

Comunicación online de los destinos turísticos CODETUR

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

Proyecto

Comunicación online de los destinos turísticos.

Desarrollo de un instrumento de evaluación integrada de la eficacia: sitios web, dispositivos móviles y web social.

(CODETUR)

- **FINANCIACIÓN:** Ministerio de Economía y Competitividad
- **PRESUPUESTO:** 61.710 euros
- **COORDINACIÓN:** Universidad Pompeu Fabra
- **DURACIÓN:** 1 enero 2012 – 31 diciembre 2014
- **EQUIPO:** 11 investigadores: UPF, UPO, Uvigo, UOC, US

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros

Proyecto y equipo

EQUIPO INVESTIGADOR

Cristòfol Rovira – UPF

Rafa Pedraza – UPF

Lorena Gómez - UPF

María Isabel Míguez González – UVigo

Pablo Díaz Luque - UPO

Gloria Jiménez - US

Anna Pallerols - UPF

Carlos Scolari - UPF

Víctor Cavaller - UOC

José Fernández Cavia (IP) - UPF

Sara Vinyals - UPF

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros



Objetivos iniciales del proyecto

- Turismo, actividad económica clave en España
- Cambio de modelo de negocio debido a TIC
- Los destinos turísticos españoles deben competir
- Para ello, buena comunicación, y como herramientas clave: portal web, web social, dispositivos móviles

- H1: Bastante retraso; destinos pioneros (internacionales o nacionales), destinos adopción más lenta
- H2: Falta conocimiento algunos gestores comunicación destinos (por formación o por falta de profesionalización)
- Objetivo: analizar, comparar y proponer mejoras

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros

Metodología

Estudio de las estrategias de *branding* de los destinos

Encuesta online

Cuestionario enviado a los responsables de marca y comunicación de los principales destinos españoles (CCAA, provincias, capitales).

Diciembre 2012 - Enero 2013.

56 respuestas. [Informe profesional](#). Artículo en elaboración.

Estudio de casos

Entrevistas en profundidad a 4 tipos de responsables de los 10 destinos: dtres. de marketing, directores de comunicación, responsables portal y responsables web 2.0 y móviles.

Centrado en diez destinos representativos de las diversas tipologías, enfoques y dimensiones de la realidad del sector turístico español: Madrid, Comunidad Valenciana, Barcelona, Andalucía, Sevilla, Santiago de Compostela, Costa Brava, La Rioja, Málaga, Rías Baixas.

Previsto: Enero – Mayo 2013.

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros

Metodología

Estudio de los sitios web de los destinos españoles

Elaboración de una metodología propia

Índice de Calidad Web (ICW). 12 parámetros, 127 indicadores.

[Plantilla de análisis.](#)

Artículo explicando construcción instrumento de medida en [Latina](#).

Artículo explicando funcionamiento del ICW más piloto aprobado en [TMP](#).

Aplicación ICW a los portales turísticos de los destinos españoles

Aplicación del ICW a 87 destinos turísticos (17 CCAA, 51 ciudades españolas, 9 ciudades int., 10 países y regiones int.).

Marzo – Mayo 2013.

Informe profesional: CCAA previsto Diciembre 2013.

Artículo CCAA aprobado en [BiD](#).

Artículo ciudades en elaboración.

Artículo análisis clústers en elaboración.

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros

Metodología

Estudio de las aplicaciones móviles de los destinos

Elaboración de una metodología propia

[Plantilla de análisis.](#)

Análisis piloto en artículo [Comunicación y Sociedad.](#)

Análisis de las aplicaciones móviles de los destinos españoles

Análisis de todas las aplicaciones móviles oficiales o recomendadas por los principales destinos españoles (CCAA, ciudades, provincias). 65 aplicaciones encontradas.

Febrero – Marzo 2013.

[Informe profesional.](#)

Artículo enviado a [JDMM.](#)

Artículo en elaboración.

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros

Metodología

Estudio del uso de las redes sociales por los destinos

Análisis uso Twitter 9 destinos españoles

Febrero – Junio 2013.

Comunicación aceptada en [ENTER 2014](#).

