

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA
ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística



**“Propuestas para la promoción turística
de Xeraco mediante las redes sociales.”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autora:

Sara Ferrando Tarrazona

Tutor:

Enrique Sigalat Signes

Cotutor:

Bernat Roig Merino

ÍNDICE

1	Introducción	6
1.1	Justificación del trabajo	7
1.2	Objetivos	7
1.3	Metodología.....	8
2	Marco teórico: Xeraco (Valencia) y su promoción turística <i>online</i> y <i>offline</i>	11
2.1	Características generales.....	11
2.2	Inventario de los recursos de Xeraco.....	13
2.2.1	La playa.....	13
2.2.2	La Iglesia de <i>Nostra Senyora de l'Encarnació</i>	14
2.2.3	La torre de guaita.....	15
2.2.4	Cisterna.....	16
2.2.5	Ermita del <i>Santíssim Crist de L'Agonia</i>	17
2.3	Tipo de turistas	18
2.4	Distintivos de calidad	21
2.5	Más motivos para visitar Xeraco.....	21
3	¿Qué son las redes sociales?	23
3.1	Clasificaciones de redes sociales.....	24
3.2	Tipos de redes sociales.....	25
3.2.1	<i>Facebook</i>	25
3.2.2	<i>Twitter</i>	26
3.2.3	<i>Instagram</i>	26
3.2.4	<i>Flickr</i>	26
3.2.5	<i>YouTube</i>	26
4	Análisis descriptivo de la promoción <i>offline</i> y <i>online</i> de Xeraco.....	28
4.1	Promoción <i>offline</i> de Xeraco.....	28
4.2	La promoción <i>online</i> de Xeraco. Tipos de redes sociales para la promoción. 29	
4.3	Características de las redes sociales utilizadas	29
5	Casos de estudio. Promoción a través de las redes sociales en Cullera y Oliva. .	35
5.1	Cullera	35
5.2	Oliva.....	37
5.3	Análisis de la actividad de los destinos turísticos en las redes sociales	39

6	Propuestas para la mejora de la promoción turística mediante las redes sociales en el municipio de Xeraco.....	41
6.1	¿Porque los ayuntamientos deben estar en las redes sociales?.....	41
6.2	Pasos para mejorar la promoción turística mediante las redes sociales.....	41
6.3	Recomendación de redes sociales para la promoción <i>online</i>	42
6.4	Errores que no se deben cometer la abrir una red social para motivos promocionales.....	42
6.5	Ventajas de la promoción <i>online</i> para la promoción turística de Xeraco.....	43
6.6	Propuestas de mejora de la página web.....	43
7	Conclusiones.....	46
8	Bibliografía.....	48
9	Anexos	50

ÍNDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1	9
Ilustración 2	11
Ilustración 3	12
Ilustración 4	12
Ilustración 5	13
Ilustración 6	15
Ilustración 7	15
Ilustración 8	16
Ilustración 10	17
Ilustración 9	17
Ilustración 11	19
Ilustración 12	20
Ilustración 13	20
Ilustración 14	22
Ilustración 15	22
Ilustración 16	22
Ilustración 17	22
Ilustración 18	23
Ilustración 19	30
Ilustración 20	30
Ilustración 21	31
Ilustración 22	31
Ilustración 23	32
Ilustración 24	32
Ilustración 25	33
Ilustración 26	33
Ilustración 27	34
Ilustración 28	35
Ilustración 29	35
Ilustración 30	36
Ilustración 31	37
Ilustración 32	37
Ilustración 34	38
Ilustración 33	38
Ilustración 35	39
Ilustración 36	40

Resumen

Internet y las redes sociales son una fuente muy importante de información sobre los destinos. El turista antes de decantarse por un destino, busca información por las redes sociales. Estas redes están presentes durante todo el proceso del viaje. Por tanto, lo que vamos a redactar son propuestas para la mejora de la promoción turística del municipio de Xeraco a través de las redes sociales. Primero se realizará un inventario de todos los recursos que existen en el municipio. Después se analizará la promoción online y offline que se está llevando a cabo. Seguidamente, compararemos este destino con otros con mayor recorrido en la promoción online (Cullera y Oliva). Finalmente se detallaran las propuestas de mejora de la promoción y ventajas de esta.

Palabras clave: promoción turística, redes sociales, online, Xeraco

Abstract

Internet and the social networks are a very important source of information on the destinations. Before choose a destination, the tourist's looks for information with the social networks. These networks are present during all the process of the voyage. Therefore, we are going to write proposals to improve the tourist promotion of Xeraco with the social networks. First, we will make an inventory of all resources of Xeraco. Next, we will analyze online and offline promotion of this village. After that, we will compare this destination with others (Cullera and Oliva). Finally, we will describe the proposals for improve the promotion.

Keywords: tourism promotion, social networks, online, Xeraco

1 Introducción

El proyecto de de fin de grado que vamos a desarrollar a continuación se trata de una propuesta de mejora de la promoción turística de Xeraco mediante las redes sociales.

En primer lugar, se realizara un inventario de recursos que posee este municipio. En segundo lugar, se analizara su promoción online y offline. En tercer lugar, se hará una comparación entre dos casos de estudio, Cullera y Oliva. Y finalmente, se analizaran las ventajas que posee este tipo de promoción a través de las redes sociales. Para ello, estudiaremos que son las redes sociales y cuáles son las más indicadas para este municipio en particular.

Según los antropólogos Alfred Radcliffe Brown y John Barnes: «una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común».

Según opina Luis López Cuenca en la entrevista¹ realizada para este trabajo, comunicador y formador en medios sociales y comunicación online en Formación social media,

Con las redes sociales viajamos y en el turismo se viaja y se viven otros contextos. Esto ayuda mucho a visualizar destinos, a compartir destinos, experiencias y sobre todo llegar más lejos. Las redes sociales están en un momento de consolidación, no son el futuro, son el presente o incluso el ayer. El tipo de redes sociales va cambiando pero lo que no cambiará será la forma de comunicarnos, esto se va a mantener y irá creciendo la dimensión.

La promoción turística y las redes sociales son dos conceptos clave para el desarrollo del turismo actual. Ya no se puede hablar de turismo y de redes sociales por separado, dado que las redes sociales están presentes desde el momento de la elección del lugar a visitar, durante el viaje y en la vuelta a casa

La forma de comunicarse está cambiando gracias a las redes sociales digitales, por eso las estrategias de promoción online están aumentando considerablemente. El turismo es uno de los sectores que se ha dado cuenta del potencial que tienen estas redes. Lo que se consigue a través de ellas es contar experiencias y eso es lo que se busca en el turismo.

¹ Entrevista 2: realizada para el trabajo a Luis López Cuenca.

1.1 Justificación del trabajo

Para la realización de este trabajo nos debemos hacer la siguiente pregunta: ¿Por qué debe mejorar la promoción turística de Xeraco a través de las redes sociales?

Este trabajo es importante para sacar propuestas para la mejora de la promoción online. Se dice que si no estás en internet, y en este caso en las redes sociales, no existes. Pero no sirve solo estar. Se debe llevar a cabo una serie de actuaciones pactadas con anterioridad a la creación de estas redes.

Internet uno de los medios de comunicación más utilizados hoy en día por eso, los turistas lo primero que hacen es buscar información por este medio. Ya que dentro de esta red de información se puede buscar cualquier destino del mundo, por muy alejado que esté.

Sus viajes están inspirados en ideas que han visto por internet o por redes sociales. La mayoría de la gente antes de viajar busca e indaga por internet mucha información sobre muchos destinos antes de decantarse por uno en particular. Por tanto, se debe cuidar muchísimo la imagen que se quiere proyectar del destino, ya que será la primera impresión que se llevaran los usuarios.

