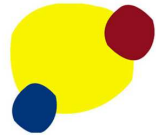


citymarketing
elche'10

24, 25 y 26 de noviembre de 2010
Centro de Congresos Ciutat d'Elx

4º congreso
de marketing de ciudades

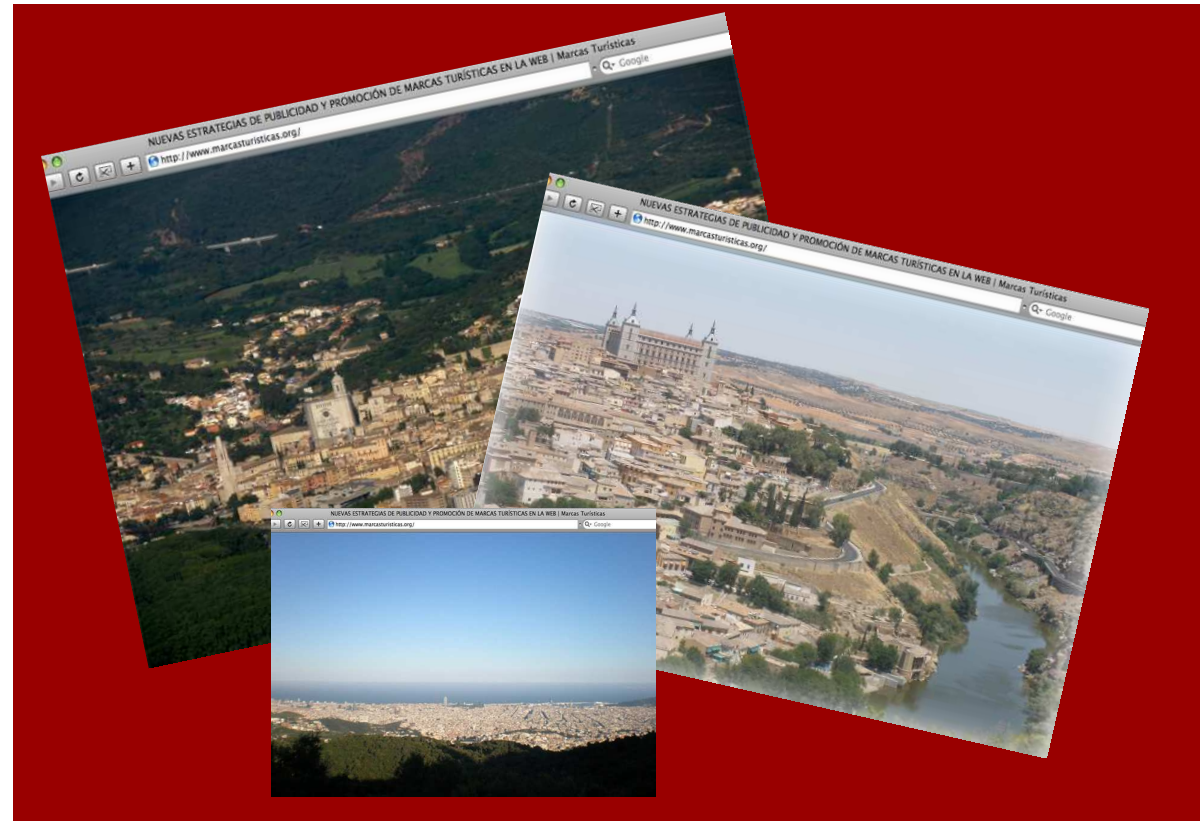


Nuevas estrategias de publicidad y promoción
de marcas turísticas españolas en la web



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CIENCIA
E INNOVACIÓN

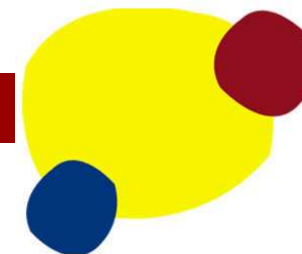


Sistema de evaluación de las Webs de destinos

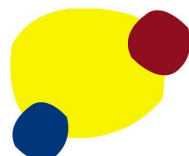
José Fernández Cavia
Departamento de Comunicación
Universitat Pompeu Fabra (Barcelona)
jose.fernandez@upf.edu

Elena Villaescusa
Departamento de Comunicación
Universitat Pompeu Fabra (Barcelona)
elena.villaescusa@upf.edu

Pablo Díaz Luque
Departamento de Dirección de Empresas
Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)
pdialuq@upo.es



■ PRESENTACIÓN PROYECTO



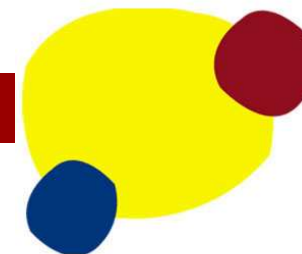
MARCAS
TURÍSTICAS

| Nuevas estrategias de publicidad y promoción
de marcas turísticas españolas en la web

“Nuevas estrategias de publicidad y promoción de las marcas turísticas españolas en la Web”

- **FINANCIACIÓN:** Ministerio de Ciencia e Innovación español
- **DIRECCIÓN:** Universidad Pompeu Fabra
- **DURACIÓN:** 1 enero 2009 – 31 diciembre 2011.
- **EQUIPO:** 14 especialistas de distintas disciplinas de 7 universidades.

- **Objetivo principal:** diagnosticar y **evaluar la calidad y adecuación de los portales de destinos españoles** y poner a disposición de los gestores de las OMDs el **conocimiento preciso** para incorporar a su diseño los últimos avances científicos y profesionales.
- **Proyección:** importante **instrumento de mejora** tanto para los **gobiernos municipales y autonómicos** de España como para **empresas públicas** relacionadas con **turismo** para **potenciar y promocionar sus marcas** y, consecuentemente, aumentar turistas en su territorio.



■ EQUIPO INVESTIGADOR MULTIDISCIPLINAR

José Fernández Cavia (IP) - UPF	Publicidad
Asunción Huertas - URV	Relaciones Públicas
Cristòfol Rovira – UPF	Documentación (usabilidad y arquitectura)
Jordi de San Eugenio Vela – UVic	Geografía y Periodismo
Lorena Gómez - UPF	Comunicación Audiovisual
María Isabel Míguez González – UVigo	Relaciones Públicas
María Sicilia Piñero - UM	Márqueting e Investigación de Mercados
Mila Gascó Hernández - UPF	Ciencias Sociales y Políticas
Pablo Díaz Luque - UPO	Ciencias Económicas y Empresariales
Rafael Pedraza Jiménez - UPF	Documentación (usabilidad y arquitectura)
Samuel Martín Barbero - IE	Periodismo
Sebastián Bonilla Álvarez - UPF	Ciencias del Lenguaje
Teresa Torres Coronas - URV	Ciencias Económicas y Empresariales
(+ 2 personas dedicadas al Soporte a la Investigación)	



Home

Este **proyecto de investigación** está financiado por el **Ministerio de Ciencia e Innovación** (CSO 2008 - 02627) y su objetivo es **aportar conocimiento** para la **mejora de los sitios web** de los **destinos turísticos españoles**.

Rankings **Buenas prácticas** **Publicaciones** **Recursos** **Eventos** **Contacto** **Nosotros** **Proyecto**

Soy Profesional del Sector **Soy Investigador del Proyecto**

Nombre de usuario
Contraseña
Recordarme
Iniciar sesión

¿Olvidó la contraseña?
¿Olvidó el nombre de usuario?
[Crear una cuenta](#)

Rankings
Ránking actual en **posicionamiento SEO** en **mayo** de las distintas webs oficiales de los patronatos de turismo. (+info)

Guía buenas prácticas
¿Sabes quién habla de ti en **Social Media**? Conoce la plataforma de búsqueda y análisis en Social Media. (+info)

Recursos
www.turismo20.com es la red social del sector turístico en España que recoge los mejores profesionales de Turismo, Turismo 2.0 y Comunicación. (+ info)

