

IDEA DE PROYECTO. BÚSQUEDA DE SOCIO

para cooperación tecnológica en PROYECTOS DE INNOVACIÓN IBEROEKA

1. Información sobre el Grupo Proponente:

Nombre de la empresa, centro o universidad: Amvos Consulting / Colaboración con Universidad Carlos III de Madrid

Código Postal, Población y País: 28108 Alcobendas (Madrid) - España

Número de trabajadores: 50-100

Departamento: Desarrollo de Negocio

Teléfono: 00 34 914840641

Persona de contacto (nombre y cargo): Joaquín M^a Fernández González/ Director Desarrollo de Negocio

Fax: 00 34 916614780

Dirección: Av. Europa 12. Parque Empresarial "La Moraleja". 28108 Alcobendas (Madrid)

E.mail: joaquin.fernandez@amvos.com

WEB: www.amvos.com

Actividades y experiencia del Grupo Proponente: Consultoría y Servicios informáticos a empresas, especialmente en las áreas de CRM (Customer Relationship Management) y BI (Business Intelligence).

2. Descripción de la idea básica del proyecto que se propone. Problemas que se pretenden solucionar.

El proyecto **POST-VIA 2.0** nace a partir de la convicción de que el **DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE** de un área geográfica determinada ha de estar basado no tanto (o no solo) en el crecimiento cuantitativo del número de turistas, pernoctaciones o destinos turísticos de la misma, sino más bien en la emergencia y consolidación de modelos de negocio innovadores, fuertemente deudores de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

Es cierto que son ya frecuentes en todo el mundo los modelos de negocio que proveen servicios turísticos muy dependientes de las TIC, modelos donde es factible obtener información turística, planificar itinerarios o realizar reservas a través de portales web. Sin embargo aún no resultan tan frecuentes los modelos de aplicación TIC al **post-viaje**, una etapa de la experiencia turística cuya gestión resulta determinante para (entre otros aspectos) favorecer la fidelización de los turistas respecto al destino que acaban de visitar y reelaborar las estrategias comerciales en función de la retroalimentación que proporcionan los citados turistas.

El actual proyecto persigue cubrir ese hueco y su objetivo básico es obtener una herramienta informática que provea de **servicios post-viaje** a los distintos agentes turísticos. Para ello se diseña una plataforma TIC que ha de constituirse como punto de encuentro virtual representativo de un área turística concreta y que ha de servir para relacionar entre sí a los turistas que ya han realizado su viaje a ese destino, a otros potenciales turistas interesados en el mismo, a la DMO que lo gestiona y a los proveedores de servicios de la citada área turística.

El objetivo técnico específico de **POST-VIA 2.0** es pues el **diseño, desarrollo y prototipado** de una plataforma TIC que (entre otras tareas) haga posible que los turistas que ya han experimentado las distintas tareas y actividades asociadas a las etapas previas al viaje (pre-travel) y al viaje en sí mismo (during-travel) dispongan de un instrumento que les permita optimizar diferentes actividades que se realizan una vez que el viaje ha finalizado (post-travel).

Se considera que los aspectos más relevantes que forman parte del citado “post-viaje” y cuya gestión ha de incorporar POST-VIA 2.0, se agrupan alrededor de los siguientes vectores básicos:

- Percepción y valoración de la experiencia del viaje
- Explotación de la red social
- Gestión de la huella digital personal
- Elaboración de nuevos modelos de marketing

En este escenario, POST-VIA 2.0 pondrá a disposición de las DMOs (Destination Marketing Organizations) una herramienta que haga posible la adecuada gestión de los anteriores vectores recurriendo a la correcta combinación de funcionalidades habitualmente asociadas a la web 2.0 junto con una gestión de contenidos generados (o co-generados) por el usuario particularmente novedosa y que permitirá a las DMOs proporcionar a cada visitante una personalizada y exacta huella digital de su viaje. Y por último (pero no por ello menos importante), hace posible que dichas DMOs y el tejido empresarial que representan puedan elaborar estrategias de marketing individualizado de acuerdo a las peculiaridades y experiencias de cada turista.