También se debe tener en cuenta que internet y las redes sociales están presentes, aparte de antes de viajar, también durante el viaje y a la vuelta a casa. Ya que están compartiendo sus experiencias durante todo el viaje.

Por tanto, internet y las redes sociales son determinantes en la elección de los viajeros.

1.2 Objetivos

El objetivo general de este trabajo es:

- Proponer una mejora de la promoción turística mediante las redes sociales en el municipio de Xeraco.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- ❖ Realizar un inventario de los recursos que posee Xeraco.

- ❖ Analizar la promoción online y offline que se está llevando a cabo en la actualidad en Xeraco.
- ❖ Comparar este destino con otros municipios con mayor recorrido en la promoción online. Casos de estudio: Cullera y Oliva.
- ❖ Conocer las ventajas de la promoción on-line para la promoción turística de Xeraco y proponer estrategias de promoción online adecuadas para utilizar las redes sociales con éxito.

1.3 Metodología

El método utilizado para realizar este trabajo es el cualitativo. La investigación cualitativa ²estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes

Otra definición sería, la metodología cualitativa³ se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

Para el avance de este proyecto se ha recogido información básica y necesaria para poder crear las propuestas deseadas. Se ha utilizado una metodología cualitativa basada en la recolección de información. La información principalmente se ha extraído de libros, páginas web, entrevistas y prensa entre otros.

Lo que se plantea para la realización del trabajo es lo siguiente:

1. Entrevistas semi-estructuradas
2. Documentación: para informarnos sobre el tema a desarrollar.

² Autores: Blasco y Pérez (2007:25)

³ Autor: Ray Rist (1977)

Las entrevistas las hemos hecho a las personas más representativas de cada punto importante del trabajo que vamos a desarrollar. (Técnico de turismo del municipio, especialista en redes sociales). Se ha realizado una entrevista semi-estructurada a un especialista en redes sociales llamado Luís López Cuenca y otra al encargado de las redes sociales del Ayuntamiento de Xeraco, Pepe Gea y a la ADL de Xeraco. Para verificar la información obtenida de las entrevistas a los técnicos del ayuntamiento de Xeraco se han estudiado las diferentes redes sociales utilizadas por estos.

La documentación se ha buscado en fuentes especializadas que detallaremos más adelante en la bibliografía. Se ha recopilado información de libros de la biblioteca de la Universidad Politécnica de Valencia, de páginas web especializadas en redes sociales y promoción turística.

En esta ilustración vemos las tres grandes partes del trabajo: Formular el tema, recompilar información y desarrollar las ideas y plasmarlas en el trabajo.

Ilustración 1



Fuente: Elaboración propia

La realización de este trabajo se ha llevado a cabo siguiendo estas fases de recogida de información:

Fases del trabajo
Fase I: Búsqueda de la información relevante sobre el tema a tratar.
Fase II: Selección de la información buscada y rechazo de la información que se sale del tema o que no es relevante.
Fase III: Realización de las entrevistas a las personas que nos aportaran nueva información para el trabajo.
Fase IV: Pasar las entrevistas a Word.
Fase V: Escritura del trabajo.
Fase VI: Revisión del trabajo.
Fase VII: Creación del Power Point.
Fase VIII: Preparación de la exposición.

2 Marco teórico: Xeraco (Valencia) y su promoción turística *online* y *offline*.

A continuación detallaremos las principales características del municipio así como sus atractivos turísticos, solo entonces podremos crear una estrategia de promoción *online* adecuada.

2.1 Características generales

Xeraco es un municipio situado en la provincia de Valencia y forma parte de la comarca de la Safor.

Consta de 20,20 km² de superficie. Tiene una población de 5.443 habitantes y es de los municipios más grandes de la comarca de la Safor. Según el Instituto Valenciano de Estadística es el cuarto municipio más poblado de la comarca después de Gandía, Oliva y Tavernes de la Vallidigna. El acceso al municipio puede realizarse por carretera a través de la nacional N-332 o de la autopista de peaje AP-7.

Ilustración 2



Fuente: Elaboración propia

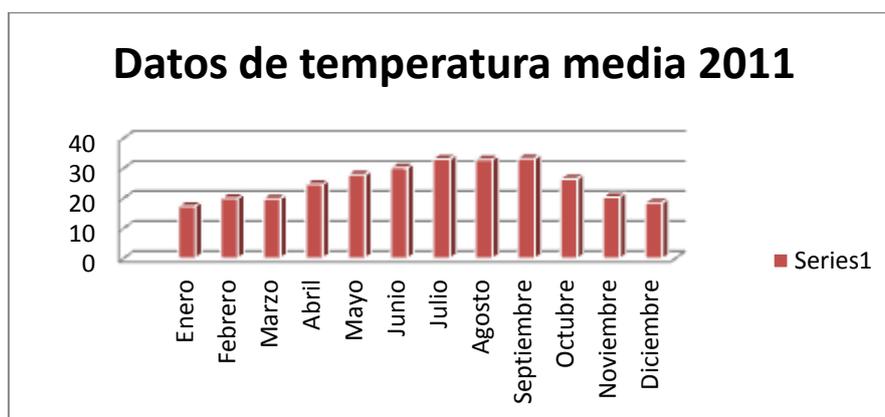
CLIMA

El clima de este municipio es mediterráneo. Se caracteriza por sus inviernos templados y veranos secos y calurosos. En este clima predominan las lluvias estacionales. En verano no suele llover, y el invierno es muy frío, incluso puede llegar a helar.

Las precipitaciones son más abundantes en primavera y otoño coincidiendo con el predominio de los vientos del Oeste. El verano está dominado por el anticiclón de las Azores.

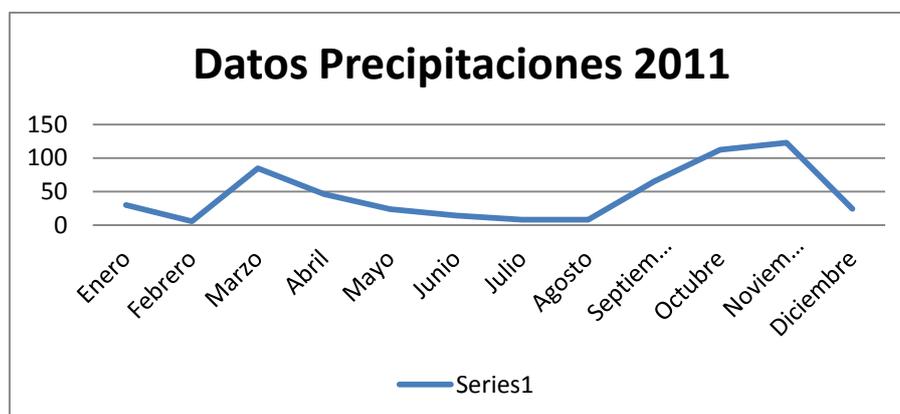
En cuanto a la temperatura del municipio, rondara los 16 grados en invierno, los 20 grados en primavera, los 28 en verano y los 20 en otoño. Como vemos en este grafico, la temperatura alcanzara su punto más alto en los meses de junio, julio y agosto, en cambio, llegara a temperaturas mínimas en diciembre y enero.

Ilustración 3



Fuente: datos recogidos por A. Marti y R. Campos. Gráfico: elaboración propia

Ilustración 4



Fuente: datos recogidos por A. Marti y R. Campos. Gráfico: elaboración propia

En cuanto a las precipitaciones, de forma general, y contando con que el municipio está situado dentro del rango de clima mediterráneo, la precipitación media será de 60 mm. Pero como hemos explicado antes, la mayor parte de lluvia caerá en los meses de primavera y otoño, porque son precipitaciones estacionales. Y el contraste será en

los meses de junio, julio y agosto, que son muy secos y se hacen larguísimos debido a sus golpes de calor que llegan del norte de África.

2.2 Inventario de los recursos de Xeraco.

En primer lugar, definiremos un recurso turístico. Según la profesora de turismo Herminia Marín Castillo es: «todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivos, esencialmente, de ocio⁴».

2.2.1 La playa

El principal atractivo turístico de Xeraco es la playa. Consta de 3 kilómetros de franja de arena y 80 metros de anchura. En la misma arena hay juegos deportivos (vóley, fútbol, etc.). Hay siete quioscos situados al largo de la playa donde la gente puede refrescarse y tomar algo en sus zonas *chill out*.

Ilustración 5



Fuente: elaboración propia

En la entrada principal de la playa, llamada zona Marivent, hay un punto accesible para gente que va con silla de ruedas pueda acceder fácilmente a la playa. Este punto también tiene unos baños adaptados con ducha. En los meses de Junio, Julio, Agosto

⁴ Herminia Marín Castillo, www.um.es

y parte de Septiembre hay monitores que ayudan estas personas a tomar el baño ayudados por sillas de ruedas acuáticas y muletas anfibias.

El centro cultural de la playa se llama Centro Cívico y está situado en la parte sur de la playa. Fue inaugurado en junio de 2010 y dónde se pueden llevar a término todo tipo de actividades culturales, educativas y lúdicas. Allí se hacen todo tipo de exposiciones. Las de pintura, dibujo y fotografía son las que más se repiten. Este centro también se utiliza para competiciones de ajedrez, exhibiciones de danza, talleres de cocina, talleres de doblaje, conferencias, etc. También hay una pequeña biblioteca, una zona *wifi* y un mostrador con un informador cultural.

Posee una rica variedad de recursos como: una zona montañosa donde existen tres senderos en los que existe una zona de recreo donde poder descansar a la sombra, refrescarse en la fuente y ver las vistas. Durante los meses de temporada alta se realizan dos rutas cada semana alternando la playa y la montaña. Dependiendo del tipo de turista la ruta se adecua.

La playa es el recurso estrella de Xeraco. Pero también posee otros sitios de interés para visitar y conocer más la cultura y la historia de Xeraco. Los recursos turísticos más relevantes de Xeraco son: la Iglesia de *Nostra Senyora de l'Encarnació*, la torre de *Guaita*, la Cisterna y la ermita del *Santíssim Crist de l'Agonia*.

2.2.2 La Iglesia de *Nostra Senyora de l'Encarnació*

Esta Iglesia está localizada en la plaza de la Iglesia situada en el centro de histórico de Xeraco.

- ⊕ **Situación:** Calle Gandía, 2
- ⊕ **Tipo de acceso y señalización:** Acceso a parroquia por la única puerta que existe en la calle Gandía. No existe ningún tipo de señalización para llegar a esta Iglesia.

Características del recurso:

- Su estilo es neoclásico y la fachada es de estilo modernista.
- Tiene dos campanarios. Uno de ellos antes fue una mezquita.
- Data del año 1701. Durante los tres siguientes siglos tuvo varias ampliaciones.
- Sigue el esquema arquitectónico de las iglesias valencianas.

- Posee una sola planta con una nave. Esta nave está cubierta de una bóveda de cañón con arcos de medio punto.
 - Hay catorce capillas en total, siete a cada lado de la nave. Cada una está dedicada a un santo y se comunican por pasillos.
 - El presbiterio tiene una cabecera recta y esta posee dos pinturas.
- ❖ **Horario:** Para la Iglesia el horario disponible es el que coincide con el de culto
 - ❖ **Actividades Incompatibles:** Las actividades incompatibles en la estructura parroquial son todas aquellas que puedan impedir el desarrollo habitual de su uso.

Ilustración 6



Fuente: elaboración propia

Ilustración 7



Fuente: elaboración propia

2.2.3 La torre de guaita

Esta torre está localizada entre la playa y el pueblo de Xeraco.

- ⊕ **Situación:** Camino de les Comes
- ⊕ **Tipo de acceso y señalización:** Acceso a la torre de guaita es por su única puerta. Esta puerta se encuentra siempre abierta. No existe ningún tipo de señalización para llegar a esta torre.

Características del recurso:

- La torre Guaita, también llamada Torre de “la Serp de la Venta”.
- Está situada a dos kilómetros de Xeraco, entre el pueblo y la playa. Junto a ella está la desembocadura del río Vaca y a la carretera Nazaret-Oliva.

- Fue construida en el siglo XVI. Su función era controlar la zona costera desde Tavernes de la Valldigna hasta la playa de Gandía.
- La estructura de la torre es cilíndrica. Mide 7,40 metros de altura. Anteriormente poseía 3 plantas. Como hemos dicho solo tiene una puerta de acceso, esta puesta es de arco de medio punto y mide 1,8 metros de altura. En lo que sería la primera planta, aun se conserva una ventana. Ya no posee techo.
- Fue reconstruido en los años 80 por los vecinos de Xeraco, por eso aun se mantiene en buen estado.
- ❖ **Horario:** No existe ningún tipo de horario. Se puede visitar todos los días a todas horas, puesto que la puerta siempre se encuentra abierta.
- ❖ **Actividades Incompatibles:** Las actividades incompatibles en este recurso son todas aquellas que puedan dañarlo.

Ilustración 8



Fuente: www.castilloscomunidadvalenciana.com

2.2.4 Cisterna

Esta cisterna está localizada entre el pueblo de Xeraco.

- ⊕ **Situación:** Entre la calle Cervantes y la calle Pintor Sorolla.
- ⊕ **Tipo de acceso y señalización:** Acceso a cisterna es por su única puerta. No existe ningún tipo de señalización para llegar a la cisterna.

Características del recurso:

- Se trata de una construcción subterránea.
- Está hecha de piedra.
- Su función era recoger y almacenar agua de las corrientes subterráneas.

- En el año 1885 empezó la construcción de la Cisterna por parte de los vecinos de Xeraco.
 - Después de la instalación de agua potable se decidió cerrar.
 - Se ha utilizado como museo local, pero debido a la humedad que existe en este lugar, se dejó de utilizar para tal fin.
 - Alrededor de esta Cisterna hay un pequeño jardín con bancos públicos.
- ❖ **Horario:** Actualmente se encuentra cerrada al público.
 - ❖ **Actividades Incompatibles:** Las actividades incompatibles en este recurso son todas aquellas que puedan dañarlo.

Ilustración 10



Fuente: www.xeraco.eu

Ilustración 9



Fuente: xeracoterra.com

2.2.5 Ermita del Santíssim Crist de L'Agonia

Esta ermita está localizada entre el pueblo de Xeraco.

- ⊕ **Situación:**
- ⊕ **Tipo de acceso y señalización:** Acceso a la ermita es por su única puerta. No existe ningún tipo de señalización para llegar a la ermita.

Características del recurso:

- Su construcción terminó en mayo del 1883.
- Su puerta está pintada de blanco y ocre.

- Planta rectangular, tejado de dos aguas y la nave es de reducidas dimensiones.
- Su única puerta da al este y posee una única ventana.
- El altar se levanta sobre la grada.
- En la grada esta la talla del Cristo de la Agonía, patrón de Xeraco.
- Es un monumento de interés histórico-artístico.
- Actualmente se están recaudando fondos para rehabilitarla.

❖ **Actividades Incompatibles:** Las actividades incompatibles en este recurso son todas aquellas que puedan dañarlo

Ilustración 11



Fuente: ermitascomunidadvalenciana.com

Ilustración 12



Fuente: ermitascomunidadvalenciana.com

2.3 Tipo de turistas

El principal segmento de clientes que visita esta población son familias con niños. Esta playa tiene muy poca profundidad durante varios metros, por esta razón es elegida por muchas familias con niños pequeños.

Las temporadas son las siguientes:

- ❖ Temporada alta: del 1 de julio al 30 de agosto
- ❖ Temporada media: del 15 al 30 de junio y del 1 al 15 de septiembre.
- ❖ Temporada baja: el resto del año.

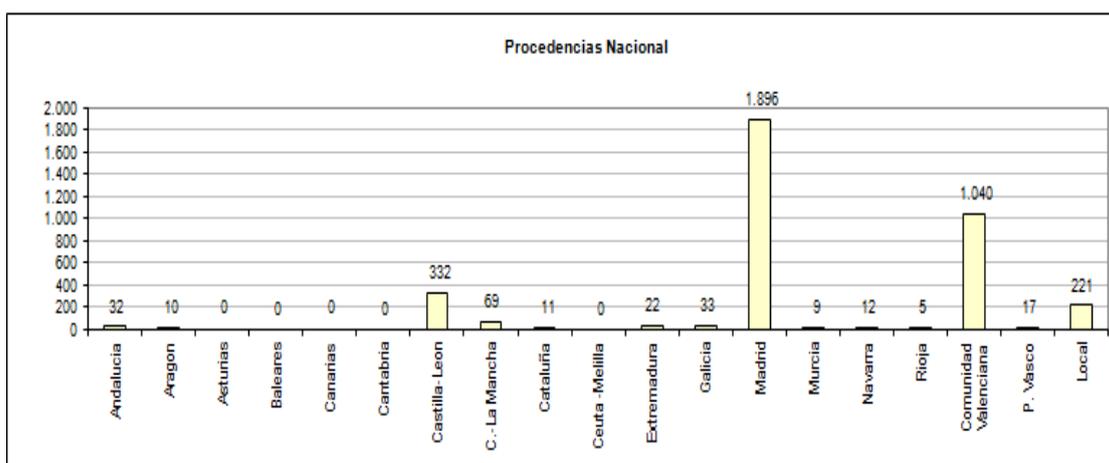
Según las encuestas realizadas por el ayuntamiento de Xeraco en su oficina de turismo. El clima, la playa y la tranquilidad fueron las principales motivaciones para que fuera su destino turístico.

La mayoría de turistas que visitan la playa de Xeraco poseen una vivienda propia o de alquiler. Solo en fin de semana es cuando hay un mayor aumento en lo que respecta a los turistas que no pernoctan. La procedencia de los turistas nacionales mayoritariamente es de Madrid, seguido de la Comunidad Valenciana y Castilla León. Mientras que los turistas internacionales son franceses, ingleses y estos últimos años están llegando turistas rusos.

Nos han proporcionado los siguientes gráficos, realizados en la Oficina de Turismo de Xeraco. Estos concretamente son los datos del julio del 2013.

El primer grafico es de procedencias nacionales. 1896 personas llegadas de Madrid, 1040 de la Comunidad Valenciana, 322 de Castilla León, 221 locales, 65 de Castilla la Mancha, 33 de Galicia, 32 de Andalucía, 22 de Extremadura, 17 del Pais Vasco, 12 de Navarra, 11 Cataluña, 10 Aragón, 9 de Murcia, 5 de la Rioja y 0 de Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Ceuta y Melilla.

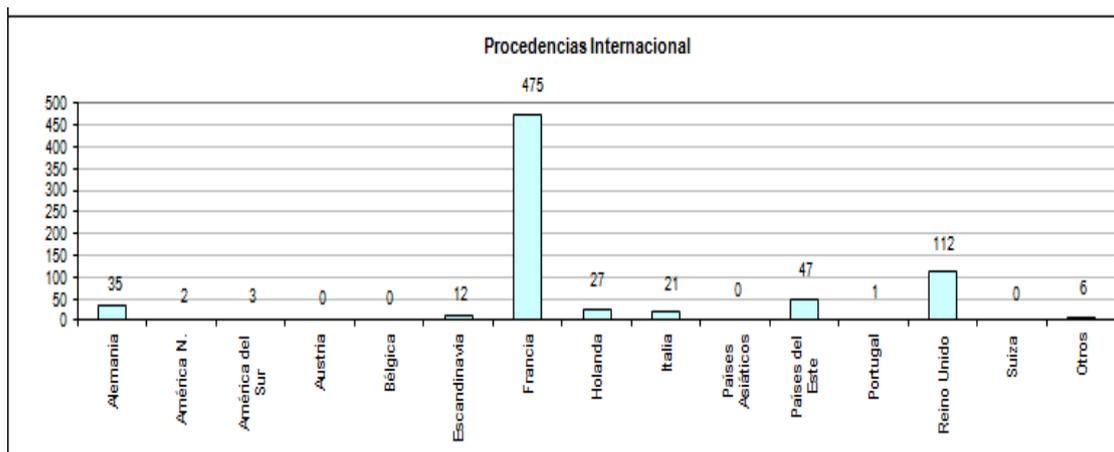
Ilustración 11



Fuente: Oficina de Turismo de Xeraco

Referente a la procedencia internacional, a través de este grafico vemos las nacionalidades que más visitan Xeraco. En primer lugar, se diferencia de una forma bastante importante los turistas franceses, que solo en julio del 2013 son 475. Seguido de 112 de Reino Unido, 47 de países del Este, 32 de Alemania, 27 de Holanda, 21 de Italia, 12 de países Escandinavos, 3 de América del Sur, 2 de América del Norte, 1 de Portugal, 0 de Austria, Bélgica, países Asiáticos y Suiza.

Ilustración 12



Fuente: Oficina de Turismo de Xeraco

El siguiente grafico muestra el tipo de demandas de los turistas. La información más demandada es la información local, suele estar referido a la programación mensual de actividades de Xeraco. Le sigue muy de cerca transportes y ocio.

Ilustración 13



Fuente: Oficina de Turismo de Xeraco

Se debe tener en cuenta que estos datos son orientativos para saber el tipo de turista que visita Xeraco, ya que no todos los turistas pasan por la Oficina de Turismo.

2.4 Distintivos de calidad

Este municipio ostenta varios distintivos de calidad como la Bandera Azul Europea, que la recibe todos los años desde el 1988. Además, dispone del certificado en gestión medioambiental (norma ISO 14001), la Q de Calidad Turística, otorgada por el ICTE y el distintivo Qualitur, de la Conselleria de Turismo. Y además, se les ha otorgado la distinción temática en ruptura de barreras arquitectónicas y atención a personas con discapacidad.



2.5 Más motivos para visitar Xeraco.

Las fiestas y la gastronomía son otro reclamo muy importante para el municipio de Xeraco.

Las fiestas del pueblo son del 2 al 7 de agosto. Se crean peñas de jóvenes y estos organizan las actividades que se harán durante esa semana con la colaboración de la gente del pueblo.

2 de Agosto: Inicio de fiestas. Presentación y coronación de la reina y corte de honor de ese año.

3 de Agosto: San Cristóbal.

4 de Agosto: San Isidro.

5 de Agosto: Nuestra Señora de la Encarnación.

6 de Agosto: Santísimo Cristo de l' Agonía.

7 de Agosto: Fin de fiestas.

Durante estos días se realizan muchas actividades para niños, jóvenes, adultos y mayores. Como: noche de paellas, concurso de charangas, discomóviles, orquestas, parque infantil de agua, *mascletaes*, pasacalles, partida de pilota valenciana, cabalgata de disfraces, *cordà*, castillos de fuegos, paella gigante, fiesta de la espuma, etc. Esta semana debido a la cantidad de actividades que se realizan en el municipio, llegan muchísimas personas de poblaciones cercanas.

Ilustración 15



Fuente: minube.com

Ilustración 14



Fuente: Xeraco.eu

Ilustración 17



Fuente: Xeracoterra.com

Ilustración 16



Fuente: facebook.com/ajuntament-d-xeraco

La gastronomía también es uno de los puntos fuertes de Xeraco. Existen variedad de tipos de arroces, como el arroz a banda, arroz al horno y la paella. Las ensaladas hechas con los productos del huerto. Los pimientos rellenos y dulces típicos. En el mes de agosto se celebra todos los años la “Mostra del Sucre” donde asociaciones locales hacen dulces típicos.

3 ¿Qué son las redes sociales?

Según la Real Academia Española, red significa conjunto de personas relacionadas para una determinada actividad. Y social, perteneciente o relativo a la sociedad.

El concepto redes sociales fue definido por John Barnes, este antropólogo dijo que era “un conjunto de puntos algunos de los cuales están unidos por líneas. Los puntos de la imagen son personales, y las líneas indican que individuos interactúan mutuamente” (Barnes, 1954).

«Una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos». (Christakis y Fowler, 2010: 27)

Ilustración 18



Fuente: elpunterodigital.blogspot.com

Hoy en día existen infinidad de definiciones de las redes sociales. Aún así, gran parte de expertos coinciden en son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

Luis López Cuenca nos definió en la entrevista⁵ realizada las redes sociales como las redes sociales son simplemente esas uniones o conexiones que unen a personas que tienen algo en común, puede ser algo dado como la familia que no la puedes elegir o

⁵ Entrevista 2 realizada para este trabajo a Luís López Cuenca, experto en redes sociales.

simplemente buscado por un *hobby*". También nos explicó que las redes sociales siempre han existido y "que ahora a todo se le llama redes sociales lo que queremos realmente identificar como redes sociales online o redes sociales digitales".

Por eso han ido apareciendo diferentes tipos de redes sociales, según su objetivo común.

Para entender que son las redes sociales nos referiremos al artículo realizado en 2007 por Danah Boyd y Nicole Ellison, llamado *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*.

Las redes sociales son servicios con sede en la red que permiten a los individuos: 1) construir un perfil público o semipúblico dentro un sistema delimitado o cerrado, 2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten relaciones, 3) ver y recorrer esa lista de relaciones que las personas relacionadas tienen con otras dentro del sistema.

3.1 Clasificaciones de redes sociales

Dentro de las redes sociales hay diferentes tipos de clasificaciones, esta es una de ellas. Dividirlas en horizontales y verticales.

- **Horizontales:** esta clase de red social no tiene un público determinado ni un interés común. Es decir, permite la participación de todo el mundo y los intereses y motivaciones son heterogéneas.
Ejemplos: *Facebook, Twitter* y *Google +* son las más populares.
- **Verticales:** esta clase de redes sociales si que tienen un público con un interés común, es decir son redes sociales especializadas. Dentro de esta clase de red existen diferentes vertientes:
 - Verticales de ocio: los usuarios comparten sus mismos *hobbies*
 - Verticales mixtas: los usuarios comparten actividades personales y profesionales.

- Profesionales: los usuarios comparten sus perfiles profesionales.

Otra forma de clasificar las redes sociales es en globales, profesionales, personales y privadas. Las características de cada tipo son las siguientes:

- **Globales:** dentro da cabida a todo tipo de personas que tienen la intención de socializarse.
- **Profesionales:** este tipo de redes se usa para fines profesionales como por ejemplo encontrar un empleo.
- **Privadas:** para formar parte de estas redes se debe de ser miembro de un grupo u organización.
- **Personales:** en estas redes tiene cabida todo tipo de temática y esta se ve definida por cada usuario.

3.2 Tipos de redes sociales

Entre todas las redes sociales que existen hoy en día, se han elegido las siguientes por sus características idóneas para la promoción de destinos.

3.2.1 Facebook



Fue creado por Mark Zuckerberg en la Universidad de Harvard. El objetivo inicial de esta red social era mantener el contacto con los compañeros de facultad. Ahora se ha expandido su uso ya que es la mayor red social con más de 115 millones de usuarios⁶.

⁶ Según Comscore, una compañía de investigación de marketing en Internet que proporciona datos.

3.2.2 Twitter



Es un servicio de *microblogging*, con sede en San Francisco, California, con filiales en San Antonio (Texas) y Boston (Massachusetts) en Estados Unidos.

Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de 500 millones de usuarios, generando 65 millones de *tweet* al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias. Ha sido apodado como el "SMS de Internet".⁷

3.2.3 Instagram



Se definen a sí mismos como: Instagram es una forma rápida, genial y divertida de compartir tu vida con amigos y familiares. Haz una foto o un vídeo, elige un filtro para transformar su aspecto y, a continuación, publícalo en *Instagram*. Es así de fácil. Incluso puedes compartirlo en *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* y otros sitios. Es una nueva manera de ver el mundo.⁸

3.2.4 Flickr



Flickr es un sitio para publicar videos e imágenes creadas en el año 2004 y que al año siguiente fue adquirido por *Yahoo!* En *Flickr* se han publicado más de 6 billones de imágenes y puede ser considerado como uno de los primeros sitios para compartir fotos que incorporó desde sus primeros años herramientas sociales que hoy son típicas en otras redes similares.⁹

3.2.5 YouTube



YouTube es un sitio web de vídeos fundado en febrero de 2005 que permite que miles de millones de usuarios encuentren, vean y compartan vídeos originales. *YouTube* ofrece un foro para

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

⁸ <http://instagram.com>

⁹ <http://redessociales.about.com>

comunicarse con los usuarios de todo el mundo, para informarles y para inspirarlos y sirve como plataforma de difusión para creadores de contenido original y anunciantes de cualquier tamaño.¹⁰

¹⁰ <https://www.youtube.com/yt/about/es/>

4 Análisis descriptivo de la promoción *offline* y *online* de Xeraco

Se ha realizado un diagnóstico de la promoción de Xeraco. Hemos hecho una entrevista¹¹ a la ADL de Xeraco, María José Planes que es la persona que se encarga de la recopilación de la información necesaria para pasar todos los controles de calidad de la playa y al encargado de prensa y redes sociales, Pepe Gea. Con estas dos entrevistas hemos recopilado la siguiente información. Lo primero que vamos a diferenciar es su promoción *offline* y *online*.

4.1 Promoción *offline* de Xeraco

El ayuntamiento de Xeraco promociona su turismo mostrándose en ferias de turismo. Todos los años van a la Feria de Turismo de Madrid llamada Fitur. Allí asisten el alcalde, la regidora de turismo y una azafata contratada para ofrecer información del municipio. Para ello llevan folletos, posters, postales y bolsas dependiendo del presupuesto.

A la feria de turismo de Bilbao actualmente no asisten representantes de Xeraco, sino que dan los folletos e información pertinente a Diputación de Valencia. En cuanto a la Feria de Turismo de Valencia, la ADL de Xeraco nos ha dicho que se están centrando más en la promoción del turismo de interior y que la costa ya no la promociona.

Un lugar básico del que tenemos que hablar si citamos la promoción *offline* es la Oficina de turismo de Xeraco. Esta oficina está situada en la playa de Xeraco en la calle Migjorn s/n. Su horario de verano y semana santa es de lunes a sábado abierto mañanas y tardes. El resto del tiempo permanece cerrado. Allí se atienden las cuestiones de los turistas y se les ofrece todo tipo de información turística. Según las demandas de los turistas se les entregan los folletos necesarios para atender a sus dudas.

¹¹ Entrevista 1, realizada para este trabajo, al encargado de las redes sociales del Ayuntamiento de Xeraco y a la ADL de Xeraco.

4.2 La promoción *online* de Xeraco. Tipos de redes sociales para la promoción.

Por lo que se refiere a la promoción online, nos han explicado que existen varios canales. El encargado de prensa nos ha contado que empezaron a utilizarse en mayo del 2010.