Calendario
«<< noviembre 2010 >>»
L M X J V S D
1 2 3 4 5 6 7
8 9 10 11 12 13 14
15 16 17 18 19 20 21
22 23 24 25 26 27 28
29 30 1 2 3 4 5

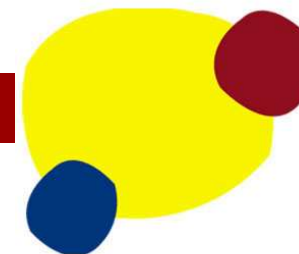
Eventos
Próximo congreso **TURITEC** (Málaga) . VIII Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 14 y 15 octubre 2010. (+info)

Publicaciones
Nuevo call for papers para un número monográfico sobre **Comunicación y Turismo** de la revista "Catalan Journal of Communication and Cultural Studies" (+info)

Tags
marca destino
heritage
usabilidad
proyecto
web 2.0

en la página.

I International Conference
Destination Brands on the Web
Barcelona, 6-7 October 2011



■ PLANTILLA ANÁLISIS EVALUACIÓN SITOS WEB MARCAS DE DESTINO

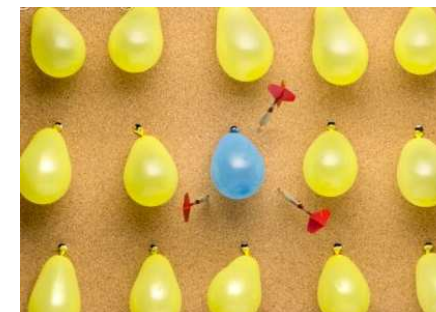
- Planteamiento general - **Temáticas** – Indicadores – Muestra - Resultados



Plantilla omnicomprensiva e interdisciplinar compuesta por **TEMÁTICAS** distintas

Cada temática abarca los puntos de análisis de mayor importancia. Un total de **154 indicadores**.

- Accesibilidad
- Arquitectura de la información
- Posicionamiento
- Calidad y cantidad contenido
- Interactividad
- Presencia web 2.0
- Tratamiento de imagen de marca
- Usabilidad
- Distribución y Comercialización
- Páginas de inicio
- Idiomas
- Análisis discursivo, argumentativo y retórico





