

CLOUT Cupón Sonrisa

Una vez finalizados los dos primeros meses de la experiencia piloto del cupón sonrisa y analizada la información recogida, se pueden presentar los resultados obtenidos. Éstos se han clasificado en dos categorías, teniendo en cuenta a los principales actores:

- Los propietarios de establecimientos comerciales y hosteleros.
- Los usuarios finales, tanto ciudadanos como visitantes de la ciudad.

La siguiente figura muestra las relaciones entre los protagonistas de esta iniciativa. El proceso es el siguiente:

- Los propietarios de los establecimientos generan ofertas de sus productos a través de la herramienta gratuita SantanderCreaOferta.
- Los ciudadanos y visitantes de la ciudad, quienes pueden acceder a dichas ofertas mostrando su mejor sonrisa al dispositivo instalado en la oficina de turismo, y reportar, además, su grado de satisfacción tras la experiencia.
- Adicionalmente, cuando el usuario final se acerca al establecimiento a canjear el cupón sonrisa se establece una relación directa entre ambos, lo que puede ser aprovechado para que el propietario evalúe la calidad de su oferta, pudiendo mejorar o adaptar las ofertas futuras teniendo en cuenta las necesidades reportadas por el usuario final.



A partir de la herramienta SantanderCreaOferta, se han obtenido los siguientes resultados relativos a los establecimientos comerciales y hosteleros:

- Han mostrado su interés en participar más de 70 establecimientos.
- Se han dado de alta en SantanderCreaOferta 38 establecimientos (31 comercios y 7 de hostelería) incluyendo: vinotecas, bares, restaurantes, ópticas, tiendas de ropa, de

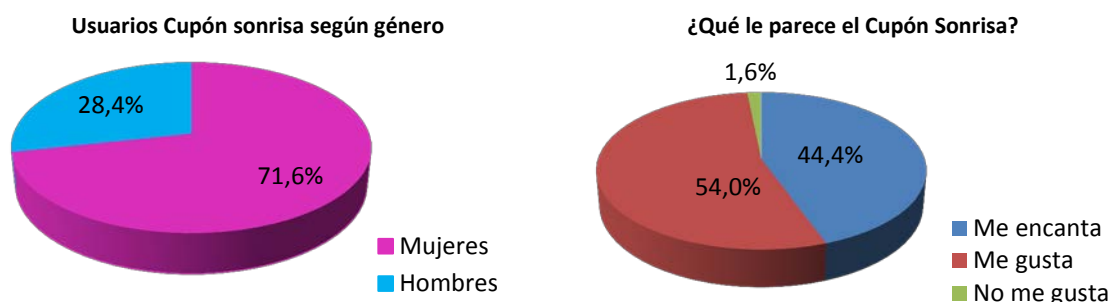
complementos, de alimentación, suministros de material de oficina, centros de belleza, tiendas de mascotas,...

- Se ha generado un total de 41 ofertas.
- Se ha canjeado un 30% de los cupones generados.

Haciendo uso de la información reportada por los usuarios finales a través del dispositivo del cupón sonrisa, se concluye que:

- Han participado 116 usuarios, de los cuales:
 - Según el género, casi un 72% de los participantes fueron mujeres y un 28% hombres.
 - Según los rangos de edad, los colectivos más participativos han sido los usuarios entre "15-30 años", seguidos por los de "41-50 años" y "31-40 años", tanto entre las mujeres como entre los hombres.
 - Según las nacionalidades, casi un 83% fueron españoles, seguidos de casi un 8% de ingleses.
- Se ha conseguido un promedio de sonrisa mayor del 74%, siendo un 68% de mujeres las que han conseguido más de un 80% de nivel de sonrisa.
- Finalmente, el grado de satisfacción del usuario ha sido muy positivo:
 - Al 98% de los usuarios les ha encantado o gustado la aplicación.
 - El 98% recomendaría su uso y la considera útil para la ciudad.

Las siguientes gráficas ilustran algunos de los resultados obtenidos: usuarios del cupón sonrisa por género y grado de satisfacción del usuario tras mostrar su mejor sonrisa.



Futuro del cupón sonrisa:

Aunque en un principio, se fijó un periodo de duración de dos meses comprendido entre el 18 de Marzo y el 18 de Mayo, tras la buena acogida de la iniciativa tanto por parte de los sectores comerciales y hosteleros, así como de los usuarios finales, se ha decidido prolongar esta duración.

Actualmente, hay nueve ofertas disponibles y se espera que este número, junto con el de establecimientos participantes, así como el de usuarios finales, vaya en aumento sobre todo por la proximidad del periodo estival, época en la que Santander recibe la mayor afluencia de turistas.

Orígenes del cupón sonrisa:

Dentro del proyecto de colaboración Europa-Japón, ClouT, en el que se encuentra trabajando el Ayuntamiento de Santander junto con otros 11 socios, entre los que se encuentra la Universidad de Cantabria, se ha desarrollado el Cupón Sonrisa. Se trata de una adaptación de

la versión original desarrollada por la Universidad de Keio (Japón) e instalada en la estación de tren de Kamakura con el objetivo de fomentar el turismo en la isla de Enoshima.



Como mejora de la versión original y con el objetivo de fomentar la involucración del ciudadano en la construcción de las ciudades inteligentes, se ha solicitado la participación tanto de los establecimientos comerciales y hosteleros de la ciudad (generando ofertas de sus productos), como de los ciudadanos y visitantes de la ciudad (mostrando su mejor sonrisa para acceder a dichas ofertas).