* 1. 6.11 Presencia en la Web 2.0

Para Huertas (2008) (citado en Huertas y otros, 2010:12):

El concepto de Web 2.0 - también llamada Web social- se caracteriza por la dimensión social y comunicativa aparecida en la web, de la que son buenos ejemplos los blogs, las redes sociales, los foros, los wikis, etc. En esta temática tratamos la presencia o grado de adopción de la Web 2.0, (disposición de blog, cuentas en redes sociales como Flickr, Youtube, LinkedIn, Twitter, etc), la interacción gestores-usuarios-contenidos desde una perspectiva participativa y de socialización, temas como la recomendación, creación, cooperación y personalización por parte del usuario, y el grado de innovación tecnológica del sitio web.

Se puede observar en la tabla y gráfico 6.11 que ninguna de las tres webs analizadas disponen de un sistema de comentarios y votos por parte del usuario.

En la web del Patronat de Turisme de Tarragona algunos contenidos se pueden compartir en Facebook, Twitter, correo electrónico o, también, imprimirlos. Barcelona y Girona no ofrecen esta opción a sus usuarios.

Aparte de la página web <www.barcelonaturisme.com>, el ente promotor de la ciudad también promociona Barcelona a través de la web <visitbarcelona.com> (figura 6.18). En esta web los usuarios pueden compartir experiencias, escribir comentarios y añadir fotos y vídeos (figura 6.19). Las páginas webs de Tarragona y Girona no disponen de tal servicio a los usuarios.

En la página web <visitbarcelona.com> el usuario debe registrarse para poder publicar comentarios, fotos y vídeos. Además, el usuario puede suscribirse al canal RSS para recibir actualizaciones cuando el contenido cambie. En la web de Tarragona el usuario puede registrarse para poder tener acceso a contenidos exclusivos como: guías profesionales, estadística y estudios, imagen corporativa, negocios y congresos y sala de prensa. La página web de Girona no ofrece este servicio, de lo único que dispone es de un simple planificador de viaje al que el usuario puede acceder sin la necesidad de registrarse.

Barcelona Turisme dispone de la web <visitbarcelona.com> donde los usuarios pueden compartir experiencias e informaciones. En esta web, que es considerada el blog corporativo, el usuario dispone de herramientas para compartir la información en las principales redes sociales (figura 6.20).

Los usuarios de la web de Tarragona Turisme pueden compartir algunas informaciones de la web en Facebook o Twitter. Tarragona dispone de un blog corporativo llamado Tarragona Experience, <www.tarragonaturisme.cat/experience>, donde el usuario puede encontrar informaciones sobre el turismo y actividades que se están realizando en la ciudad. Girona Turisme no ofrece ninguno de estos servicios a sus usuarios.

Tarragona y Girona disponen de plataformas de imágenes en servicios externos como Flickr y Instagram (figuras 6.21 y 6.22). Tarragona Turisme tiene 1.499 seguidores y Girona Turisme 1.240.

Los tres entes promotores de turismo de la ciudad disponen también de una plataforma de *microblogging* (Twitter). Los *microblogging* son buenas herramientas para difundir informaciones sobre los destinos. Podemos observar en las figura 6.23 que Barcelona Turisme tiene 3.250 seguidores, Tarragona Turisme 4.509 (figura 6.24) y Girona Turisme 5.244 seguidores (figura 6.25).

Podemos observar en la tabla 6.11 que las tres organizaciones disponen de vídeos en servicios de alojamiento externo, en este caso en Youtube. Los turistas pueden mirar vídeos relacionados con el turismo de las ciudades en <www.youtube.com/user/TurBcn> (Barcelona Turisme), <www.youtube.com/user/TGNturisme> (Tarragona Turisme) y <www.youtube.com/user/gironaturismetv> (Girona Turisme).

