play&go  
experience

# APP VALÈNCIA GREEN ROUTES

CEEI  
VALENCIA



Play&go  
experience



## VALÈNCIA green routes

**5 rutas verdes a través  
de los árboles**

*Descubre los Objetivos de Desarrollo Sostenible*

**#RetosVLC #VLCgreenroutes**

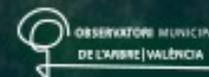
Consíguelo en el  
**App Store**

DISPONIBLE EN  
**Google Play**

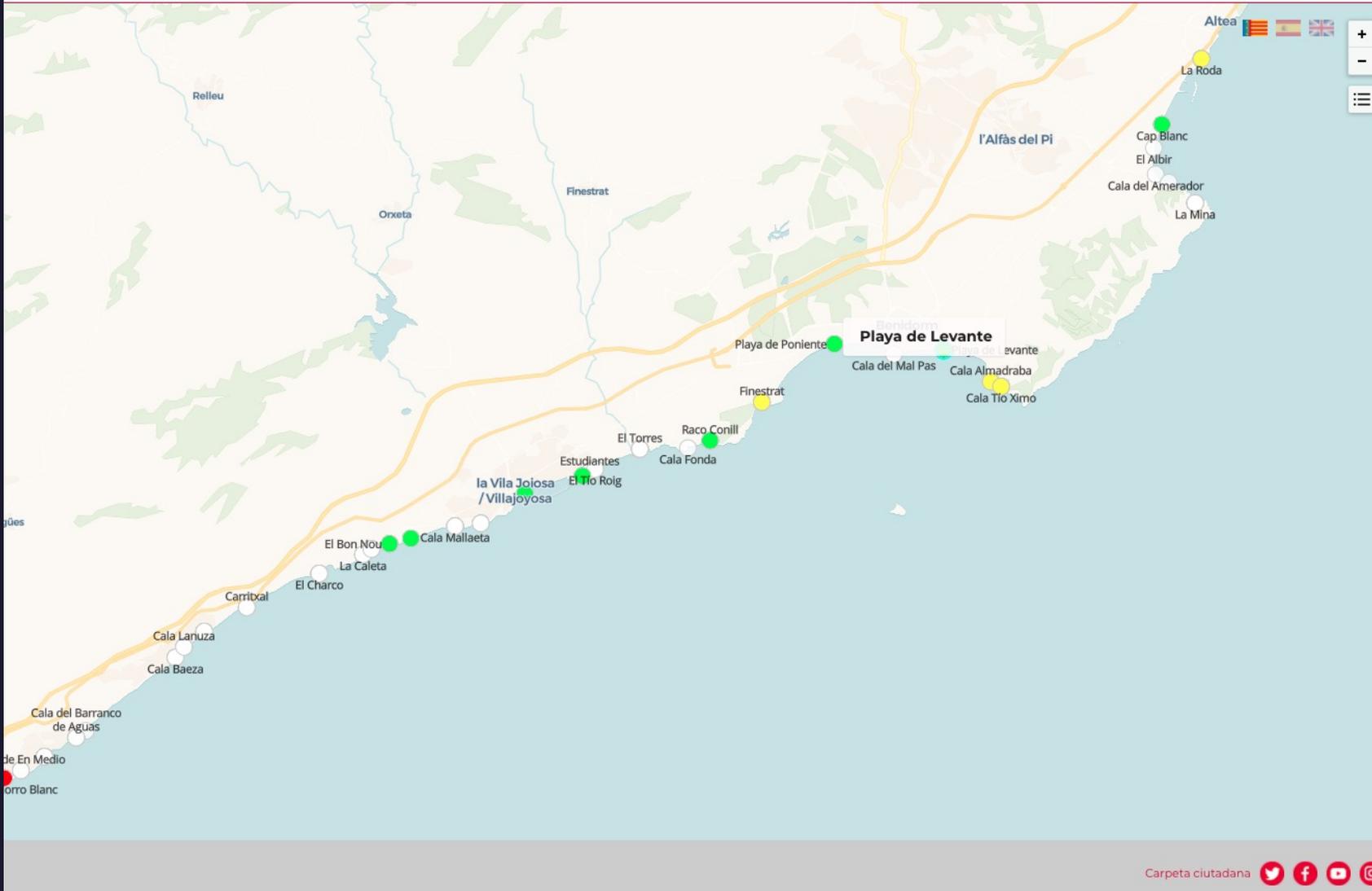
Cofinanciado por/Co-funded by



Colaboradores/Collaborators



GENERALITAT VALENCIANA GVA ZONES DE BANY CV






## Playa de Levante

Benidorm

● Baixa ocupació



Longitud	2084 m																				
Amplada	55 m																				
Tipus	Arena																				
Grau d'urbanització	Urbana																				
Més informació	<a href="https://sig.mapama.gob.es/We...">https://sig.mapama.gob.es/We...</a>																				
Serveis	 																				
Previsió meteorològica	<table border="0"> <tr> <td></td> <td colspan="2">Lunes 20</td> <td colspan="2">Martes 21</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M</td> <td>T</td> <td>M</td> <td>T</td> </tr> <tr> <td>Estat del cel</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Vent</td> <td>Flojo</td> <td>Flojo</td> <td>Fuerte</td> <td>Moderado</td> </tr> </table>		Lunes 20		Martes 21			M	T	M	T	Estat del cel					Vent	Flojo	Flojo	Fuerte	Moderado
	Lunes 20		Martes 21																		
	M	T	M	T																	
Estat del cel																					
Vent	Flojo	Flojo	Fuerte	Moderado																	