La plataforma POST-VIA 2.0 se articula en **tres** grandes subsistemas:

- Gestión de la experiencia de viaje (Percepción-Valoración-Análisis)

El objetivo de este subsistema consiste en dotar a la plataforma POST-VIA de mecanismos que permitan, en primer lugar, conocer la percepción por parte de los turistas de los distintos elementos individuales que constituyen el “paisaje” (en su acepción mas amplia) de un área turística determinada, y a partir de dicha percepción poder conocer las valoraciones que los turistas conceden a los mismos, y poder someter a toda esta información básica a los pertinentes procesos de análisis.

-Activación de las redes sociales

Entre las funcionalidades de la plataforma POST-VIA se han de incluir diferentes capacidades de creación de redes sociales (y de conexión a las ya existentes) que permitirán a cada turista entablar relaciones con otros turistas que hayan visitado una determinada zona, y con los que podrán intercambiar vivencias, consejos e incluso planear nuevos viajes. Se prestará una atención especial a la generación e implantación de APIs de acceso a la información contenida del tipo OpenSocial. Este tipo de actuaciones se considera fundamental para la explotación conjunta de las informaciones con otros sistemas de gestión existentes o futuros.

-Gestión de la huella digital personal

Uno de los elementos claves para la correcta implantación de los diferentes subsistemas de Post-Vía radica en la capacidad de la citada plataforma de facilitar a los potenciales usuarios de la misma de un conjunto significativo de productos o servicios que resulten suficientemente atractivos y cuya obtención compense los esfuerzos que han de realizar para poblar la información que necesita Post-Vía. El elemento clave de captación y colaboración lo constituye la gestión de la huella digital personal de los usuarios, huella que permitirá a los turistas generar, una vez finalizado su viaje, un álbum de recuerdo del mismo para almacenar o compartir con familiares y amigos. El álbum se elabora pues a partir de la huella digital que el turista genera durante el viaje, de acuerdo a las personalizaciones que establezca y puede ser completado con otros contenidos textuales y multimedia, como fotografías, vídeos o grabaciones sonoras.

3. Perfil o características de los socios buscados:

El proyecto plantea la incorporación al consorcio de una empresa TIC chilena y/o venezolana especializada en aquellas áreas en que los componentes iniciales del citado consorcio no son suficientemente competitivos, es decir, fundamentalmente en las áreas tecnológicas asociadas a la gestión de la huella digital personal de los turistas (tecnologías a las que a veces nos referiremos por su acrónimo castellano: GHDP).

Dado que estas áreas tecnológicas NO están en la actualidad suficientemente desarrolladas, lo que busca el consorcio es una empresa especializada en la gestión documental en su sentido más amplio, ya que juzgamos que será esta tecnología la que mayor aportación hará a la futura GHDP.

El consorcio busca pues una empresa de experiencia probada en estudios de viabilidad, diseño y desarrollo, implantación, etc de sistemas de gestión documental en general y que habrán de aportar herramientas y soluciones de probada solvencia en al menos las siguientes áreas fundamentales:

- Recopilación de fuentes documentales y gestión de documentación
- Creación de tesauros y otros instrumentos de estructuración
- Digitalización y conversión de fondos documentales masivos

Se priorizarán las empresas capaces de aportar experiencias relevantes en soluciones integrales de gestión documental, soluciones que sean capaces de parametrizar cualquier requerimiento asociado a la estructuración de documentos, gestión de contenidos o automatización de procesos. Y desde luego, aquellas empresas con un sólido perfil de consultoría, capaces de realizar estudios de viabilidad y valoraciones equánimes de plataformas tecnológicas diversas, sin estar supeditadas a ninguna de ellas.

4. Otra información de interés: