

LAS NTICs Y LA PROMOCIÓN TURÍSTICA: UNA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS



II SEMINARIO INTERNACIONAL TURISMO Y PATRIMONIO EN
GRANDES ÁREAS METROPOLITANAS

Sofía Mendoza de Miguel



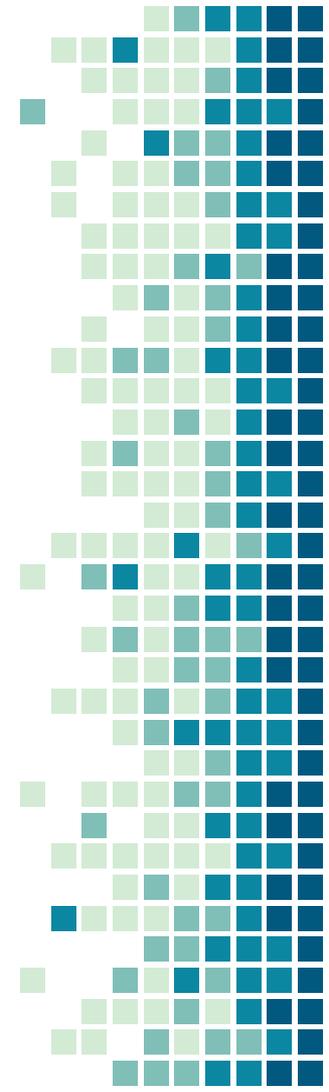
ÍNDICE

1. *INTRODUCCIÓN*
2. *METODOLOGÍA*
3. *RESULTADOS*
4. *CONCLUSIONES*
5. *NOVEDADES*

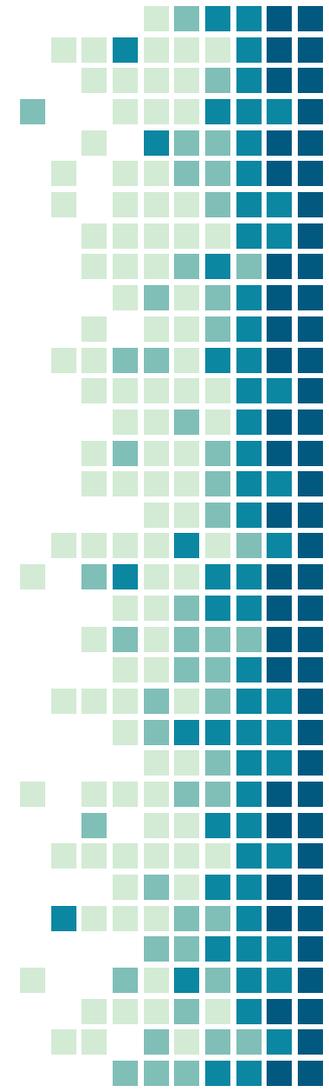
1. INTRODUCCIÓN



- Las **NTICs** son una parte intrínseca y esencial de la manera de hacer turismo en la actualidad.
- La demanda está protagonizada por el viajero **Millennial**.
- La oferta por el desarrollo de **Destinos Turísticos Inteligentes**.

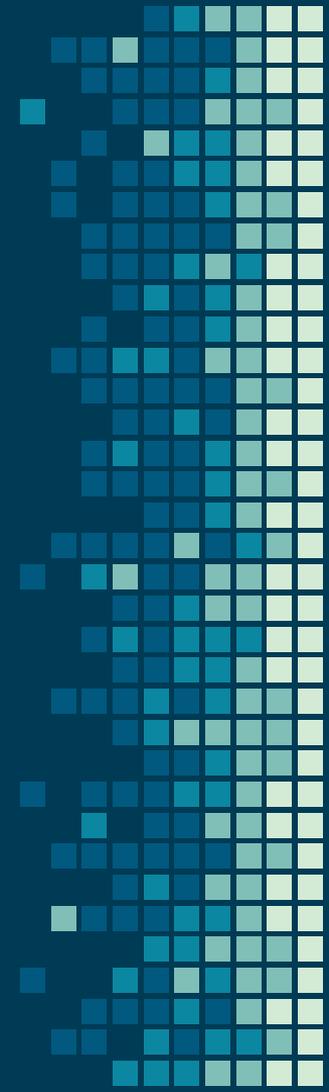


- Las Administraciones Públicas deben hacer un uso activo de las herramientas que las NTICS ponen a su disposición para la promoción de sus destinos:
 - a) La web
 - b) Las redes sociales
 - c) Las aplicaciones móviles
- Libro Blanco *Destinos Turísticos Inteligentes: construyendo el futuro*, elaborado por SEGITTUR.



OBJETIVO

Elaborar una metodología para el análisis del uso de páginas webs, redes sociales y aplicaciones móviles que lleva a cabo la Administración Pública en la promoción de sus destinos patrimoniales.



2. METODOLOGÍA



La **metodología** se ha inspirado en el sistema para el análisis del uso de la web por parte de marcas turísticas propuesto por **Martínez et al. (2016)**. Este trabajo propone una metodología para evaluar sitios webs de marcas turísticas basada en 5 parámetros, compuestos por un total de 33 indicadores, que permite realizar una comparativa entre distintos sitios webs turísticos.

© **Parámetro 1.** Sistemas de recomendación e interacción.

© **Parámetro 2.** Publicación de contenidos creados por el usuario.

© **Parámetro 3.** Registro, personalización de contenidos y suscripción.

