



## Newsletter n°2 Abril 2013

Prólogo	1
Noticias de la UE	1
Hacia una mejor integración de las TIC en la industria del Turismo	2
Creando inspiración: Badajoz 360°	3
Compartiendo feedback: todos creamos Extremadura	4
FUNDECYT-PCTEx	4
Factores clave para innovar en zonas de montaña	5
La marca "Heart of Slovenia"	7
La Facultad de Economía de la Universidad de Ljubljana	8
Centro de desarrollo del corazón de Eslovenia	9
Qué más esperar de DANTE	10

We are on the web!  
<http://danteproject.eu>  
<http://facebook.com/danteproject>

### Prólogo

Nuestro proyecto ya ha comenzado su segundo año de actividad. En este boletín, tendrá la oportunidad de conocer algunas noticias sobre turismo, descubrirá nuestros más recientes logros y buenas prácticas y conocerá un poco sobre nuestros socios de España y Eslovenia. Por último, sabrá cuáles son nuestros planes para el futuro. ¡Que se divierta!

### NOTICIAS DE LA UE: Sistema Indicador de Turismo Europeo para la Gestión Sostenible de Destinos online.

En su intento de promover una industria internacionalmente competitiva y para ensalzar la sostenibilidad de los destinos en Europa, la CE ha presentado el Sistema Indicador de Turismo Europeo (ETIS). Su objetivo es ofrecer a las Organizaciones de Gestión de Destinos Europeas (DMOs) herramientas probadas, mejoradas y fáciles de usar y un sistema de indicadores con el que puedan evaluar y gestionar la sostenibilidad de sus destinos turísticos. Estas herramientas incluyen 27 indicadores clave + 40 opcionales y además es compatible con los sistemas previos. El ETIS ha sido diseñado como un sistema, no como una simple lista de indicadores. La CE espera que las DMOs empiecen a usarlos tan pronto como sea posible y que les resulten útiles.

Acceda ahora a la herramienta del Sistema Indicador y materiales de apoyo [aquí!](#)

### ▶ Actividades DANTE

DANTE involucra a **13 socios**, cubriendo una área geográfica de **10 regiones en 8 Estados Miembro**. El partenariado incluye socios con experiencia TIC a nivel regional y con conocimiento en desarrollo de estrategias de turismo rural y de montaña.

Durante el proyecto, los socios intercambian experiencias de gestión de proyectos regionales TIC en zonas rurales y de montaña. La transferibilidad de las buenas prácticas se mostrará en una acción piloto (en la provincia de Torino). Basado en este trabajo, en cada región se desarrollará un plan de implementación para tratar los retos del turismo local usando herramientas y metodologías TIC.



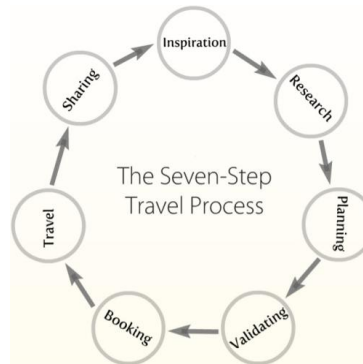
## Hacia una mejor integración de las TIC en la industria del turismo

Los socios DANTE se reunieron los días 7 y 8 de noviembre de 2012 en Badajoz. Durante este taller, se compartieron, con el resto de socios, varias experiencias llevadas a cabo en la región. Todas las iniciativas tenían un tema común: ¿cómo influenciar los “Siete Pasos del Proceso de los Viajes”? Estos pasos son momentos de un viaje, cuando los turistas deciden, organizan, reservan y comparten sus viajes

¿Cuáles son los “**Siete Pasos del Proceso de los Viajes**”?

Mostraremos aquí los diferentes momentos que un viaje involucra en el siglo XXI, de una forma divertida. ¡Atención a los turistas! ¡Podéis situaros en alguna de estas líneas!:

1. Empieza por un momento de inspiración (para algunos esto se llama una desesperada necesidad de escapar).
2. Se requiere entonces un poco de investigación para descubrir y evaluar las opciones de viaje. Esto puede ser divertido o frustrante, dependiendo de cada persona.
3. Después viene hacer planes, analizando todas las alternativas.
4. Validación, ese momento de pánico cuando preguntas a todos, incluso a gente que no conoces para cerciorarte de que realmente merece la pena tu viaje.



5. La reserva es el momento de verdad en el que los sueños se convierten en realidades temerosas, y en el que algunos optáis por pagar fianzas de cancelación o cambio.
6. Viaje. Lo que se supone que es la parte divertida. Bien, así es, hasta que te das cuenta de que después de dormir poco por el estrés de acabar trabajos pendientes antes de tu marcha, olvidas alguna gestión importante.
7. Compartir: según Dickens “Fue lo mejor de todo, fue lo peor de todo.” De todas formas, Facebook, Twitter y TripAdvisor se encargarán de mostrar tus triunfos y, con un poco de suerte, evitar mostrar cualquier obstáculo o problema que en tu viaja hayas podido encontrar.

**Así pues, ¿cómo pueden los proveedores satisfacer las necesidades de los turistas?** Las iniciativas desarrolladas en Extremadura han sido reveladoras. Algunos de estos proyectos se centraban en crear inspiración para turistas, como el proyecto **Badajoz360º** [www.360.turismobadajoz.es](http://www.360.turismobadajoz.es) o **veryconocer** [www.veryconocerextremadura.es](http://www.veryconocerextremadura.es). Otros proyectos crean **paquetes de viajes** o analizan algún destino, como Oraquo [www.oteara.com](http://www.oteara.com). ROUTE 2.0 [www.route-20.eu](http://www.route-20.eu) comparten a través de marketing 2.0

Newsletter 2

April 2013



Puede encontrar todas estas iniciativas y mucho más en la web del proyecto: [www.danteproject.eu](http://www.danteproject.eu) .



[DANTE partnership in Badajoz, Spain](#)

**Con formato:** Fuente: (Predeterminado) Arial, 9 pto

**Con formato:** Centrado

**Con formato:** Fuente: (Predeterminado) Arial, 9 pto

### Buena práctica de crear innovación: *Badajoz 360°*

Cuando se creó este proyecto, Badajoz no tenía una Buena imagen turística, aunque tenía y tiene una gran herencia patrimonial. El estado de conservación de los monumentos no era el mejor y éstos no eran conocidos, incluso para la población de la ciudad. Las imágenes y comunicación que se transmitían de Badajoz eran antiguas y nada atractivas para el turismo. Era necesario dar un cambio radical a esta imagen y fue aquí donde la tecnología 360° se convirtió en una forma de difundir el “producto” pacense a sus usuarios finales: habitantes, turistas y visitantes potenciales.



En la primera fase del proyecto, se incluyeron imágenes de los principales monumentos. El año siguiente, el proyecto incluyó imágenes de 100 lugares simbólicos, incluyendo el interior de algunos edificios (museos, catedral...) Aparte de esto, se introdujeron audiotracks con sonido para las imágenes y la web empezó a tener éxito. Gracias a este proyecto, favorecido por la restauración de edificios y una gran comunicación, cada vez más visitantes vienen cada año a Badajoz, contribuyendo pues al presupuesto local y a una mejor conservación del patrimonio local. **Para más información, visite:** <http://360.turismobadajoz.es>



**¿Qué es una Buena Práctica (BP)?**

En el contexto del programa INTERREG IVC, una buena práctica es definida como **una iniciativa** (metodologías, proyectos, procesos o técnicas) llevada a cabo en una de las prioridades temáticas que ha resultado exitosa y que **tiene el potencial de ser transferida a un área geográfica diferente**. *Fuente: <http://i4c.eu/afficheGlossaire.html>*

**El partenariado DANTE ha producido una colección de 8 Buenas Prácticas + una revista científica. Puede acceder a ella a través de nuestra [website](#), en la sección de Intercambio de Experiencias, colección de Buenas Prácticas.**