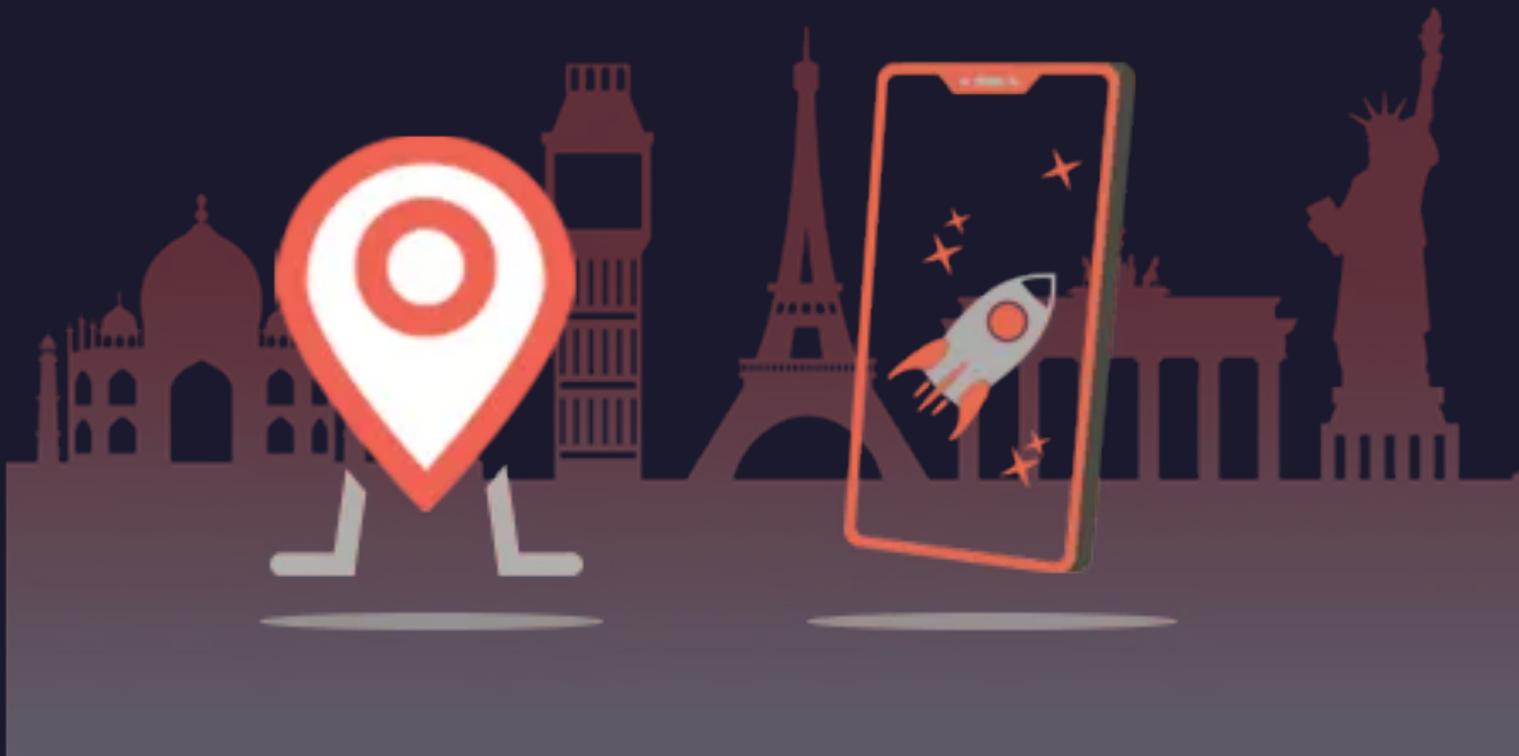
Carpeta ciudadana    



Play&go  
experience

# VIRTUALIZACIÓN

CEEI  
VALENCIA

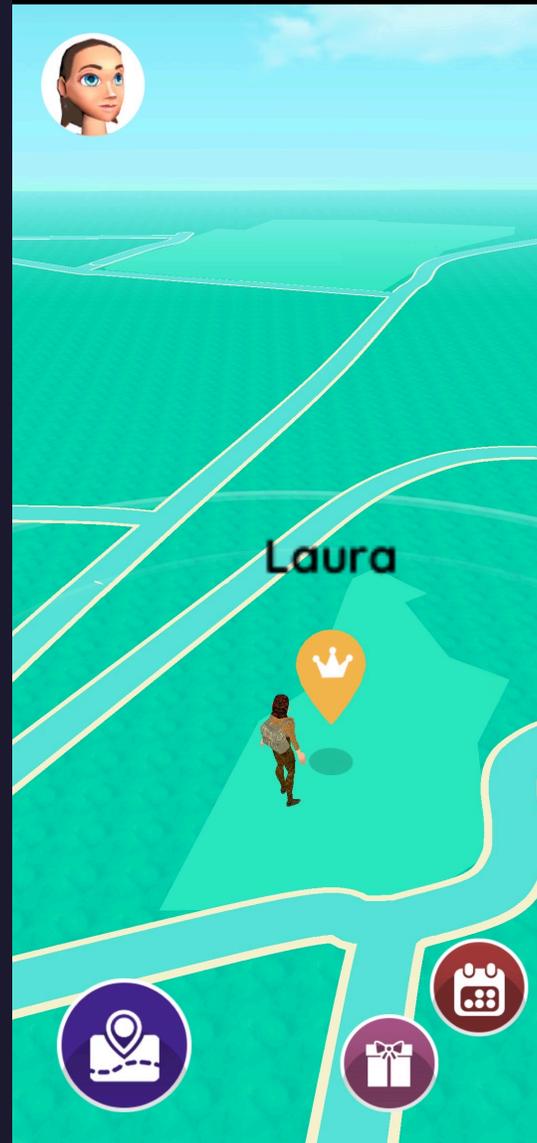


Elige tu personaje

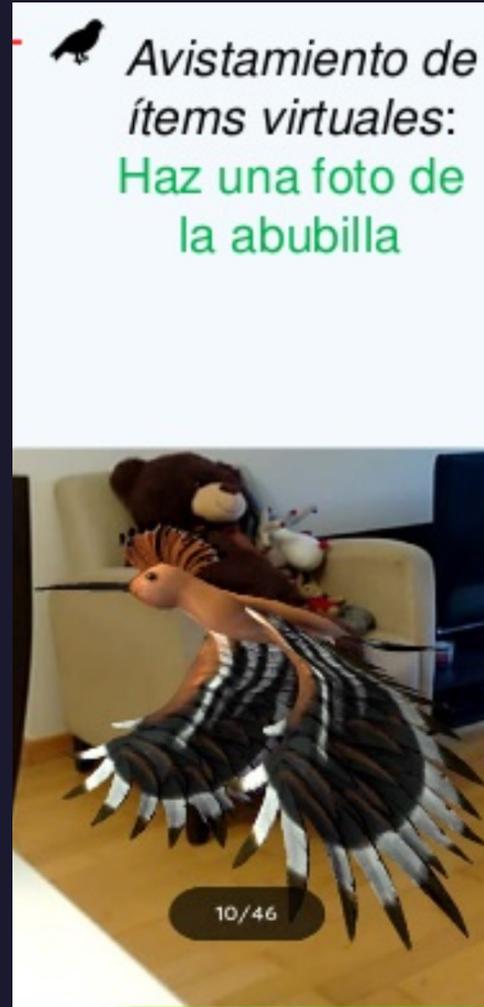


Introduce tu nombre real