Proyecto

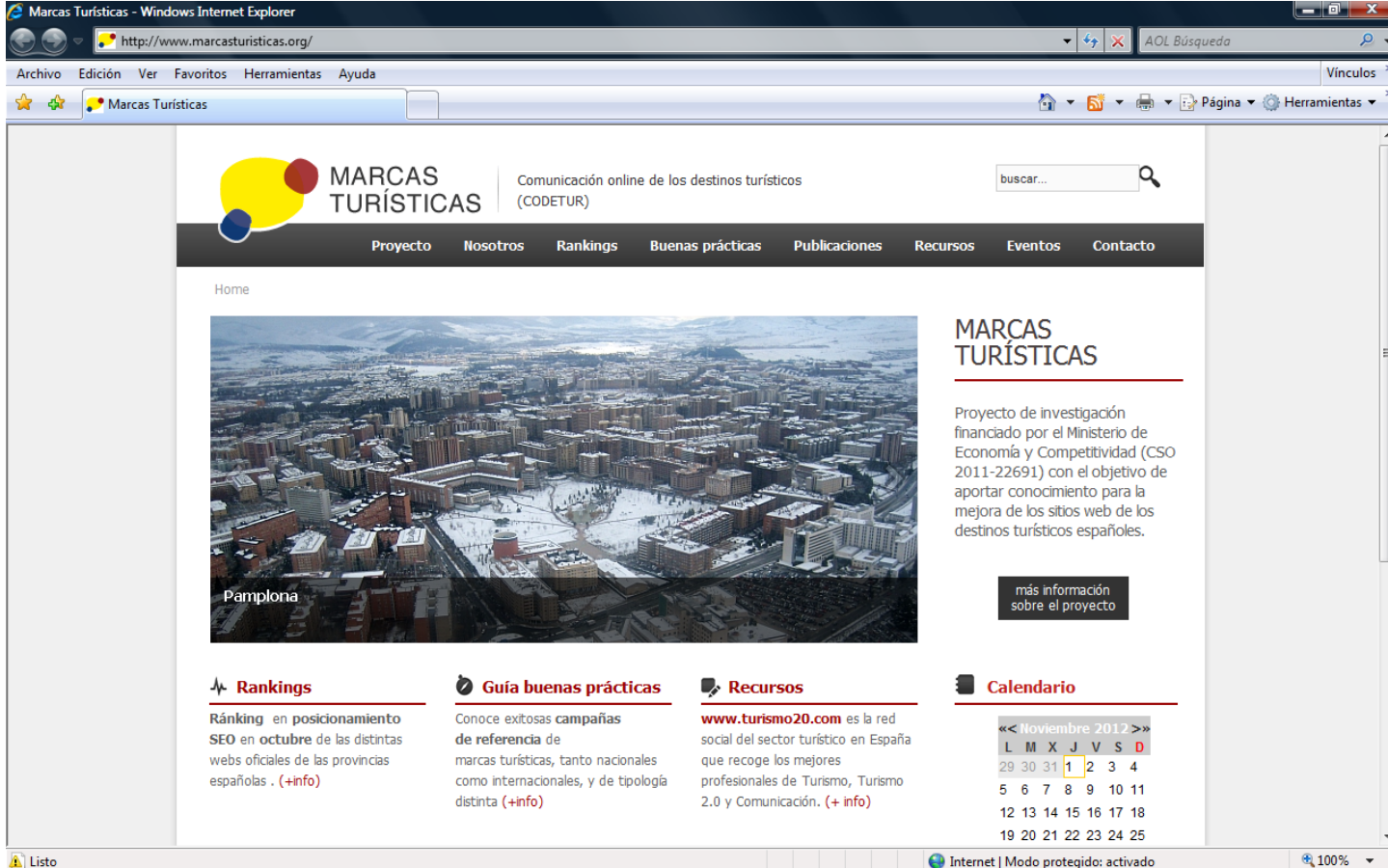
Objetivos

Metodología

Otros

www.marcasturisticas.org

Proyecto
Objetivos
Metodología
Otros



The screenshot shows the website interface with the following elements:

- Header:** MARCAS TURÍSTICAS logo and tagline "Comunicación online de los destinos turísticos (CODETUR)". A search bar is located on the right.
- Navigation Menu:** Projecto, Nosotros, Rankings, Buenas prácticas, Publicaciones, Recursos, Eventos, Contacto.
- Main Content:**
 - A large aerial photograph of Pamplona, Spain, with the caption "Pamplona".
 - Text: "MARCAS TURÍSTICAS" followed by "Proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO 2011-22691) con el objetivo de aportar conocimiento para la mejora de los sitios web de los destinos turísticos españoles."
 - A button: "más información sobre el proyecto".
- Footer/Quick Links:**
 - Rankings:** "Ránking en posicionamiento SEO en octubre de las distintas webs oficiales de las provincias españolas. (+info)"
 - Guía buenas prácticas:** "Conoce exitosas campañas de referencia de marcas turísticas, tanto nacionales como internacionales, y de tipología distinta (+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:** A calendar for November 2012, with the 1st and 2nd highlighted.



Otras actividades

Proyecto

Objetivos

Metodología

Otros

- Colaboración con Applus.
- Presentaciones en DBM IV (Cardiff), SCC del IEC, ECREA Advertising TWG, FEMP Santander.
- Tesis en marcha: oficinas turismo extranjeras en España.
- Tesis en marcha: destinos enológicos.