**Con formato:** Fuente: Negrita, Español (alfab. internacional)

**Con formato:** Fuente: Negrita, Español (alfab. internacional)


## Compartiendo feedback: ¡Todos creamos Extremadura!

El punto de partida de [www.extremadura.com](http://www.extremadura.com) fue un portal web con información sobre la región. El boom de las redes sociales lo transformó en una red social dinámica que involucraba a toda la sociedad en el proceso de comunicación. Era pues una plataforma para conectar a la gente de Extremadura. **El resultado final viene de la mano de los ciudadanos, reflejando la opinión verdadera de los ciudadanos.** La red social se organiza en varios perfiles, haciendo el uso de la web más fácil y accesible para el público. Los perfiles son los siguientes: Usuarios (ciudadanos, profesionales, organizaciones y empresas), lugares, destinos, eventos, productos, empresas, empleadores y ciudades sociales. Esta categoría **“Ciudades Sociales”** es el gran reto de esta red social que conecta la ciudad con los ciudadanos, facilitando así el gobierno abierto.



**Get to know DANTE partners...**

**FUNDECYT-PCTEx**



FUNDECYT-PCTEx es una fundación española que pretende crear los espacios y servicios para facilitar el intercambio de conocimiento, ciencia y tecnología para el desarrollo socioeconómico de la región de Extremadura.

Para conseguir este objetivo, la Fundación llevará a cabo actividades mayormente, pero no solo, en las siguientes áreas: Ciencia, Tecnología y Conocimiento; Empresas e Innovación Social; Apoyo a Empresas innovadoras basadas en la Ciencia, Tecnología y Conocimiento.



## Get to know DANTE partners...

### FUNDECYT-PCTEX



#### Participación en DANTE:

En este proyecto se incluyen 3 importantes retos para la región de Extremadura: el desarrollo de áreas rurales, ya que la región es completamente rural, el Turismo, ya que es un sector económico importante en la región, y el uso de las TIC para integrar a las anteriores

## Factores clave para la innovación en destinos montañosos

Los socios DANTE se reunieron el pasado enero (días 23 y 24) en Ljubljana, Eslovenia, en un seminario muy interesante, para analizar los factores de la innovación en áreas de montaña.

### Infraestructura de fibra óptica como un factor de ubicación en áreas rurales y de montaña

Las nuevas infraestructuras, como las que traen internet a las áreas rurales y de montaña, juegan un papel importante en la generación de innovación al impulsar el atractivo de los territorios. El caso de South Tyrol fue presentado por Michael Volgger, de la Academia Europea de Bolzano (EURAC) en Eslovenia.

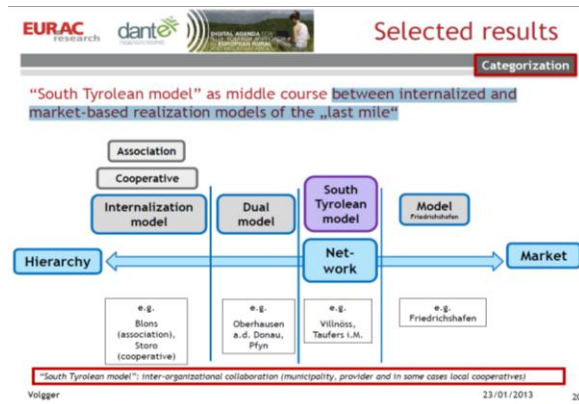
La disponibilidad y calidad de las infraestructuras locales se considera un factor de ubicación "difícil", junto con los costes de los salarios, la disponibilidad de mano de obra cualificada y las ventas. Además hay otros factores de menor importancia como: las oportunidades para recrear, el lugar de residencia, la educación y estudios, y el servicio de cuidado de niños ofrecidos en el área a los visitantes.

En las áreas remotas de South Tyrol, como en otras zonas remotas o menos pobladas, los ayuntamientos tienden a encontrar dificultades con internet. Además, las compañías telefónicas no presentan interés en invertir en infraestructuras (fibra). Sin embargo, la población considera los servicios de internet tan importantes como el transporte. (Resultados obtenidos de una encuesta a nivel local).