www.marcasturísticas.org



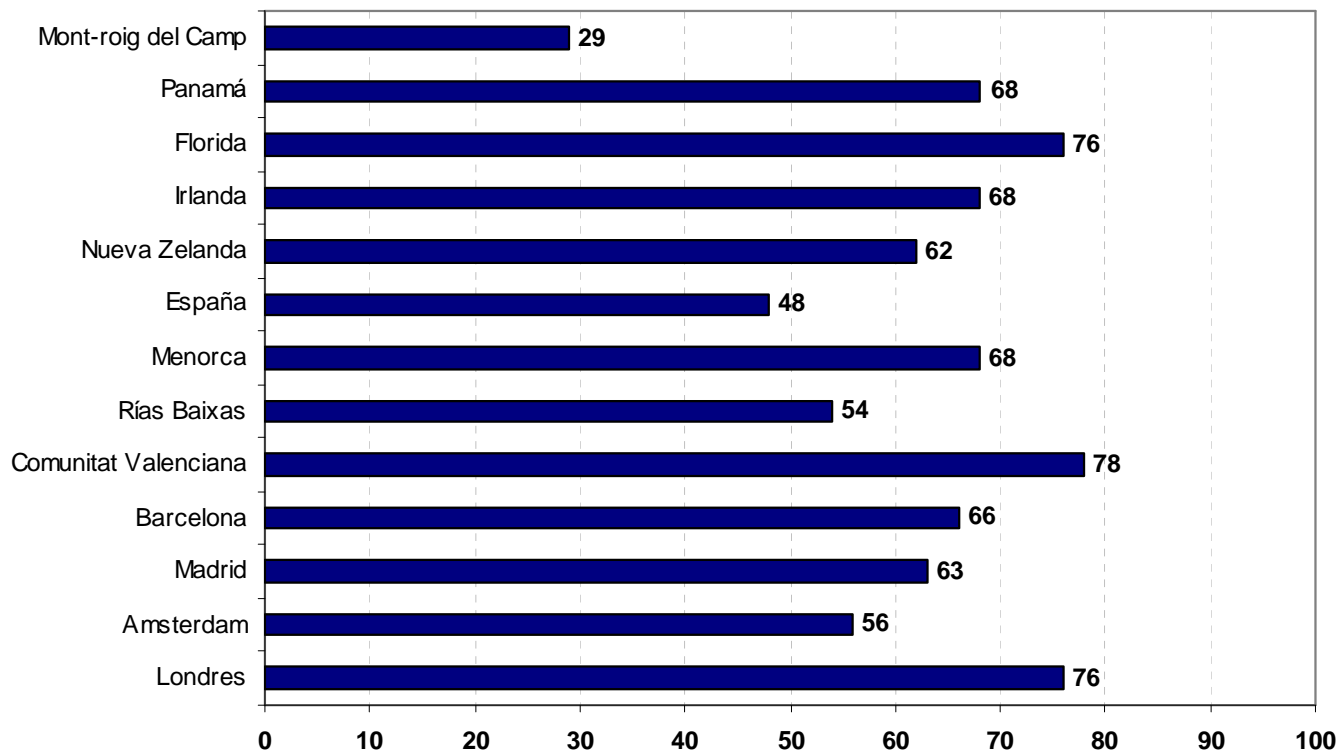
MUESTRA PILOTO

- 13 sitios web oficiales turismo, nacionales e internacionales.
- Distinta tipología territorial.
- New Zealand, Irlanda, Florida, Ámsterdam, Madrid, Barcelona, Comunitat Valenciana.





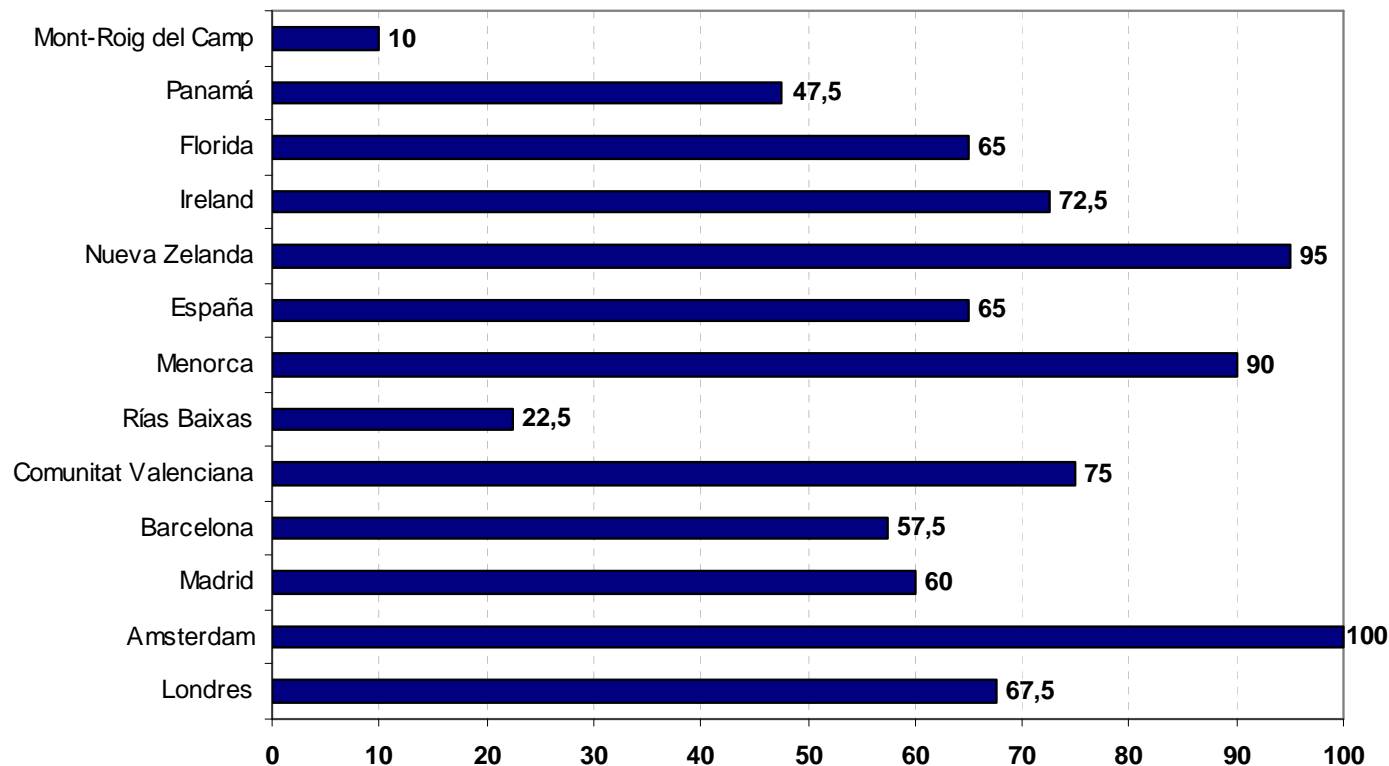
Ranking Calidad de la "Home"



A partir de 16 indicadores (adaptación cultural, selección de idioma, selección de perfil, posibilidad de registro, identificación territorio y emisor, presencia de info como tiempo, noticias, sala de prensa, etc.).



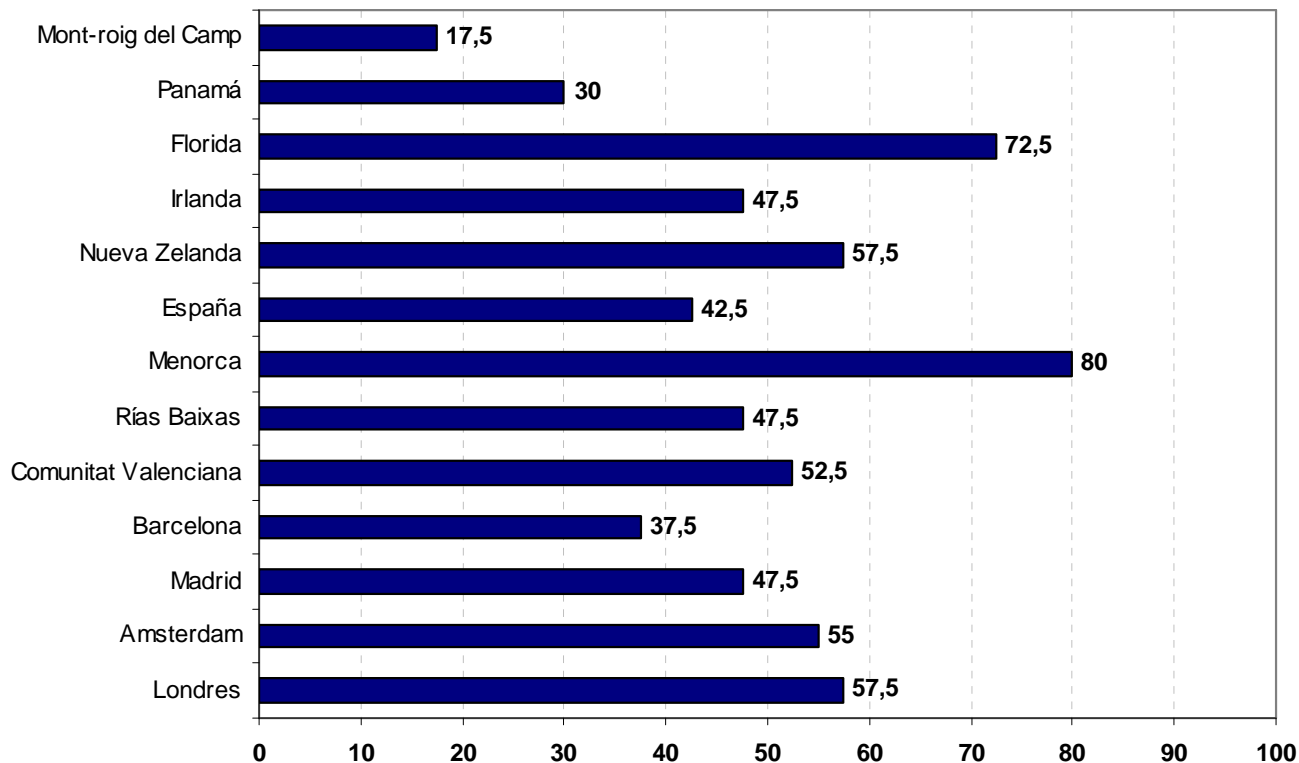
Ranking Tratamiento de la Marca



A partir de 17 indicadores (descripción de la marca, presencia del logotipo, coordinación colores y tipografía, transmisión valores funcionales y emocionales a través de vídeo, foto, texto, etc.).



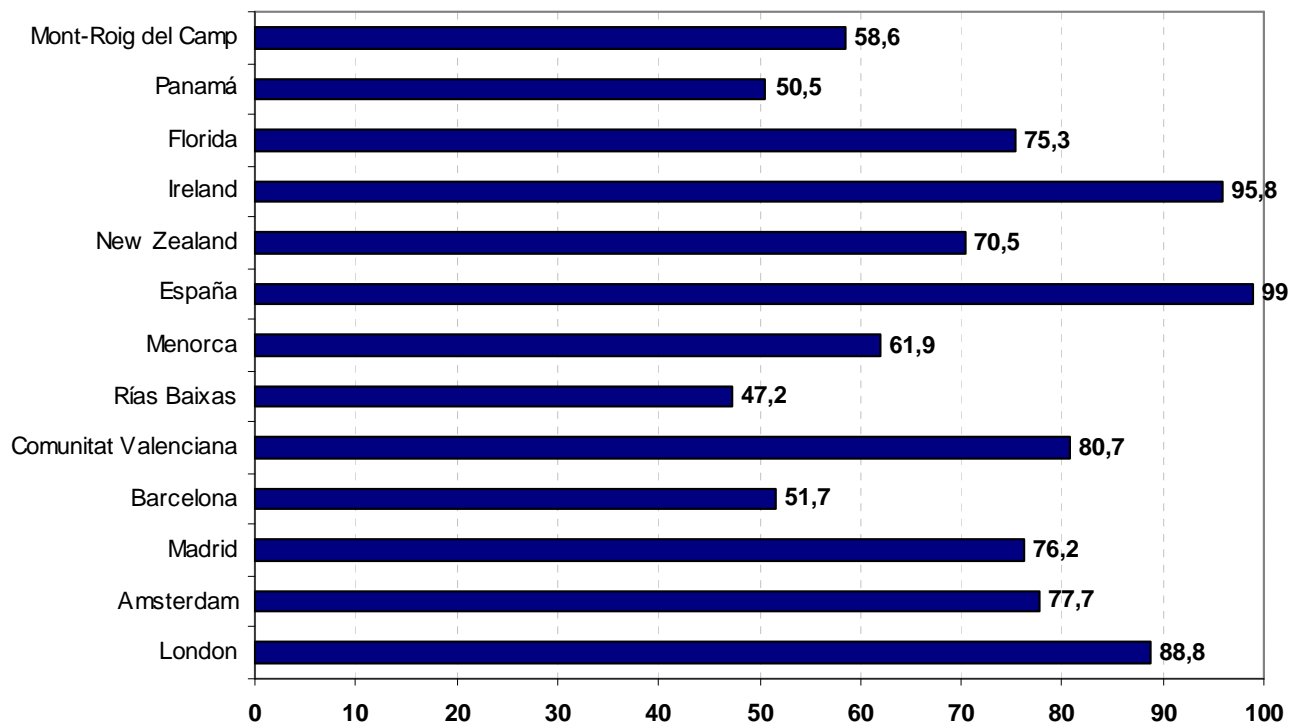
Ranking Grado de Interactividad



A partir de 20 indicadores (estudio de los distintos tipos de interacciones a través de la web: Consumidor-Mensaje, Consumidor-Consumidor, Consumidor-Marketer: existencia comunidad virtual, mapas interactivos, tours virtuales, música online, encuestas, sugerencias, etc.).