Los tres entes promotores de turismo de las ciudades de Barcelona, Tarragona y Girona disponen de una página en la principal red social: Facebook. Podemos observar en la figura 6.26 que a 15.482 personas les gusta la página de Barcelona Turisme en Facebook. A 3.156 personas les gusta la página de Facebook de Tarragona Turisme, como se puede observar en la figura 6.27 y solamente 731 personas les gusta la página de Girona Turisme (figura 6.28). Todos los entes mantienen las páginas actualizadas y con informaciones turísticas sobre las ciudades. Barcelona Turisme también dispone del blog proprio <visitbarcelona.com> (figura 6.18), donde los usuarios pueden cambiar informaciones sobre el destino, añadir fotos y vídeos.

En la red social de recomendaciones externa Tripadvisor podemos encontrar opiniones de las personas que ya han visitado Barcelona, Tarragona y Girona. Se puede encontrar informaciones sobre hoteles, restaurantes, eventos y otras informaciones que los usuarios comparten y comentan en <www.tripadvisor.es/Tourism-g187497-Barcelona\_Catalonia-Vacations> (Barcelona), <www.tripadvisor.es/Tourism-g187503-Tarragona\_Costa\_Dorada\_Province\_of\_Tarragona\_Catalonia-Vacations> (Tarragona) y <www.tripadvisor.es/Tourism-g187499-Girona\_Province\_of\_Girona\_Catalonia-Vacations> (Girona).

Podemos observar en la tabla y gráfico 6.11 que Barcelona Turisme está más presente en la web 2.0 sumando 18 puntos, seguida de Tarragona Turisme con 17 puntos y Girona Turisme con 11 puntos.

1. 7. Entrevistas
   1. 7.1 Entrevista Patronat Municipal de Turisme de Tarragona

La entrevista ha sido enviada por correo electrónico debido a incompatibilidad horaria del entrevistador y de los entrevistados. Se buscaba saber mediante la realización de la entrevista la opinión del entrevistado sobre la presencia de las páginas web en internet, si la información ofrecida es útil y, además, si los entrevistados al planear un viaje buscan informaciones en páginas web de los entes promotores del turismo del destino. También se ha querido conocer si, a la hora de planificar un viaje, los entrevistados valoran de manera positiva las opiniones de turistas que ya hayan visitado el destino.

Las respuestas a las preguntas planteadas al señor Gerard Castells Martí, auxiliar administrativo del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona que nos ha comentado en la pregunta 1 que antes de viajar normalmente busca informaciones sobre el destino en las páginas web oficiales de los entes promotores de la ciudad. Él cree que las webs son una buena herramienta para tener información global de las ciudades o regiones y que ayudan a hacer una idea de los recursos turísticos más importantes.

El señor Castells nos ha contestado la pregunta 2 diciendo que espera encontrar informaciones básicas de la ciudad en las páginas web de los destinos, como un mapa general, gastronomía, eventos entre otras informaciones.

Le hemos preguntado en el punto 3 que, en el caso de que él estuviera planeando un viaje a Tarragona, si encontraría todas las informaciones necesarias en la web de Tarragona Turisme. El señor Castells nos ha contestado afirmando que encontraría la mayoría de las informaciones que necesita porque es una página web que se actualiza constantemente con los principales acontecimientos que se producen en la ciudad.

En el punto 4, el señor Castells ha calificado la web de Tarragona Turisme con un 9 debido a su sencillez y facilidad para encontrar las informaciones turísticas.

Le hemos preguntado en el punto 5 si cree que la navegación es ágil y le hemos pedido que califique la agilidad de navegación de la misma. El entrevistado comenta que la navegación por la web es muy sencilla e instintiva y la ha calificado con un 10.

Para el señor Castells son importantes las opiniones de los turistas que ya han visitado el destino. Él afirma en la respuesta a la pregunta 6 que las experiencias de los usuarios dan una imagen más veraz del destino.

El entrevistado cree muy importante la presencia de las oficinas de turismo en las redes sociales. Podemos observar en el punto 7 que nos comenta que las redes sociales son un buen termómetro para valorar los productos ofertados por los destinos turísticos.

