

Investigación

Se han puntuado con valor nulo “0” aquellos sitios donde no aparece la variable, con un “1” en los que aparece de forma deficiente o con alguna limitación, con un “2” en los que poseen la variable en los términos estudiados y con un “3” en los que las variables presentan los términos deseados y además otras características.

Se ha comprobado la existencia o no de las variables y los resultados han sido detallados en tablas y gráficos.

Hemos comparado los resultados en el apartado análisis de datos y hemos llegado a las siguientes principales conclusiones:

- 1 - La información que se obtiene por parte del usuario es mínima
- 2 - No disponen de una reestructuración de contenido más allá de la traducción
- 3 - En relación a la calidad y cantidad de contenido las tres páginas web analizadas, hay que decir poseen una buena calidad de información, con contenidos actualizados y completos.
- 4 - La cuestión de la usabilidad está bien tratada. Las 3 páginas web analizadas son fáciles de usar, rápidas, agradables y atractivas a los usuarios.
- 5 - Hemos observado que las páginas web analizadas tienen un alto nivel de accesibilidad, con tamaño de fuentes adecuadas y contraste fuente-fondo.
- 6 - El usuario puede siempre visualizar la marca del destino
- 7 - No es posible encontrar alojamiento en la web de Barcelona con 2 o más meses de antelación. Problemas técnicos como estos pueden generar incertidumbre por parte del usuario.
- 8 - Buena posición en los buscadores. Utilizan principales técnicas de SEO.

9 - Las páginas web son más fáciles de usar y bien estructuradas que interactivas.

10 - Existen gran cantidad de estudios que demuestran la importancia de los comentarios y opiniones de usuarios en el proceso de decisiones de los turistas

A pesar de los resultados aquí presentados tienen un valor relativamente bueno, aparecen diversos aspectos a mejorar en todas y cada una de las páginas web

Aportaciones

1 - Indicar al usuario en qué lugar de la página web se encuentra, y permitirle deshacer su navegación.

2 - La adaptación cultural del contenido hace con que las páginas web sean más usables para usuarios de diferentes culturas.

3 - Idiomas: Un aspecto básico en la promoción de destinos turísticos internacionales

4 - Se ha detectado una carencia en todo lo relativo a la interacción con el usuario. implementar los comentarios por parte del usuario, sugerencia de contenidos y planificador de viajes.

5 - La principal contribución de las tecnologías de la Web 2.0 (blogs, redes sociales, etc.) es permitir las aportaciones y experiencias de los usuarios.

Futuras investigaciones

Paa así conocer un punto de vista distinto sobre las páginas web de los destinos, no sólo del emisor de la información, sino del que la recibe.