Así, el gobierno regional decidió poner cartas en este asunto e invertir en infraestructuras de fibra óptica. La originalidad del método de South Tyrol es que la red es propiedad local (de una cooperativa) y el servicio es ofrecido por una compañía regional. Puede resumirse de la siguiente forma:



**dante**  
 Digital Agenda for New Tourism Approach  
 in European Rural and Mountain Areas

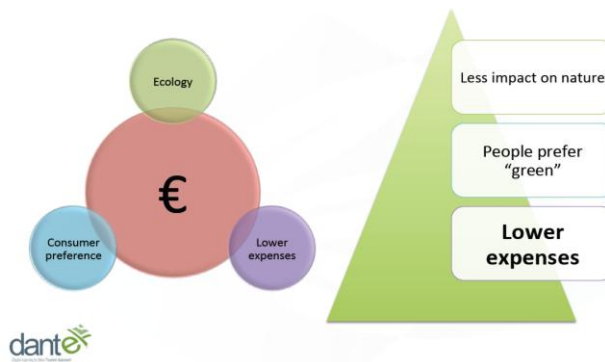


Los factores más importantes para el éxito de esta iniciativa fueron: la financiación disponible, la cooperación entre actores locales, regionales y también públicos y privados.

### 5 estrellas en desarrollo sostenible en las Montañas Eslovenas

Otro factor de innovación en el que los eslovenos han hecho hincapié fue en la sostenibilidad de los destinos de montaña y en la economía de los recursos naturales. Un Nuevo hotel en el área de Bohinj, el 1er eco hotel de Eslovenia, sirve de ejemplo. Con el lema “Deja huellas, llévate recuerdos” los inversores de esta empresa proponen a los turistas alojamiento 5 estrellas y diferentes actividades de entretenimiento, todo ello con un impacto mínimo en la naturaleza. La siguiente imagen resume el interés en tal inversión en áreas de montaña

### Why ECO Hotel?



Newsletter 2

April 2013



A la larga, los gastos de la inversión son reembolsados en energía y recursos naturales. La rentabilidad de la estructura depende de la extensión de las estaciones turísticas. La inversión en infraestructuras: parque de bicis, parque de trineos, como las actividades culturales aseguran el flujo de toda clase de turistas en diferentes épocas del año.

### Transporte low-cost gracias a las TICs

El caso de GoOpti. GoOpti es un nuevo tipo de transporte. Tiene éxito donde las compañías de transporte público no pueden estar. Ofrece a los viajeros conexiones desde/hasta el aeropuerto, transporte barato y fiable a ciudades grandes pero también a pequeñas, donde la demanda no es alta, pero existe. Puedes ver en la siguiente imagen su filosofía:



- **Low cost model** – The first seats are the cheapest and special promotions
- **Probability model**– When is more time between the date of purchase and travel, the lower is price as it is more likely extra passengers will join
- **OPTI time window model** – We guarantee we take you there but we set the time of departure based on minimizing average waiting time per passenger. OPTI time window defines longest possible waiting. Every OPTI route has specified time window. The online system optimizes average waiting time per passenger and communicates Exact time of departure is communicated 1 day prior to departure .



## Acciones comunes porque juntos somos más fuertes: la marca Corazón de Eslovenia

**El corazón de Eslovenia** es el nombre de la marca de marketing usada como incentivo para el turismo rural en 16 ayuntamientos, representando 1,555 km<sup>2</sup> y 196,000 habitantes. Su exitosa marca se creó de cero hace algunos años e incluye tres componentes: el medio ambiente, la capacidad emprendedora y las actividades turísticas. Las actividades incluyen la promoción de la zona, una acción piloto para la distribución de productos locales en colegios y organizaciones públicas, la creación de campos temáticos, tiendas, eventos y festivales así como la promoción de nuevas formas de turismo como caravanas dentro de las casa rurales, etc. Tanto la marca como las diversas actividades han resultado muy exitosas. Ahora está en su agenda la promoción de actividades a través del uso de aplicaciones móviles específicas:

**Mobile application**

- Electronic Mobile Tourist Guide (e-Turist) – mobile application
- Tourism attractions (100) in The Heart of Slovenia
- Summer 2013
- For individual tourists and small groups
- Partners in the project: Faculty of tourism studies – Turistica, Institut Jožef Štefan (Ljubljana)
- User insert interest, available time and special requests, application offers program of visit, adapted to demands. GPS guiding and description of each attractions (multilingual).
- Feedbacks by users – to improve tourism offer