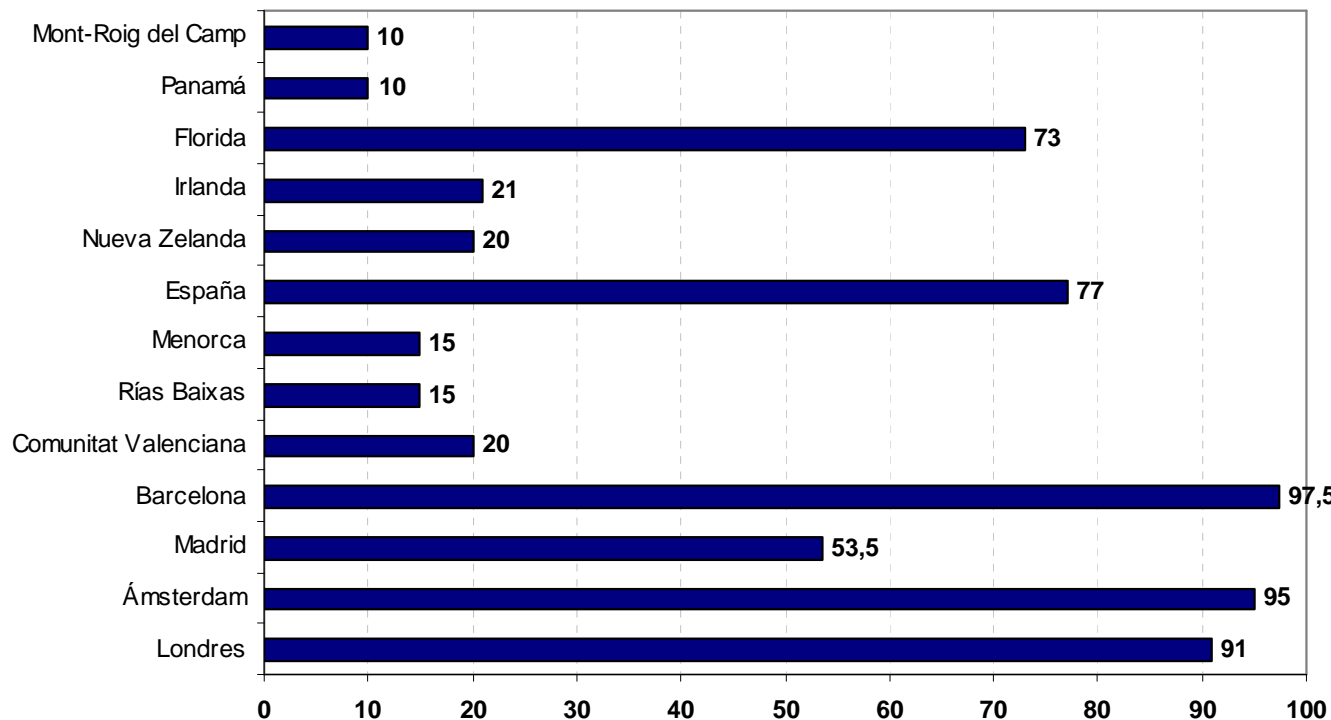
Ranking Idiomas



A partir de estadísticas oficiales de internautas y turistas se elaboran índices de valoración de las webs (en referencia a las versiones en diferentes idiomas).



Ranking Grado de e-commerce



A partir de 16 indicadores se mide la capacidad de distribución a través de la web oficial atendiendo a la información y los sistemas de reserva ofrecidos (principalmente de alojamiento).

Sistema de evaluación de las Webs de destinos

Proyecto Equipo Web Plantilla de análisis Resultados piloto