En el último punto le hemos preguntado si propondría algún cambio en la página web de Tarragona Turisme. El señor Castells cree que para él, como trabajador de la oficina de turismo de la ciudad, es muy difícil proponer un cambio. El entrevistado cree que esta pregunta debería ser direccionada a los usuarios finales, o sea, los turistas.

Podemos observar que el señor Gerard Castells cree muy importante la presencia de las páginas webs en Internet y que la información debe ser clara y concisa. El entrevistado piensa que las opiniones de los turistas que ya han visitado el destino son muy importantes a la hora de planearse un viaje. El señor Castells nos ha comentado que antes de viajar busca informaciones en las páginas web de los entes promotores del turismo de las ciudades. Por lo tanto, para el entrevistado, es importante tener una página web con informaciones actualizadas y con una navegación ágil. También afirma que es muy importante la presencia en redes sociales ya que hoy en día todo el mundo menor de 35 años está conectado a las redes sociales e interactúan constantemente.

A continuación se encuentran las respuestas detalladas de las preguntas.

Las entrevistas están corregidas en el otro archivo

1. ¿Al planear un viaje Ud. busca información en las paginas webs de las oficinas de turismo del destino?

Normalmente sí. Las páginas web de turismo de los diferentes destinos turísticos son una buena herramienta para tener una información global de las ciudades o regiones, sirven para hacerte una idea de sus recursos turísticos más importantes y para saber si en las fechas en las cuales se tiene previsto el viaje hay acontecimientos culturales o folklóricos interesantes. La página web oficial juntamente con otras páginas tipo tripadvisor donde también se mezclan experiencias personales de visitantes que ya han estado antes en ese destino sirven para hacer una idea global de la ciudad.

2. ¿Qué informaciones espera encontrar en la pagina web de oficina de turismo del destino?

La información básica de la ciudad, sobretodo, alojamiento, un mapa general, gastronomía típica y acontecimientos culturales y fiestas patronales.

3. Si Ud. estuviera planeando un viaje a Tarragona ¿encontraría todas las informaciones necesarias en la página web de la oficina de turismo?

Encontraría la mayoría de informaciones que necesita. Hay que tener en cuenta que la página web de la oficina de turismo es una herramienta de servicio público con lo cual la información que da tiene que ser neutral y que sea el propio visitante el que escoja el servicio que prefiera. Además la página web de la oficina se actualiza constantemente con los principales acontecimientos que se producen en la ciudad en ese momento.

4. ¿Cree que la página web de la oficina de turismo de Tarragona ofrece informaciones útiles para los turistas? Califique de 0 a 10.

Ofrece toda la información en diferentes idiomas que un turista pueda necesitar para planear su estancia en la ciudad y también información útil una vez el visitante se encuentre ya en la ciudad sobre actividades culturales que suceden en ese mismo momento en la ciudad. Es difícil puntuar una página web ya que la valoración puede variar dependiendo de las expectativas de cada visitante, pero, por su sencillez y facilidad para encontrar los contenidos, le pondría un 9.

5. ¿Cree que la a navegación es ágil? Califique de 0 a 10 la agilidad de la navegación.

La navegación por la página web es muy sencilla y instintiva, que creo deben ser las premisas básicas de cualquier página que ofrezca información sobre un lugar que es una destinación turística, debe ser un primer acercamiento al producto y siempre debe completarse con la información que se ofrece en las oficinas de turismo y la atención presencial que siempre es mucho más personalizada. En cuanto a navegación por estos motivos le daría un 10.

6. ¿Cree importante las opiniones de turistas que ya han visitado el destino? ¿Por qué?

Son básicas, las opiniones expresadas en foros de internet o páginas especializadas, así como las experiencias contadas por conocidos nos harán decidir por un destino determinado o por un hotel. Normalmente la gente con capacidad tecnológica a través de internet, usa la red para informarse sobre hoteles, restaurantes y otras experiencias vividas. Una mala puntuación o valoración en la red descarta destinos o servicios y una buena opinión contrastada con otras opiniones puede decidir a favor de un restaurante o hotel.

Nos fiamos de la gente que antes ha visitado un destino, al fin y al cabo el hotel o restaurante intentará vender su producto lo mejor posible, pero son las experiencias de los usuarios las que te darán una imagen más veraz del destino.

7. ¿Cree importante la presencia de las oficinas de turismo en las redes sociales? ¿Por qué?

Sí. Hoy en día todo el mundo menor de 35 años está conectado a las redes sociales y interactúan constantemente. Por tanto una campaña permanente en las redes sociales permite mantenerte en la mente del consumidor potencial y mantenerlo informado de las ofertas del destino turístico. A la vez sirve para que el turista mantenga en contacto directo con los responsables turísticos de la zona. Es un buen termómetro de la valoración de los productos ofertados.

8. ¿Propondría algún cambio en la página web de la oficina de turismo? ¿Cuál?

Como trabajador de la oficina de turismo es difícil saber la opinión del servicio, creo que esta es una pregunta que se debería hacer directamente los usuarios finales del servicio (turistas) ya que son ellos quienes deben responder si han encontrado lo que buscaban en la página web.

* 1. 7.2 Entrevista Oficina de Turisme de Girona

La señora Marina Bosch, informadora turística de la Oficina de Turisme de Girona, afirma que al planearse un viaje busca informaciones en las páginas webs de los entes promotores del turismo del destino.

La señora Bosch nos contesta la pregunta 2 diciendo que espera encontrar el máximo de informaciones posibles en la web de la oficina de turismo del destino. Para ella es muy importante encontrar informaciones sobre actividades y eventos.

En el punto 3 la entrevistada nos comenta que si estuviera planeando un viaje a Girona encontraría todas las informaciones necesarias en la web de Girona Turisme.

La señora Marina Bosch cree que la página web de Girona Turisme ofrece informaciones útiles para los turistas y, además, una navegación ágil. Los puntos 4 y 5 la entrevistada los ha calificado con un 8.

En el punto 6, la señora Bosch, cree que son importantes las opiniones de los turistas que ya han visitado el destino. Nos ha comentado que si se sabe la opinión de los mismos, el destino puede trabajar para mejorar los aspectos que no están funcionando.

En el punto 7, la entrevistada cree muy importante la presencia de los entes promotores del turismo de la ciudad en las redes sociales, sobre todo para promocionar el destino.

Sra. Marina Bosch nos comenta en el punto 8 que cree que la web de Girona Turisme podría ser más actual y moderna.

También está corregida en el anterior archivo que me enviaste.

A continuación se encuentran las respuestas detalladas de las preguntas.

1. ¿Al planear un viaje Ud. busca información en las páginas webs de las oficinas de turismo del destino?

Sí.

2. ¿Qué informaciones espera encontrar en la página web de oficina de turismo del destino?

El máximo de información, sobretodo actividades y eventos a hacer.

3. Si Ud. estuviera planeando un viaje a Girona ¿encontraría todas las informaciones necesarias en la página web de la oficina de turismo?

Sí.

4. ¿Cree que la página web de la oficina de turismo de Girona ofrece informaciones útiles para los turistas? Califique de 0 a 10.

8

5. ¿Cree que la a navegación es ágil? Califique de 0 a 10 la agilidad de la navegación.

8

6. ¿Cree importante las opiniones de turistas que ya han visitado el destino? ¿Por qué?

Sí para poder mejorar aspectos que no están funcionando.

7. ¿Cree importante la presencia de las oficinas de turismo en las redes sociales? ¿Por qué?

Sí para hacer promoción sobretodo.

8. ¿Propondría algún cambio en la pagina web de la oficina de turismo? ¿Cuál?

Más actual, moderna.