Mediterráneo - 28/01/2015

I EXPERIENCIA DE GAMIFICACIÓN APLICADA AL SECTOR TURÍSTICO

'Amazing City' descubre Castellón como un juego

Inoibérica y el periódico 'Mediterráneo' presentan en Fitur 2015 una aplicación gratuita y pionera que dinamizará la experiencia del turista







stauración de la provincia han visto s muy atractiva, al vincular su oferta a los dispo

R. D. CASTELLÓN

noibérica, ingeniería interactiva del ocio, empresa ubicada en el Espaitec de la Universitat Jaume I, ha desarrollado la primera aplicación para móviles capaz de generar experiencias de gamificación aplicadas al sector turístico. La herramienta 'Amazing city: Los Secretos de Castellón' se encuentra disponible para Android e iOS y es de descarga gratuita para los usua rios. La aplicación, que cuenta con la colaboración del diario **Mediterráneo**, permite que los turistas que viajan Castellón puedan realizar sus visitas como si fueran parte de un juego, en el que experimentar aventuras de diferente temática e interés, así como optar a premios del sector de hostelería y restauración vin-culados con el proyecto.

ENTURA Y TECNOLOGÍA

La herramienta, que sitúa a Castellón en la vanguardia de la promoción turística a través de dispositivos móviles, combina una rica información au-diovisual en el teléfono móvil con diferentes pruebas físicas ubicadas en los municipios que participan del proyecto, de manera que el turista puede vivir en estos lugares de interés una aventura vinculada con la historia, la gastronomía o la cultura de la población. Así, cuando el turista se descarga la aplicación en su teléfono móvil, el sistema le ofrece la oportunidad de completar una serie de aventuras en

los diferentes municipios, que elegirá en función de sus inte-reses, gustos o incluso disponibilidad de tiempo. A partir de ahí, la aplicación va guiando al turista a lo largo del municipio y le va pidiendo que lleve a cabo diferentes pruebas en las que el teléfono móvil actúa como interfaz y en las que se combinan diferentes tecnologías de última generación, como la realidad au mentada o el 'visual search'. En función de la habilidad del jugador a la hora de resolver 'in situ las diferentes pruebas que le plantea la aplicación, el sistema le irá dando puntos así como ac-ceso a nuevos juegos o conteni-dos de interés turístico. La aplicación incluye una importante batería de premios vinculados a empresas de hostelería y restauración de la provincia, que han visto en esta herramienta una oportunidad de promoción de sus establecimientos muy atrac-

> Esta APP sitúa a Castellón en vanguardia de la promoción turística

tiva, al vincular su oferta turísti-

ca a los dispositivos móviles. El producto es una combina ción de elementos tecnológicos y artísticos, en los que la experiencia del juego se convierte en determinante para que el visitante disfrute de los atracti-vos turísticos de los municipios de una manera totalmente novedosa. Para ello, ha cuidado especialmente el desarrollo de las tramas literarias, así como la producción audiovisual que ilustra los juegos, que se ha llevado a cabo por el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I.

NA NUEVA VISIÓN

"Hemos aprovechado las posibi-lidades de la tecnología móvil para hacer una serie de juegos interactivos que conviertan la experiencia turística en una aventura amena y educativa", asegura el CEO de Inoibérica, Juan José Ortiz. En su opinión, la gran ventaja de la aplicación, desde el punto de vista de su im-plementación en el sector turístico, es que "hará que el turista vea los lugares de interés de una manera diferente a como lo había hecho hasta ahora, viviendo en primera persona una historia que no olvidará".

La empresa está formada por tres ingenieros, Juan José Ortiz, Eric Rivera y José Domínguez, y está especializada en el dise-ño y ejecución de instalaciones físicas y virtuales para parques de aventuras, espacios de ocio y promoción turística.