Laura

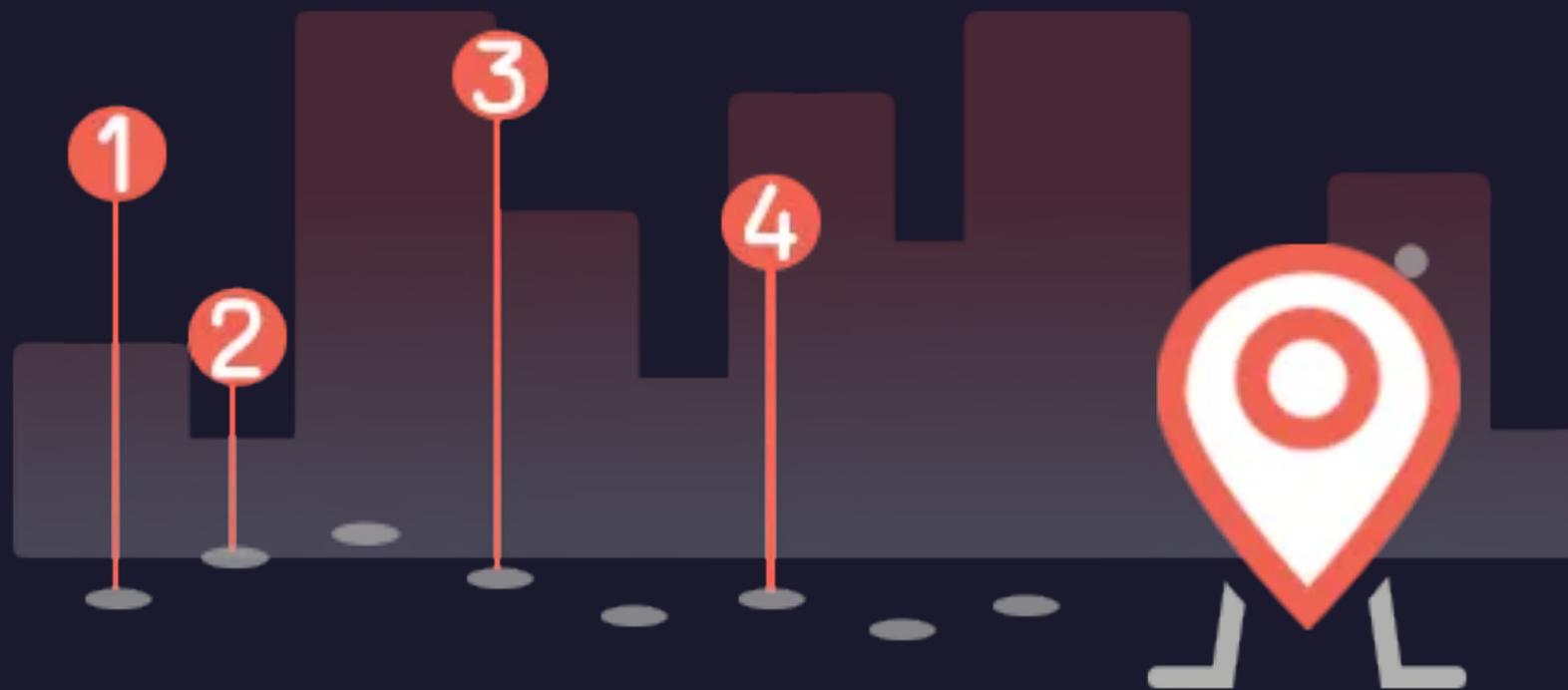


# Realidad Aumentada









**DATO**

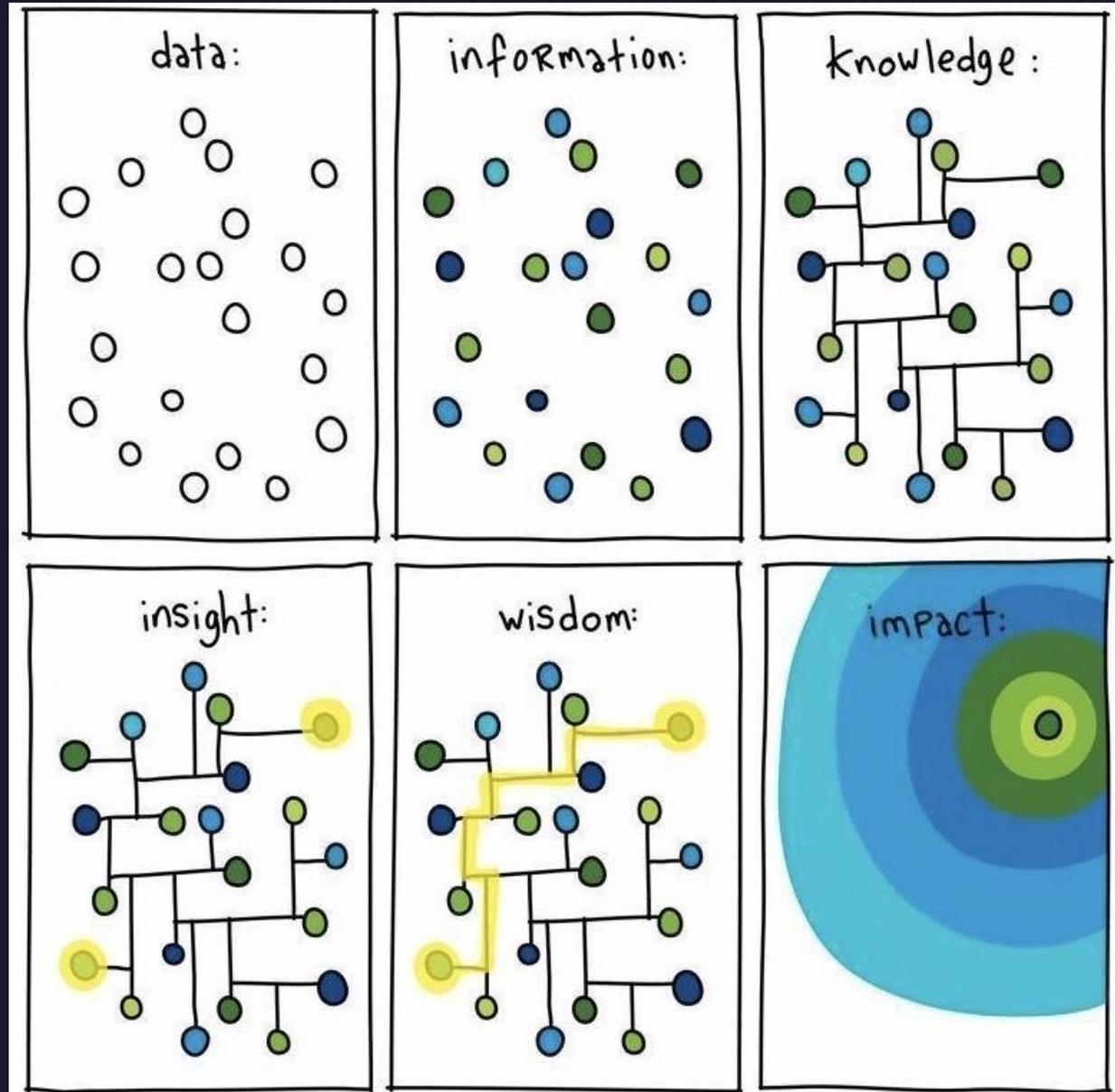
**INFORMACIÓN**

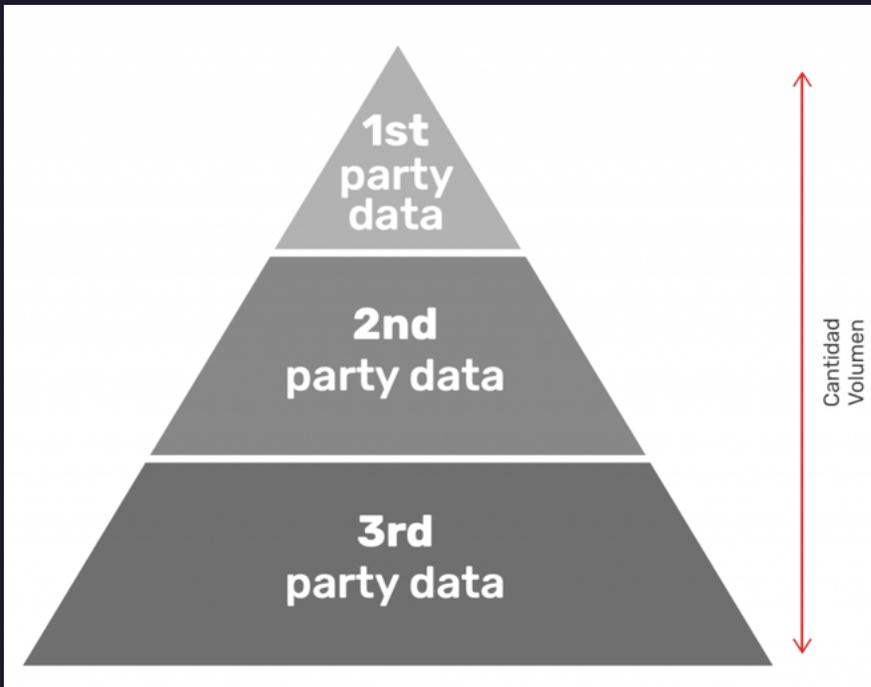
**CONOCIMIENTO**

**VISIÓN**

**SABIDURÍA**