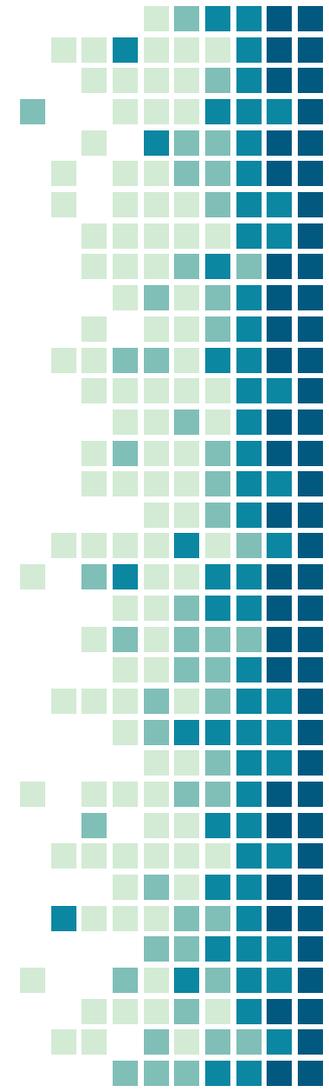
© **Parámetro 4.** Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0.

© **Parámetro 5.** Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0.



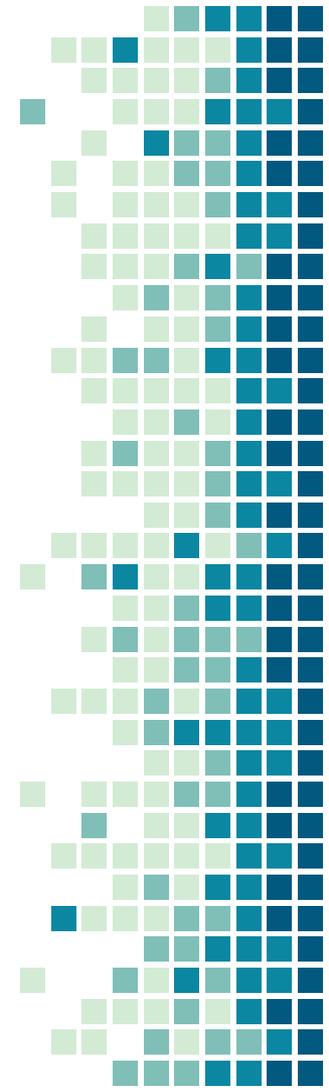
Motivos de adaptación y desarrollo de la metodología

- Web y redes sociales como parte de un conjunto
- Falta de un parámetro de análisis de *apps*
- No consideración de un contenido meramente informativo



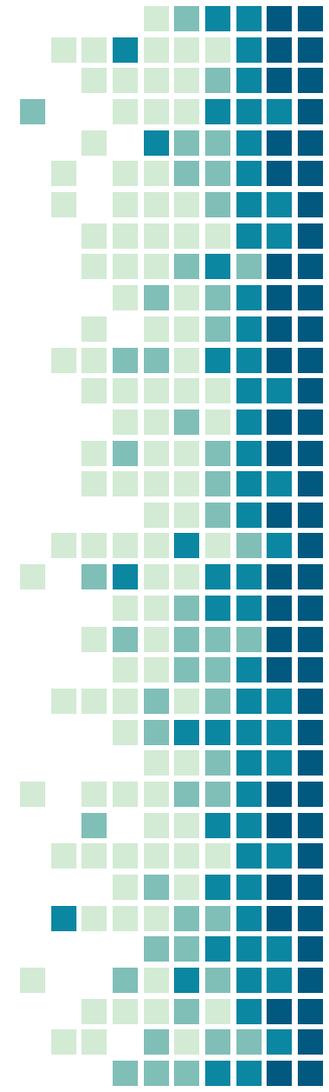
Motivos de adaptación y desarrollo de la metodología

- Web y redes sociales como parte de un conjunto
- Falta de un parámetro de análisis de *apps*
- No consideración de un contenido meramente informativo



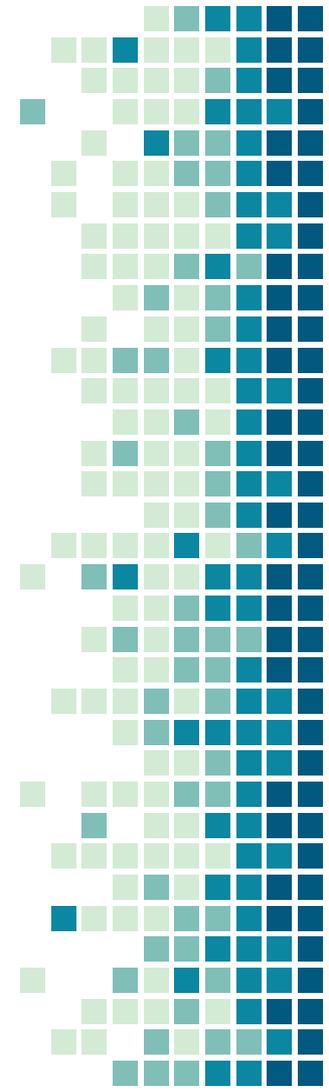
Motivos de adaptación y desarrollo de la metodología

- Web y redes sociales como parte de un conjunto
- Falta de un parámetro de análisis de *apps*
- No consideración de un contenido meramente informativo



Motivos de adaptación y desarrollo de la metodología

- Web y redes sociales como parte de un conjunto
- Falta de un parámetro de análisis de *apps*
- No consideración de un contenido meramente informativo



Cambios

1. He **prescindido** de aquellos indicadores descritos en su propuesta metodológica que no eran de interés a los efectos de este trabajo.
2. He **cambiado el orden** de los parámetros para conseguir una secuencia más coherente con mi análisis.