### Get to know DANTE partners...

#### The Faculty of Economics Ljubljana University (FELU)

La Facultad de Economía de la Universidad de Ljubljana es una líder nacional y una institución reconocida académicamente internacionalmente en el campo de la economía. Su misión es desarrollar **líderes con principios para trabajar en ambientes empresariales** combinando educación empresarial y económica con **investigación innovadora** a la vez que creando y difundiendo conocimiento en una sociedad global. Su visión es clasificarse entre las mejores escuelas empresariales del mundo en 2020. Sus valores son **honradez, cooperación, responsabilidad, conocimiento y libertad de cátedra.**





Newsletter 2

April 2013



## Get to know DANTE partners...

### The Faculty of Economics Ljubljana University (FELU)



#### Participación en DANTE

La FELU aportó una investigación titulada *Factores Determinantes de la Innovación en Destinos de Montaña* como base de reflexión en lo que se refiere a la categorización de las buenas prácticas del proyecto. Esta investigación identifica elementos importantes de innovación para contribuir al desarrollo de destinos montañosos.

## Get to know DANTE partners...

### Development centre of the Heart of Slovenia



El Centro de Desarrollo del Corazón de Eslovenia se fundó en 2000, siendo su primera tarea la aceleración empresarial de la pequeña economía del municipio de Litija. Con los años, la organización empezó a traspasar los bordes del municipio de Litija y a unirse con otros municipios. Hoy son conocidos como coordinadores de desarrollo de proyectos en la región.

El Centro de Desarrollo del Corazón de Eslovenia egstional la marca subregional “El Corazón de Eslovenia”. El Corazón de Eslovenia se sitúa en el centro de Eslovenia, al Este de Ljubljana, con la forma de un corazón que se extienda por la GEOSS – el centro geométrico de Eslovenia. La base es la posición geográfica de los municipios del centro del país, pero la esencia de los negocios del Corazón de Eslovenia es el estímulo para el desarrollo de potenciales creativos de espacio y calidad de vida en él. La oferta del Corazón de Eslovenia está basada en tres pilares: turismo, medio ambiente y empresas.

#### Participación en DANTE

DANTE muestra una **oportunidad para el desarrollo de nuevas directrices en el campo del desarrollo del turismo y el uso de diferentes tecnologías TIC en el Corazón de Eslovenia**. A través del proyecto, los socios tienen la oportunidad de familiarizarse con las últimas tendencias en el uso de varias TICs.



## The DANTE project in short

### Dates and figures

**13 partners** from 8 countries

**3 years** from January 2012 to December 2014

**Final conference:** June 2014, Brussels, Belgium

### The project will produce

**1 Good practices catalogue** presenting the good practices analysed

**1 Pilot action and guidelines**

**8 Implementation plans** for developing information society and tourism

### Expected results

**Shared and Improved Knowledge** regarding how ICT can help the competitiveness of the tourism sector in the participant regions.

**Improved Competences and Capacities** of the stakeholders in charge of the tourism sector at regional level

**Integration of Digital and Tourism Agendas** at regional level through the elaboration of 8 regional implementation plans

**General improvement of regional policy instruments** and better use of Funds.

## Sigue nuestras actividades

Suscríbese a nuestro boletín <http://danteproject.eu>

Denos un "me gusta" <http://facebook.com/DanteProject>

## Impresión

### Editor

Ancuta Pasca, Project manager, Euromontana ([communication](#))

### Contribuidores

Euromontana staff and DANTE partners

### Para más información sobre DANTE, contacte con:

Provincia di Torino, Via Maria Vittoria 12, 10123. Torino (Italia)  
Phone: +39 0118 616 141, Fax: +39 0118 616 478; E-mail: [info@danteproject.eu](mailto:info@danteproject.eu)

### Socios DANTE:

- |   |   |
|---|---|
| 1 Province of Turin, IT                     | 8 Inknowcom, NL   |
| 2 Euromontana, BE                           | 9 Bauernhofferien, DE   |
| 3 University of Crete, GR                   | 10 Development center of the Heart of the Heart of Slovenia, SI |
| 4 Decentralised administration of Crete, GR | 11 University of Ljubljana, SI                                  |
| 5 Fundecyt PCTEX, ES                        | 12 Regional Development Agency Bielsko-Biala, PL                |
| 6 CSI Piemonte, IT                          |   |
| 7 Cybermassif, FR                           |   |