**IMPACTO**

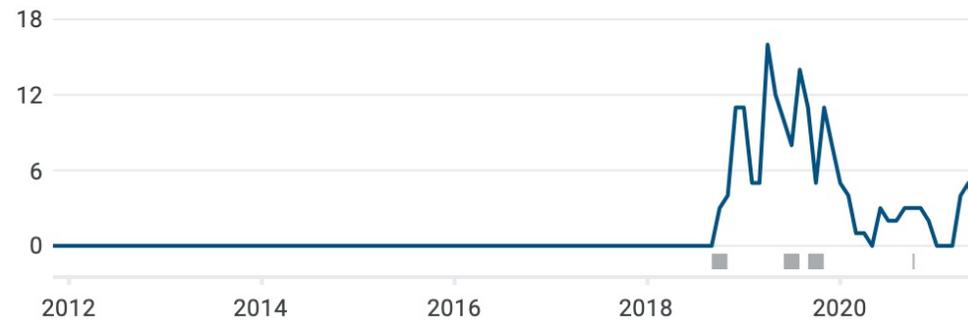




## Nuevos usuarios adquiridos

Nuevos usuarios adquiridos ?

**174**

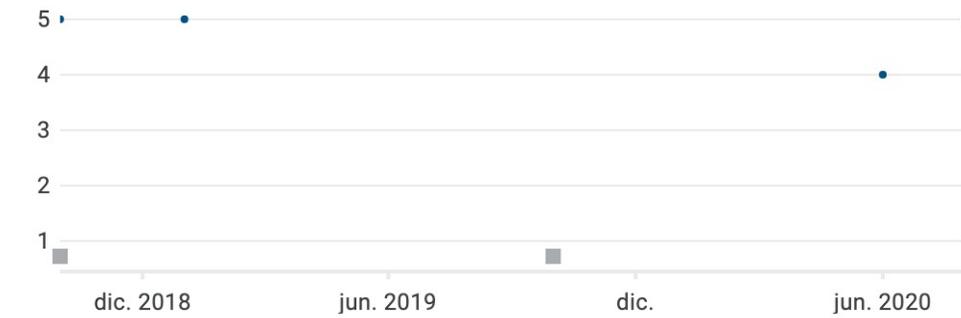


— Nuevos usuarios adquiridos

## Puntuaciones diarias

Valoración media ?

**4,83** ★



— Valoración media



## Alto Turia Turismo

Información general Indicadores Fuentes Retención

4 ene., 2018 - 10 jun. 2021

IMPRESIONES ?

**12,8 mil** 0%



VISUALIZACIONES DE LA PÁGINA DEL ... ?

**223** 0%



TASA DE CONVERSIÓN ?

**0,7 %** 0%  
Promedio mensual



UNIDADES DE APP ?

**77** 0%



VENTAS ?

—

VENTAS POR USUARIO DE PAGO ?

—

Promedio mensual

SESIONES POR DISPOSITIVO ACTIVO ?

**1,85** 0%  
Promedio mensual • Con consentimiento



ERRORES ?