Cambios

3. He **añadido dos parámetros** nuevos para el análisis de las páginas webs (P5. Publicación de ofertas turísticas y P6. Publicación de otros contenidos), así como un parámetro para el análisis de las aplicaciones móviles turísticas institucionales (P8. Desarrollo de aplicaciones móviles).

4. He extraído del conjunto de parámetros para la evaluación de sitios web, su parámetro P4. Presencia y uso de las redes sociales y plataformas 2.0 (en este trabajo es P.7 Presencia y uso de las redes sociales y plataformas 2.0) y lo he **utilizado individualmente** para analizar el uso de redes sociales por parte de las Administraciones públicas.



Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción

1.1. Contacto con los responsables del sitio web

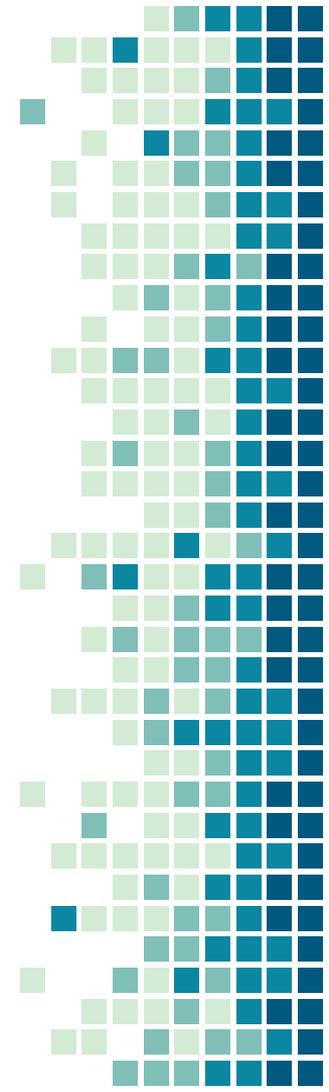
1.2. Contacto entre usuarios registrados

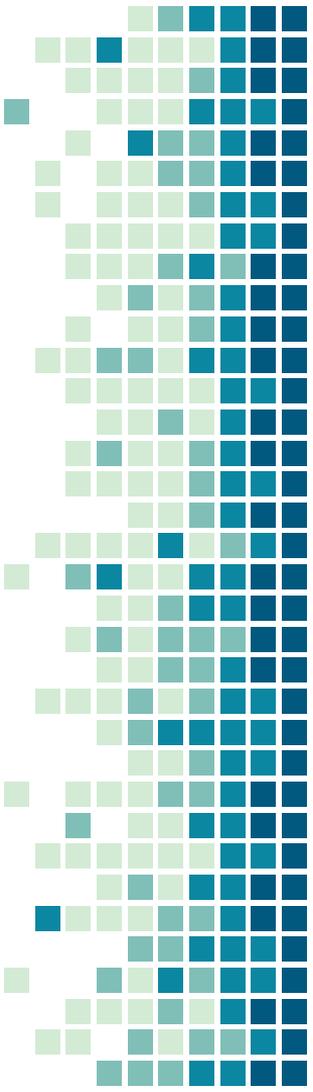
1.3. Comentarios y votos por parte del usuario a contenidos de la web

1.4. Sugerencia de contenidos mediante correo electrónico

1.5. Sugerencias de contenido realizadas por el sitio web

1.6. Compartir contenido del sitio web en plataformas de la Web social





Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción

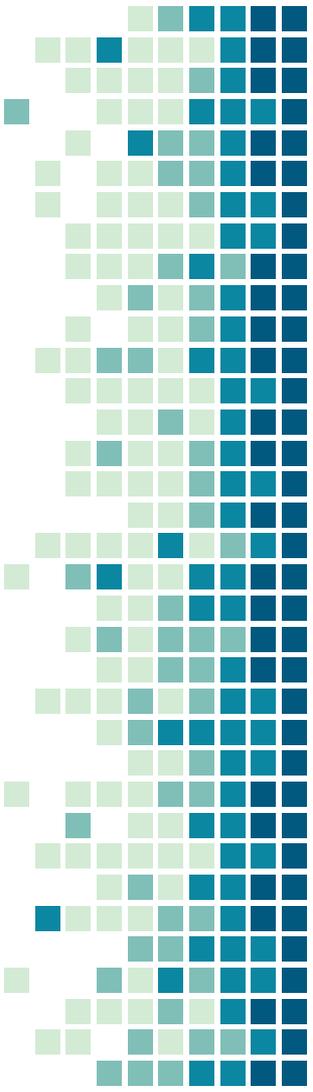
2.1. Registro de usuario

2.2. Espacio personal

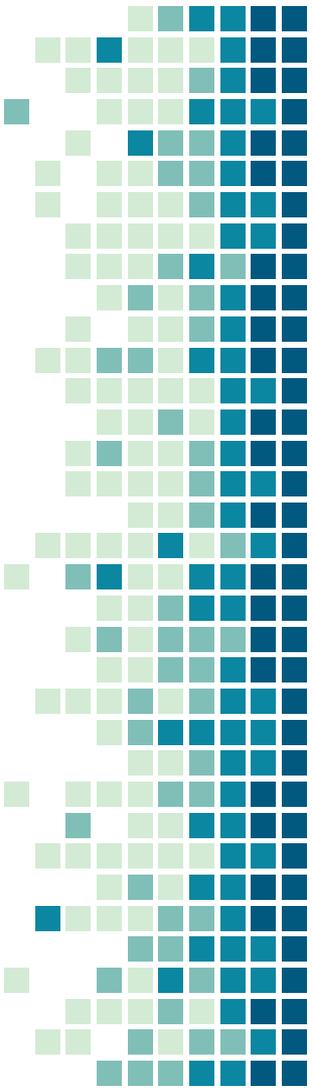
2.3. Planificador de viaje

2.4. Personalización de contenidos

2.5. Suscripción a alertas o boletín electrónico



<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>
3.1. Publicación de textos/entradas/noticias/artículos
3.2. Publicación de imágenes y/o fotografías en el sitio web
3.3. Publicación de videos en el sitio web
3.4. Creación de galerías de imágenes, fotografías y vídeos de usuarios



Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0

4.1. Autenticación de usuarios a través de perfiles sociales

4.2. Integración del sitio web y sus plataformas sociales

4.3. Espacio social media

Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas

5.1. Ofertas de alojamiento

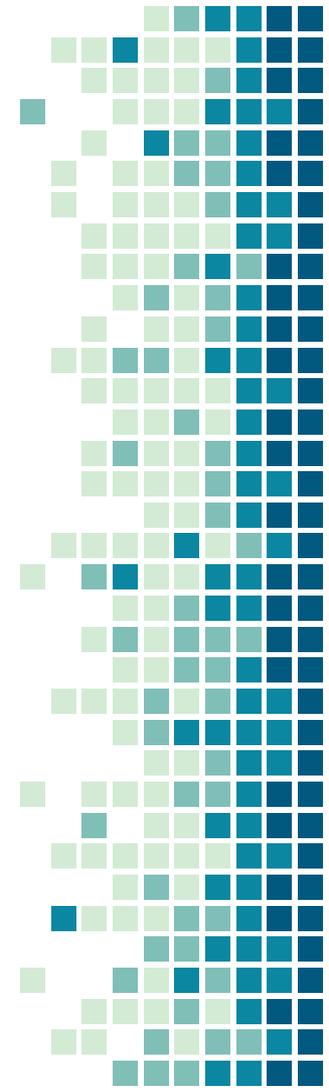
5.2. Oferta de restauración

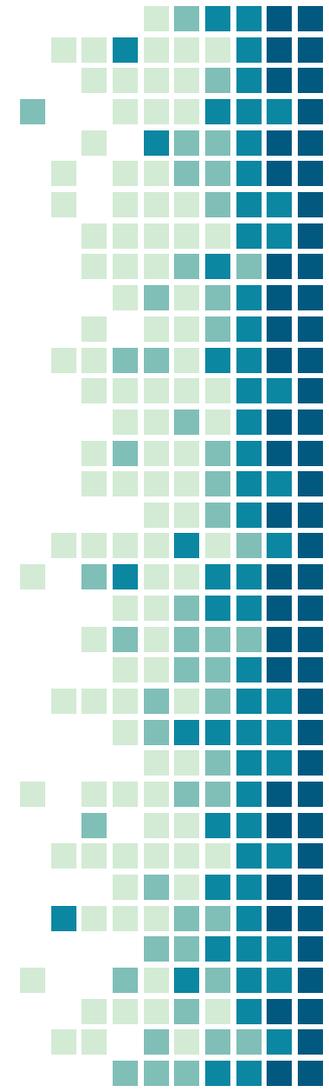
5.3. Oferta de rutas

5.4. Ofertas de excursiones

5.5. Oferta de transportes

5.6. Otras actividades





Parámetro 6. Publicación de otros contenidos

6.1. Integración de mapas

6.2. Anuncio de certificaciones oficiales

6.3. Agenda de eventos

6.4. Información climatológica

6.5. Servicio de indicaciones al destino

6.6. Buscador de apps

6.7. Empleo de diferentes idiomas

Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0

7.1. Blog corporativo

7.2. Presencia en redes sociales de difusión de imágenes

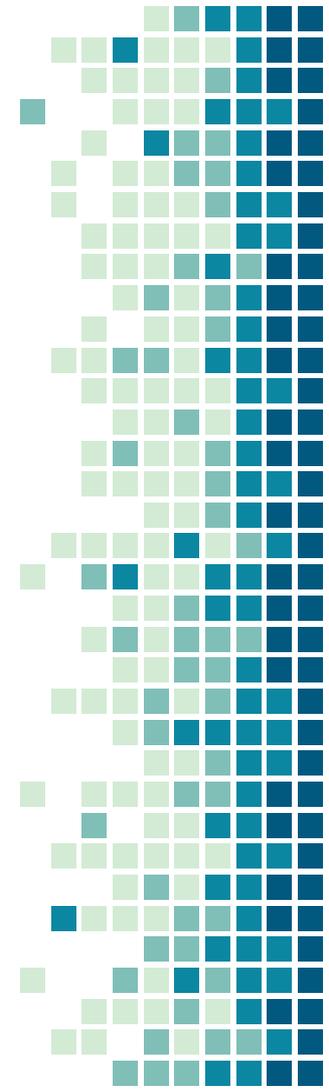
7.3. Presencia en redes sociales de difusión de vídeos

7.4. Presencia en plataformas de microblogging

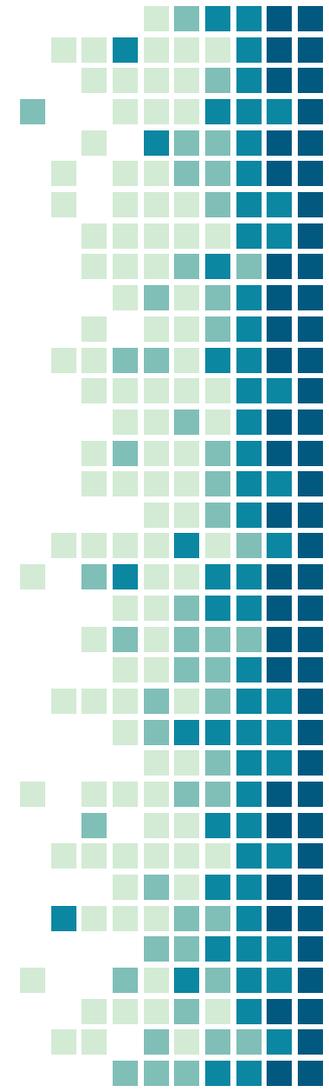
7.5. Presencia en redes sociales de amistad

7.6. Presencia en plataformas sociales de recomendación

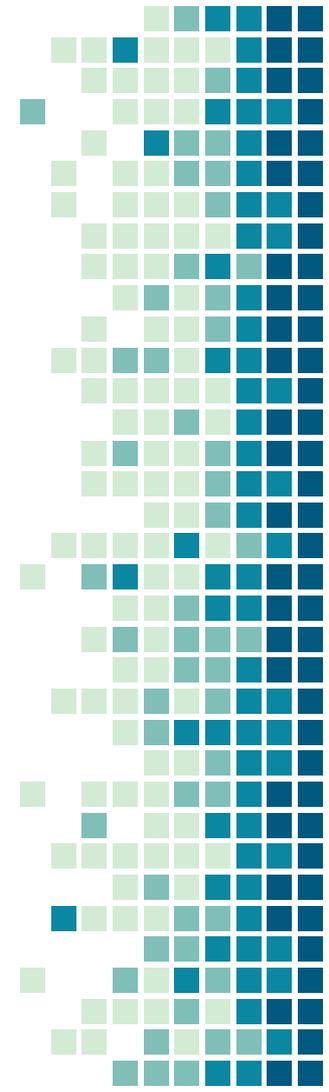
7.7. Presencia en plataformas sociales de geolocalización



<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>
8.1. Precio gratuito
8.2. Tamaño limitado
8.3. Acceso a la aplicación móvil en Google Play
8.4. Acceso a la aplicación móvil en iTunes
8.5. Acceso a la aplicación móvil en Windows Phone Store
8.6. Ofrece la App para Smartwatch
8.7. Empleo de diferentes idiomas
8.8. Autenticación del usuario a través de plataformas sociales
8.9. Uso de herramientas de geolocalización
8.10. Comentarios y votos por parte del usuario a contenidos de la app
8.11. Compartir contenido de la app en plataformas de la Web social
8.12. Espacio personal
8.13. Planificador de viaje
8.14. Integración de mapas
8.15. Realidad aumentada
8.16. Funcionalidad off-line



Para la **puntuación** de estos indicadores he seguido el método propuesto por Martínez et al. (2016): **1** para los resultados positivos y **0** para los resultados negativos.

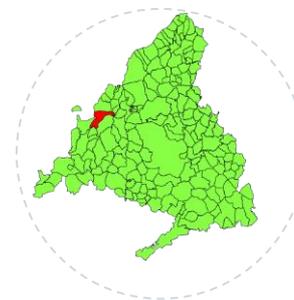


3. RESULTADOS



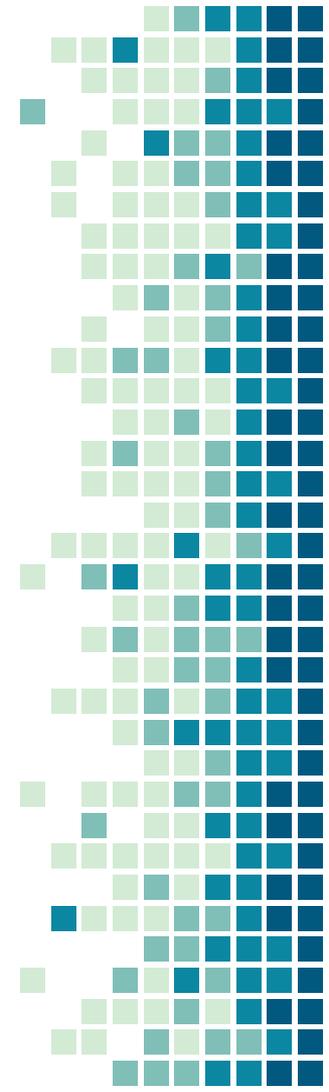
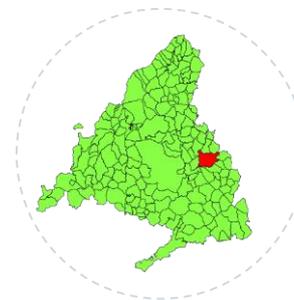
San Lorenzo de El Escorial

<i>Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción</i>	2
<i>Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción</i>	0
<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>	0
<i>Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0</i>	0
<i>Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas</i>	6
<i>Parámetro 6. Publicación de otros contenidos</i>	5
<i>Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0</i>	4
<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>	0
Total	17



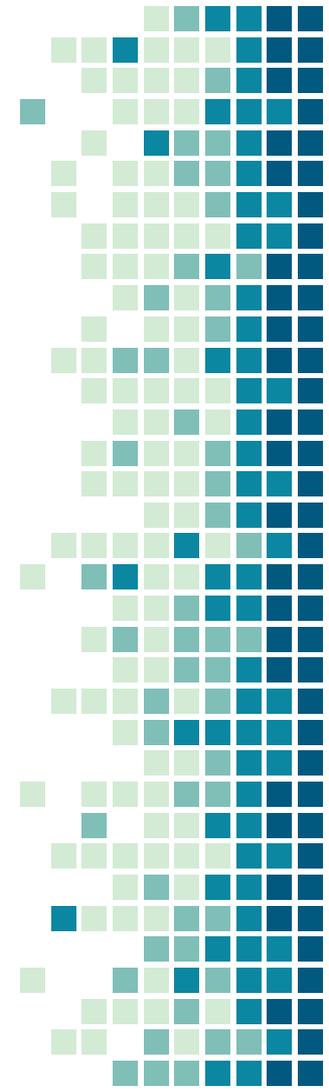
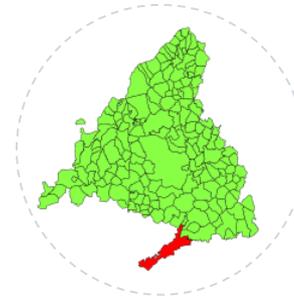
Alcalá de Henares

<i>Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción</i>	1
<i>Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción</i>	0
<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>	0
<i>Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0</i>	0
<i>Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas</i>	5
<i>Parámetro 6. Publicación de otros contenidos</i>	5
<i>Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0</i>	2
<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>	8
Total	21



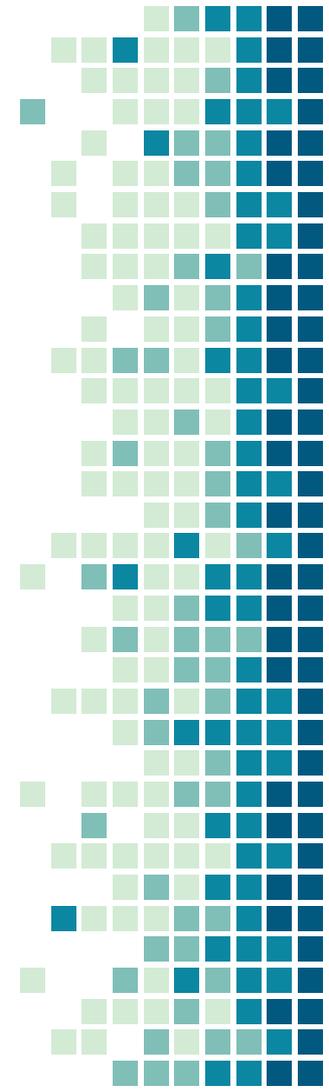
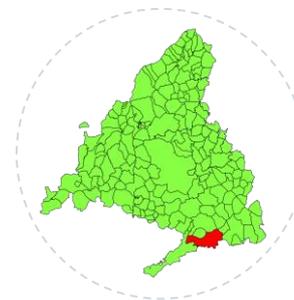
Aranjuez

<i>Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción</i>	2
<i>Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción</i>	0
<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>	0
<i>Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0</i>	0
<i>Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas</i>	2
<i>Parámetro 6. Publicación de otros contenidos</i>	2
<i>Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0</i>	0
<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>	0
Total	6



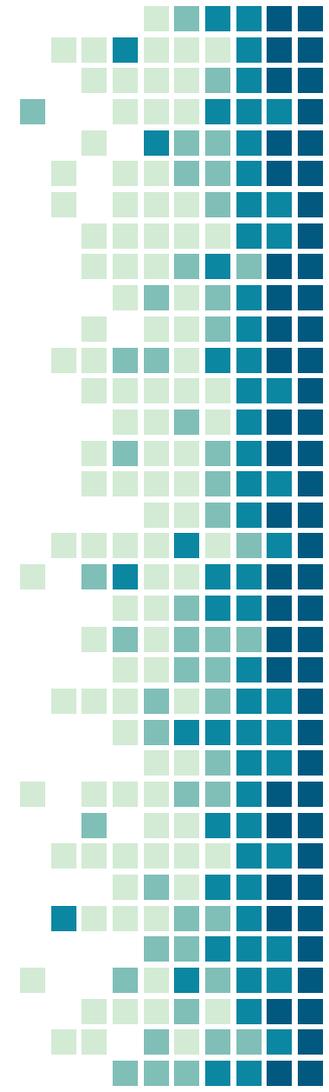
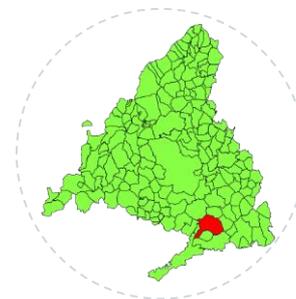
Colmenar de Oreja

<i>Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción</i>	3
<i>Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción</i>	0
<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>	0
<i>Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0</i>	0
<i>Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas</i>	1
<i>Parámetro 6. Publicación de otros contenidos</i>	1
<i>Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0</i>	1
<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>	0
Total	6



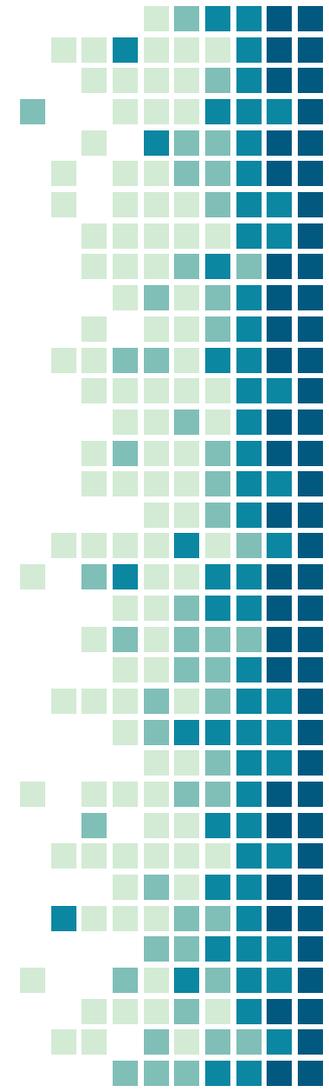
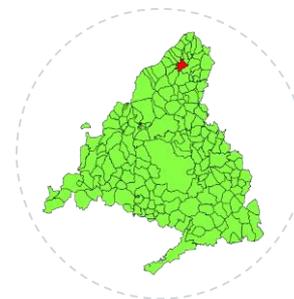
Chinchón

<i>Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción</i>	1
<i>Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción</i>	1
<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>	0
<i>Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0</i>	0
<i>Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas</i>	5
<i>Parámetro 6. Publicación de otros contenidos</i>	5
<i>Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0</i>	1
<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>	9
Total	22



Buitrago del Lozoya

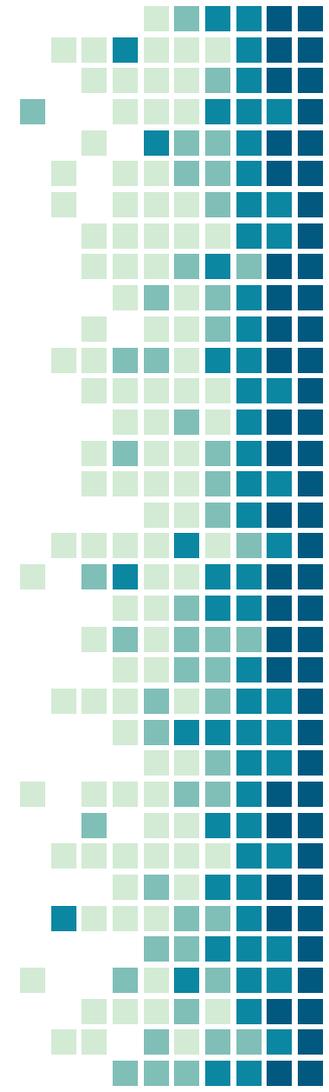
<i>Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción</i>	1
<i>Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción</i>	0
<i>Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario</i>	0
<i>Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0</i>	0
<i>Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas</i>	6
<i>Parámetro 6. Publicación de otros contenidos</i>	5
<i>Parámetro 7. Presencia y uso de redes sociales y plataformas 2.0</i>	0
<i>Parámetro 8. Desarrollo de aplicaciones móviles</i>	0
Total	12



4. Conclusiones



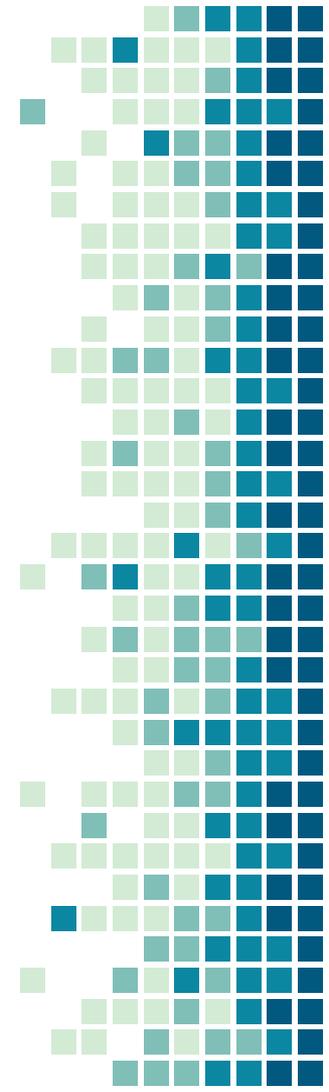
- **No hay diferencia** respecto al estado de incorporación de las NTICs entre los destinos declarados Patrimonio de la Humanidad y los que solo tienen la declaración de BIC.
- **Chinchón:** Sus puntuaciones no son las más altas en el análisis de la web oficial, ni de las redes sociales, pero el hecho de disponer de una *app*, además bien desarrollada, lo convierte en el destino patrimonial con mejor integración de las NTICs de los estudiados.
- Posible **relación causa y efecto** entre el uso de las NTICs y el número de visitantes de un destino.
- La incorporación de las NTICs como instrumento de promoción es **muy mala**.



“ Las administraciones locales deben desarrollar una **web oficial** de turismo, perfiles en **redes sociales** y una **aplicación móvil**; con el fin de estar en contacto con el turista antes, durante y después de la visita turística, para poder obtener un **feedback** de su satisfacción con el destino y desarrollar acciones en consecuencia.

Puntos débiles y áreas de mejora

- Escaso uso de las imágenes frente al texto
- Incorporación de plataformas sociales en la web
- Aprovechamiento de las funcionalidades de los dispositivos móviles en la promoción



“ Existe voluntad de incorporación de las herramientas 2.0 pero los resultados son **insuficientes**. Una **línea de investigación futura** abierta es la de estudiar la razón por la cual los ayuntamientos han invertido más o menos en la implementación de las NTICs.