La red social que más se usa es *Facebook*. En un segundo lugar se quedaría el *Youtube* y en tercero el *Twitter*. Nos explicaron que solían utilizar *Flickr* y *Tuenti*, pero hace un año que no se actualizan. *Flickr* la dejaron de utilizar porque hubo un cambio en la alcaldía de Xeraco y la nueva alcaldía no siguió con esta red social para la promoción online.

Respecto a la elección de estas redes sociales, nos comentan que fue porque eran las que conocían y les que creían que más utilizaba la gente. No se hizo un estudio para saber qué redes sociales les convenía según el tipo de turista que quieren que visitara Xeraco.

En cuanto al recuento de visitantes, no se hace caso del número de visitantes ni de su procedencia en las diferentes redes sociales aunque nos comentan que saben de la existencia de las estadísticas que ofertan las mismas redes.

Las publicaciones que aportan en las redes sociales son únicamente informativas, no se insta a participar a los seguidores de la página. Creen que es mejor no hacer que las redes sean participativas ya que ha habido algún caso de comentarios ofensivos hacia la institución.

Se actualiza con bastante frecuencia pero intentando no saturar a los usuarios, esperando unas horas entre publicación y publicación.

4.3 Características de las redes sociales utilizadas

Después de hacer un seguimiento y estudio a las redes sociales utilizadas por el Ayuntamiento de Xeraco, hemos extraído la siguiente información de cada una:

Facebook

Il·lustració 19



Fuente: www.facebook.com/pages/Ajuntament-de-Xeraco/

Como nos comentaban en la entrevista, es la red social más utilizada de todas las que usan. Existe una página y un perfil vinculado al Ayuntamiento de Xeraco.

La primera es una página de seguidores llamada "Ajuntament de Xeraco". Su fecha de registro es el 8 de junio del 2010. A fecha de 6 de junio del 2014 poseen 980 seguidores. La información está únicamente en valenciano. Se actualiza una media de dos a tres veces al día.

La mayoría de *post* están dirigidos a la gente local ya que tratan temas de fomento de empleo, becas y demás. También se promocionan las actividades recreativas que se realizan durante todo el año. A continuación, vamos a ver un ejemplo de ello:

Il·lustració 20



Fuente: www.facebook.com/pages/Ajuntament-de-Xeraco

La segunda es el perfil de Facebook que se llama "Touristinfo Xeraco Xeraco". En este caso no utilizan página de me gusta. Esta página la lleva la persona que trabaja en la Oficina de Turismo de Xeraco. Allí, la mayoría de las veces se comparte información

de la página de *Facebook* “Ayuntamiento de Xeraco”. Así como información de otras localidades turísticas.

Ilustración 21



Fuente: www.facebook.com/touristinfo.xeraco.xeraco?fref=ts

Twitter

Ilustración 22

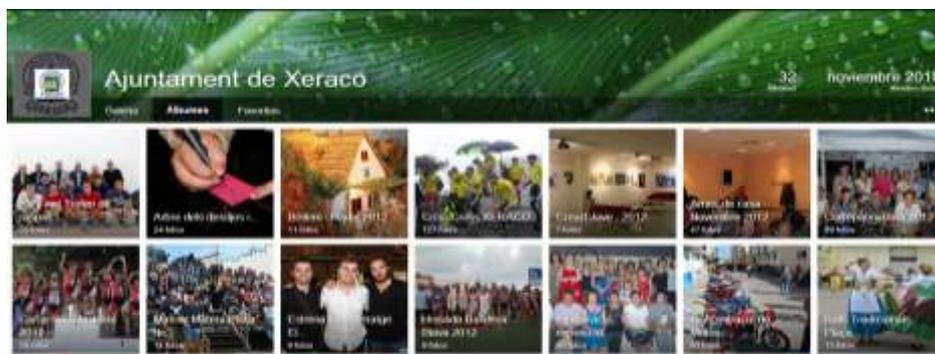


Fuente: <https://twitter.com/XeracoAjuntamen>

Poseen una cuenta de *Twitter* llamada “Ajuntament de Xeraco”. Su fecha de registro es de junio del 2010. A fecha de 6 de junio del 2014 poseen 489 *followers*. La información está únicamente en valenciano. Se actualiza igual que facebook, porque estas dos redes sociales están enlazadas. Todo lo que publican en *Facebook* automáticamente se actualiza en el *Twitter*.

Flickr

Ilustración 23



Fuente: <https://www.flickr.com/photos/ajuntamentxeraco/sets/>

La cuenta de *Flickr* fue creada en noviembre del 2010. Allí tienen una veintena de álbumes. Cada álbum muestra la actividad recreativa de ese día. Por ejemplo: bailes tradicionales, concentraciones de motos, actividades deportivas como el ciclismo, etc.

Desde diciembre del 2012 que no se ha vuelto a actualizar esta red social. Como nos contó en la entrevista, fue por cambios de gobierno local. El antiguo gobierno fue quien lo mandó utilizar, en cambio el gobierno actual no ha precisado de esta red social de momento.

Tuenti

Ilustración 24



Fuente: <http://www.tuenti.com/ajuntamentdexeraco>

Este perfil fue creado el 20 de septiembre del 2010. Tiene 118 amigos. Se utilizaba como Facebook, para informar a los ciudadanos de las actividades y de la información relevante referente a la localidad. La siguiente ilustración nos muestra el último *post* publicado y como vemos, esta red social no se actualiza desde el 18 de julio del 2013.

Ilustración 25



Fuente: <http://www.tuenti.com/ajuntamentdexeraco>

Página web turística

Ilustración 26



Fuente: <http://www.xeraco.eu>

Ahora vamos a describir la página web turística de Xeraco. Pagina web turística como tal no existe, lo que existe es un apartado dentro de la página del Ayuntamiento de Xeraco llamado “Xeraco Turístico”. Al entrar en esta página da la opción de elegir idioma valenciano o castellano.

La página no ha sido actualizada desde hace mucho tiempo. Las fotografías son de hace años y a primera vista predomina el texto sobre las imágenes. Dentro del apartado de turismo, existen subapartados: playa, montaña, marjal, rio y gastronomía.

En cada subapartado hay una pequeña descripción y unas pocas fotografías. En los subapartados de montaña y río, han incluido un PDF de rutas. El título de los subapartados aparece en castellano, pero en cambio las descripciones están en valenciano. Hace poco introdujeron la carta de servicios de la playa de Xeraco y la política de calidad y medio ambiente.

Ilustración 27



Fuente: <http://www.xeraco.eu>

Después de ver las características de la promoción *online* y *offline* del municipio de Xeraco, podemos decir que tiene algunos fallos respecto a la utilización de las redes sociales. Para hacer una correcta utilización de estos medios, más adelante, en este trabajo redactaremos unas pautas a seguir.

5 Casos de estudio. Promoción a través de las redes sociales en Cullera y Oliva.

El municipio de Xeraco es el objeto de este análisis y para crear las propuestas de promoción turística, se ha decidido estudiar otros destinos afines a este para poder comparar. La elección de estos dos municipios se debe a la cercanía y las características similares que tienen con Xeraco. Los dos municipios son costeros y su tipo de turismo es el de sol y playa.

5.1 Cullera

Página web

Ilustración 28



Fuente: <http://www.culleraturismo.com>

A diferencia de Xeraco, Cullera si que posee una página web turística. En ella, informan de todo el contenido relacionado con el turismo.

Hay diferentes apartados: patrimonio, playas, naturaleza, actualidad, agenda, ofertas, gastronomía, fiestas y un largo etcétera. El estilo de la página principal es muy llamativo, predominan los colores primarios. Hay una galería de fotografías que van pasando automáticamente y va mostrando las diferentes formas que tienes de conocer Cullera.