—

Con consentimiento

## Unidades de app por territorio

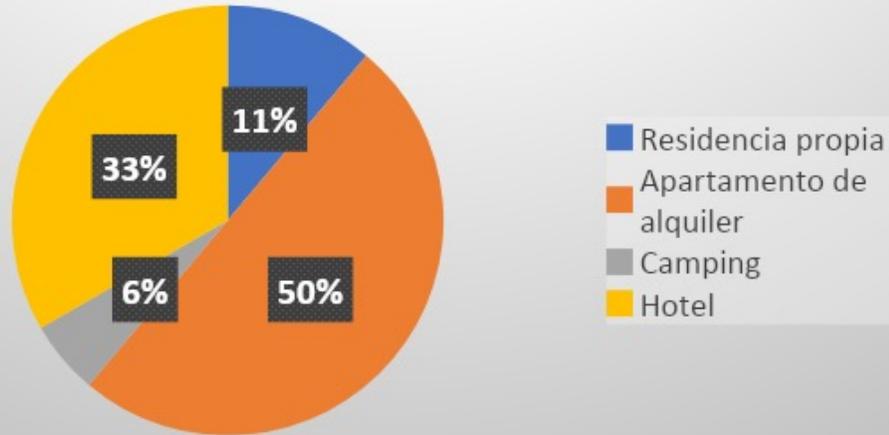
**62**

España

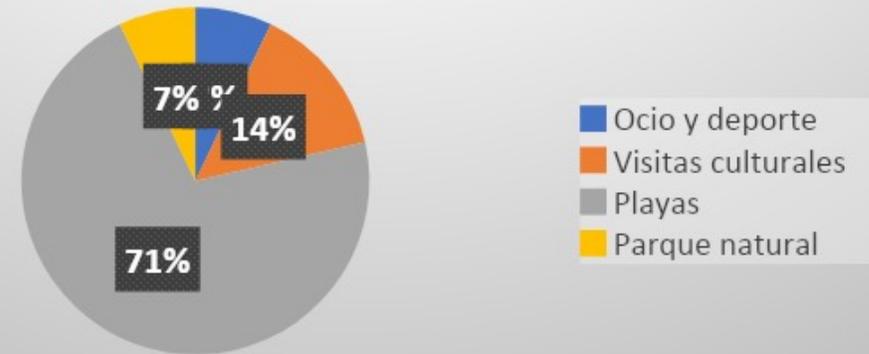


# PEÑÍSCOLA LIVE THE GAME

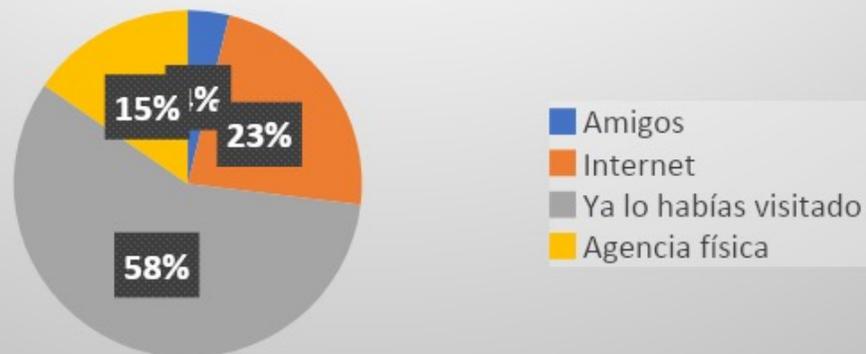
## ¿Dónde estás alojado?



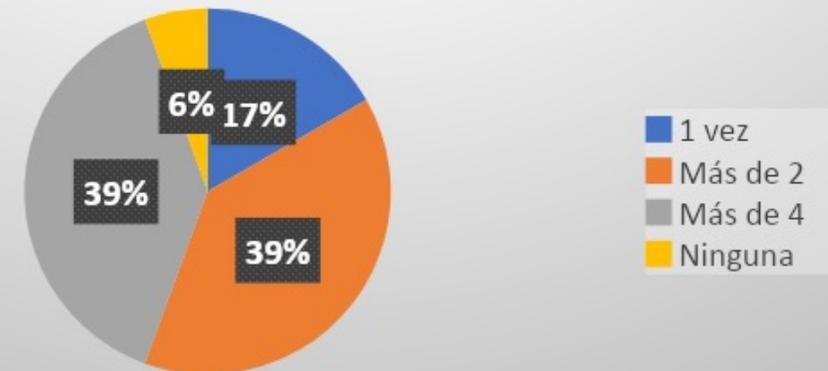
## ¿Qué actividades has realizado durante tu visita?



## ¿Cómo has conocido Peñíscola?



## ¿Cuántas veces tienes pensado comer o cenar fuera?







Play&go  
experience

# TRANSPARENCIA CONCLUSIONES

CEEI  
VALENCIA

## Inbound Marketing

*“A las mariposas, háblales de flores”*



Play&go  
experience

# GRACIAS

Gersón Beltrán López

[gerson.beltran@playgoxp.com](mailto:gerson.beltran@playgoxp.com)



Play&go  
experience



**Gersón Beltrán**  
*Marketing y datos*