- El análisis del caso de la Comunidad de Madrid es muy positivo (34/54).
- Probablemente su presupuesto sea superior al de las administraciones locales.
- “APP Villacard”

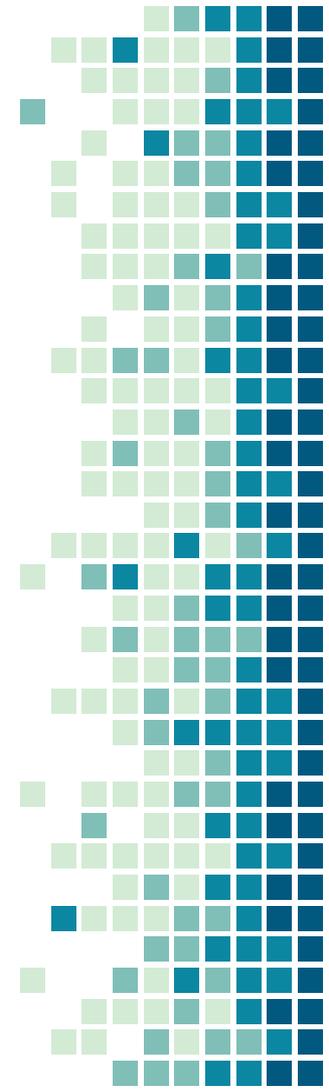


5. NOVEDADES



Los cambios que he realizado son esencialmente por 5 razones:

1. Había incluido el análisis de la publicación de imágenes y vídeos de usuarios pero no había hecho ninguna referencia al uso que las webs hacen de estos recursos.
2. Tras leer otras metodologías, como las propuestas por Ruel, Matias y Mena (2015), Tran y Yang (2014) o Singh y Bathia (2016), quería dar mayor protagonismo a la información que no está relacionada con las funcionalidades de la web 2.0.
3. Tras leer el Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes, publicado por el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas, decidí incluir algún indicador que me permitiese evaluar la accesibilidad de la web para personas con alguna discapacidad.
4. Quería añadir algún apartado que recogiese los aspectos técnicos de la web.
5. Nuevo método de puntuación.



Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción

1.1. Contacto con los responsables del sitio web

1.2. Contacto entre usuarios registrados

1.3. Comentarios y votos por parte del usuario a contenidos de la web

1.4. Sugerencia de contenidos mediante correo electrónico

1.5. Sugerencias de contenido realizadas por el sitio web

1.6. Compartir contenido del sitio web en plataformas de la Web social



Parámetro 1. Sistemas de recomendación e interacción

1.1. Registro de usuario

1.2. Contacto con los responsables del sitio web

1.3. Contacto entre usuarios registrados

1.4. Comentarios y votos por parte del usuario a contenidos de la web ●

1.5. Sugerencias de contenido realizadas por el sitio web

1.6. Compartir contenido del sitio web en plataformas de la Web social

1.7. Preguntas más frecuentes

1.8. Suscripción a alertas o boletín electrónico

Parámetro 2. Registro, personalización de contenidos y suscripción

2.1. Registro de usuario

2.2. Espacio personal

2.3. Planificador de viaje

2.4. Personalización de contenidos

2.5. Suscripción a alertas o boletín electrónico



Parámetro 2. Personalización de contenidos

2.1. Planificador de viaje ●

2.2. Espacio personal

2.3. Personalización de contenidos

Parámetro 3. Publicación de contenido creado por el usuario

3.1. Publicación de textos/entradas/noticias/artículos

3.2. Publicación de imágenes y/o fotografías en el sitio web

3.3. Publicación de videos en el sitio web

3.4. Creación de galerías de imágenes, fotografías y vídeos de usuarios

Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0

4.1. Autenticación de usuarios a través de perfiles sociales

4.2. Integración del sitio web y sus plataformas sociales

4.3. Espacio social media



Parámetro 4. Integración de plataformas, herramientas y funcionalidades de la Web 2.0

4.1. Uso de imágenes y vídeos ●

4.2. Uso de vídeos 360°

4.3. Publicación de un tour virtual por el destino o recursos turísticos

4.4. Uso de audios ●

4.5. Autenticación de usuarios a través de perfiles sociales

4.6. Integración del sitio web y sus plataformas sociales

4.7. Espacio social media

4.8. Integración de la actividad de otros usuarios en plataformas sociales como contenido de la web

Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas

5.1. Ofertas de alojamiento

5.2. Oferta de restauración

5.3. Oferta de rutas

5.4. Ofertas de excursiones

5.5. Oferta de transportes

5.6. Otras actividades



Parámetro 5. Publicación de ofertas turísticas

5.1. Ofertas de alojamiento y/o restauración ●

5.2. Oferta de rutas y/o excursiones ●

5.3. Oferta de transportes

5.4. Otras actividades

Parámetro 6. Publicación de otros contenidos
6.1. Integración de mapas
6.2. Anuncio de certificaciones oficiales
6.3. Agenda de eventos
6.4. Información climatológica
6.5. Servicio de indicaciones al destino
6.6. Buscador de apps
6.7. Empleo de diferentes idiomas



Parámetro 6. Publicación de información enriquecedora de la web
6.1. Información sobre recursos turísticos ●
6.2. Información sobre la historia
6.3. Información sobre la gastronomía
6.4. Información climatológica
6.5. Información sobre productos locales
6.6. Información de lugares de comprar
6.7. Integración de mapas ●
6.8. Información sobre la localización de la oficina de turismo
6.9. Servicio de indicaciones al destino
6.10. Agenda de eventos
6.11. Buscador de apps
6.12. Anuncio de certificaciones oficiales

Parámetro 7. Cualidades técnicas de la web

7.1. Uso de un logotipo

7.2. Acceso a la web turística desde la página institucional del gobierno del destino

7.3. URL sencillo

7.4. Empleo de diferentes idiomas ●

7.5. Facilidad para localizar el menú principal

7.6. Integración de una barra de búsqueda y facilidad para localizarla ●

7.7. Disposición de un botón de inicio en todas las páginas

7.8. Limitación del desplazamiento en horizontal/vertical ●

7.9. Tipo de fuente adecuado para la lectura

7.10. Contraste suficiente entre el texto y el fondo

7.11. Párrafos y frases adecuados para la lectura

7.12. Uso de lenguaje de signos

¡GRACIAS!