Facebook

La página de Facebook de Cullera, se llama "Cullera Turismo". Tiene más de seis mil quinientos me gusta. Su fecha de registro es el 19 de enero del 2011. La mayoría de información publicada está en castellano. Se actualiza una media de dos a tres veces al día.

Ilustración 29



Fuente: [.facebook.com/turismocullera](https://www.facebook.com/turismocullera)

Todos los *post* son de índole turísticos. Se promocionan las actividades recreativas que se realizan durante todo el año. Tiene las otras redes sociales adheridas a facebook en la barra de aplicaciones. En la parte de reseñas se pueden dejar comentarios y votar con estrellas.

Twitter

Poseen una cuenta de *Twitter* llamada “Cullera Turismo”. Su fecha de registro es de diciembre del 2010. Poseen cerca de los 2.000 seguidores. Esta cuenta sigue a 1.762 La información está únicamente en castellano. Existen publicaciones creadas solo en *Twitter* y otras que están enlazadas con *Facebook*. Estas últimas se deben a que la información es más extensa. También les hacen *retweet* a otras noticias relacionadas con el municipio o a usuarios que publican fotografías del lugar. Es una cuenta con mucha actividad, dado que publican varios *tweets* todos los días. La imagen sigue la línea de *Facebook* y de la página web turística.

Ilustración 30



Fuente: <https://twitter.com/Culleraturismo>

Youtube

La cuenta de *Youtube* fue creada en diciembre del 2010. Tiene 25 suscriptores y en total posee 24.036 visualizaciones. Hay 4 videos promocionales del municipio. Esta cuenta no tiene tanta actividad, puesto que desde el año pasado no suben ningún video nuevo.

Flickr

El *Flickr* “Cullera Turismo” también fue creado en diciembre del 2010. Tiene almacenadas unas 357 fotos de las actividades más destacadas que ocurren en Cullera. Se actualiza muy a menudo.

5.2 Oliva

Página web

Ilustración 31



Fuente: <http://oliva.es/es/areas/economia/turismo>

Oliva ofrece su información turística dentro del apartado Turismo en la página web de su ayuntamiento. En ella, informan de todo el contenido relacionado con el turismo.

Es una página web muy completa donde existen diferentes apartados de interés turístico como son: Como llegar, donde alojarse, noticias, itinerarios turísticos, las playas, Oficina de turismo, Oliva't y sistema de gestión de playas.

El estilo de la página es más serio que el de Cullera. Predomina el color blanco y el verde.

A simple vista, no se encuentran la barra de las redes sociales para ir directamente a ellas a través del enlace correspondiente.

Facebook

La pagina de facebook se llama "Turisme Oliva". Tiene más de 2500 me gusta. La fecha de registro es el octubre del 2012.

Todas las publicaciones son de temas relacionados con el turismo. La información que se

publica en el facebook es en idioma castellano, y la mayoría de las veces también está en francés, valenciano e inglés. Se suele actualizar una vez cada dos días más o menos. Tiene otras redes sociales adheridas a esta.

Ilustración 32



Fuente: [facebook/turismecullera](https://www.facebook.com/turismecullera)

Twitter

El *Twitter* de Oliva se llama “Ajuntament de Oliva”. Su fecha de registro es agosto del 2012. Tiene cerca de 700 seguidores. Siguen a 33 personas.

Hay información tanto local como turística. La mayoría de publicaciones están enlazadas con *Facebook*. La información está únicamente en valenciano. Y se actualiza con la misma frecuencia que *Facebook*. La imagen sigue la línea de la página web del ayuntamiento.



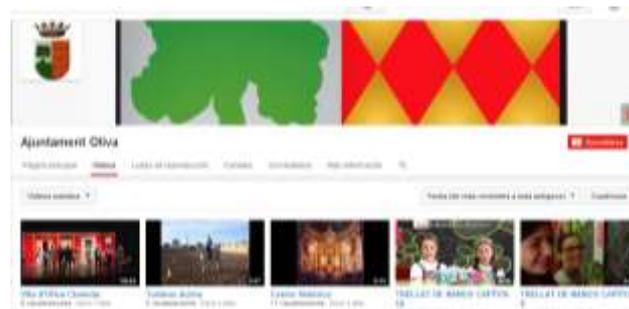
Fuente: twitter.com/AjuntamentOliva

Youtube

La cuenta de Youtube tiene mucha actividad. En la casilla de información nos cuentan lo siguiente: “Este es el canal oficial del Ayuntamiento de Oliva a YouTube en el que podréis acceder a diferentes audiovisuales relacionados con la gestión y la realidad social, cultural y política de nuestra ciudad.”

Desde mediados de octubre que se suben constantemente videos relacionados con el municipio en esta cuenta.

Ilustración 34



Fuente: https://www.youtube.com/channel/UCdayD_lbgHZWUeTbNOtjUdg

5.3 Análisis de la actividad de los destinos turísticos en las redes sociales

El Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invatur), publico un “Barómetro de Redes sociales y Destinos Turísticos de la Comunidad Valenciana¹²”.

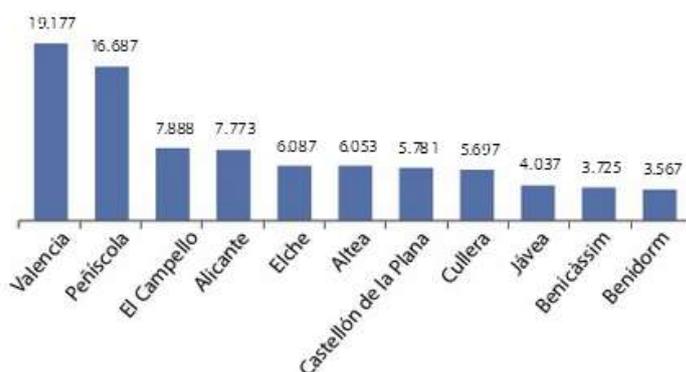
Según Invatur, se trata de un documento que indica la actividad de los destinos turísticos en las redes sociales. Analiza la evolución de en las redes sociales más importantes. Y su objetivo es dar a conocer las iniciativas que se están llevando a cabo en estas redes sociales en los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana.

Ahora vamos a ver algunos de los rankings que se han realizado en este estudio.

Ranking general de fans en facebook de los destinos de la Comunidad Valenciana 2013.

Ilustración 35

Valencia, Peñíscola y El Campello son los destinos de la Comunitat Valenciana más seguidos en Facebook, sumando entre ellos 43.752 Fans que representan el 22,37% del total de la Comunitat Valenciana (195.600 Fans).



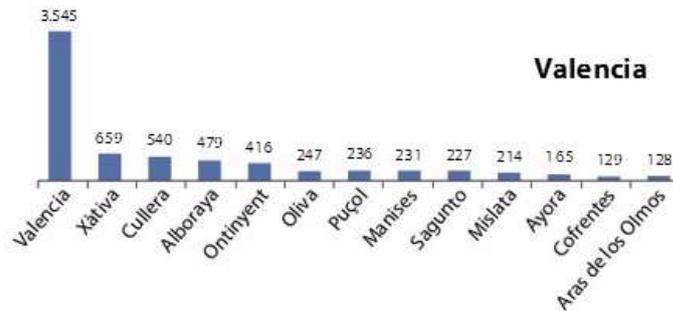
Fuente: Invatur

En este ranking vemos que Cullera está en la octava posición en la comunidad valenciana del destino más seguido en *Facebook*. Por delante de Benicassim y Benidorm.

¹² <http://es.slideshare.net/invatur/ii-barmetro-dei-redes-sociales-y-destinos-tursticos-de-la-comunitat-valenciana-ii-2013>

Ranking de seguidores en *Twitter* por provincia

Ilustración 36



Fuente: Invatur

Este segundo ranking nos muestra el crecimiento en *Twitter* que han vivido estos destinos turísticos. En el estudio, se hace hincapié que este crecimiento es independiente a la importancia turística que tiene el destino.

En este gráfico, salen los dos casos de estudio Cullera y Oliva. Los dos destinos han aumentado considerablemente su número de seguidores en esta red social.

6 Propuestas para la mejora de la promoción turística mediante las redes sociales en el municipio de Xeraco.

Tras los estudios y entrevistas que hemos realizado, planteamos las siguientes propuestas para la mejora de la promoción turística mediante las redes sociales en Xeraco:

6.1 ¿Porque los ayuntamientos deben estar en las redes sociales?

Según nos comentaba Luis López Cuenca en la entrevista¹³,

En el 2010 era una opción, pues si porque es bueno por esto, por esto y por esto, en el 2014 que estamos ya para mí no es una opción, es casi una obligación. Porque un ayuntamiento igual que cualquier organismo público se basa en atender al ciudadano. Entonces, igual que es impensable que un ayuntamiento, que una universidad pública o que un ministerio no tenga un teléfono o un email al que dirigirte, incluso para mí están obligados a ofrecer un nuevo canal en el que está todo el mundo, o en el que está casi todo el mundo.

También nos explicaba que esto no es un privilegio, es un derecho del ciudadano poder conectarse y comunicarse con las instituciones.

6.2 Pasos para mejorar la promoción turística mediante las redes sociales.

-Tener una estrategia de destino. ¿Qué quiero hacer? y ¿Cómo lo quiero conseguir?

-Según el “¿Qué quiero hacer?” y “¿Cómo lo quiero conseguir?”, logramos alcanzar el objetivo.

-Proponerte un objetivo principal al que quieres llegar abriendo una red social en particular para hacer una estrategia.

-Después se debe redactar los objetivos secundarios para pensar cuál es la mejor manera de vender el destino según sus características.

¹³ Entrevista 2 realizada para este trabajo a Luis López Cuenca.

-Se debe crear una imagen homogénea en todas las redes sociales, es decir una marca.

-Informarse, formarse y planificar.

-La persona que está a cargo de estas herramientas de comunicación debe ser alguien que sepa de turismo y de redes sociales.

- Antes de abrir al público una red social, tenerlo todo previsto y preparado.

-Empezar.

6.3 Recomendación de redes sociales para la promoción *online*.

Después de los estudios realizados a las diferentes redes sociales y de la entrevista ¹⁴con el experto en redes sociales Luis López Cuenca, se ha llegado a estas conclusiones. Las tres redes sociales básicas para la promoción *online* actual son:

-Facebook

-Twitter

-Instagram

Pero recordando que primero se deberán establecer los objetivos que se quieren conseguir para poder crear una estrategia sobre la cual funcionara mejor una red social u otra.

6.4 Errores que no se deben cometer la abrir una red social para motivos promocionales.

-Abrir cuentas en redes sociales sin haberse planteado una estrategia previa.

-Repetir los mismos contenidos en todas las redes sociales.

-Dejar las redes sociales a alguien no cualificado.

-No contestar a los usuarios o eliminar comentarios sin motivo.

¹⁴ Entrevista 2, realizada para este trabajo a Luís López Cuenca, experto en redes sociales.

- No dar confianza al gestor de las redes sociales poniendo muchos filtros.
- Dejar de hacer promoción *offline*.
- No crear una imagen homogénea para la promoción tanto *online* como *offline*.
- No hacer caso a las estadísticas que de muestran el número de usuarios, lugar de procedencia, edad.

6.5 Ventajas de la promoción *online* para la promoción turística de Xeraco.

Los resultados que se consiguen si se siguen estas pautas para mejorar la promoción *online* a través de las redes sociales son:

- Aumentar la visibilidad del destino,
- Mejorar la imagen del destino,
- Dar sensación de transparencia,
- Conseguir un *feedback* con los usuarios,
- Puede ser un objetivo a conseguir dentro de las propuestas para el sistema de gestión ambiental y de calidad.

6.6 Propuestas de mejora de la página web

Para elaborar estas propuestas de mejora en la página web se han seguido estos pasos. El primer paso ha sido estudiar y observar la página web del Ayuntamiento de Xeraco, más concretamente el apartado turístico. El segundo paso ha sido compararla con las páginas turísticas de los casos de estudio Cullera y Oliva.

Después de este estudio y de esta comparativa, se ha realizado un listado de las características básicas que debería tener la página web turística de Xeraco, y son las siguientes:

- Enlazar todos los apartados y páginas en las redes sociales para que la gente lo pueda compartir y que sea más visible para todo el mundo.
- Poner la información en más idiomas a través de algún tipo de enlace, así poder

contabilizar el número de turistas que entran y su nacionalidad.

-Siempre deben predominar las imágenes sobre el texto.

-Títulos en las imágenes.

-Apartado Multimedia donde poner la Galería de fotografías y Vídeos. Además, hacer subapartados de los lugares de interés, fiestas, etc.

-Darle más visibilidad en el catálogo turístico, puesto que se encuentra bajo de las fotografías. Y ponerle un código QR para que los turistas se lo puedan descargar en el suyos dispositivos. El catálogo sólo está en castellano, podría estar en francés e inglés puesto que son los dos idiomas, no nacionales, que más se hablan en la Oficina de Turismo.

-Poner los apartados de lugares de interés del pueblo y de la playa por separado.

-Faltan los planos de la playa y del pueblo.

-Mapas de las rutas de montaña. Y explicación de estos.

-Apartado de la Oficina de Turismo con el número de contacto, dirección, horarios y email.

-Apartado de donde dormir.

-Apartado de donde comer, situando los restaurantes y bares del pueblo, y de la playa.

-Apartado de los chiringuitos de la playa.

-Apartado del transporte. Como llegar al pueblo y en la playa. Horarios de transporte público.

-Actualizar el catálogo de "Ruta del Río Vaca" puesto que se una ruta muy interesante.

- Ampliar el apartado de gastronomía con recetas típicas.
- Apartado de sugerencias, quejas y encuestas de satisfacción del turista.
- Apartado de actividades con subapartados: actividades culturales, deportivas, etc.
- Teléfonos de interés.
- Suscripciones por mail de las actividades y noticias turísticas.
- Un apartado de ofertas donde las empresas de Xeraco se puedan añadir para ofrecer sus servicios.
- *Gadged* que te indica el tiempo de Xeraco.

7 Conclusiones

El objetivo principal que planteábamos al principio del trabajo era proponer una mejora de la promoción turística mediante las redes sociales en el municipio de Xeraco.

Este objetivo se ha conseguido puesto que se han dado una serie de pautas de la utilización correcta de las redes sociales, recomendaciones de las mejores redes sociales para llevar a cabo esta promoción, errores que no se deben cometer y propuestas para la mejora de la página web.

Los objetivos secundarios eran los siguientes:

- ❖ Realizar un inventario de los recursos que posee Xeraco.
- ❖ Analizar la promoción online y offline que se está llevando a cabo en la actualidad en Xeraco.
- ❖ Comparar este destino con otros municipios con mayor recorrido en la promoción online. Casos de estudio: Cullera y Oliva.
- ❖ Conocer las ventajas de la promoción on-line para la promoción turística de Xeraco y proponer estrategias de promoción online adecuadas para utilizar las redes sociales con éxito.

El primer objetivo secundario se ha conseguido, ya que se ha realizado el inventario de los recursos más relevantes que posee Xeraco. Se ha realizado una descripción y localización del recurso.

El segundo objetivo secundario, también se ha logrado gracias a las entrevistas realizadas al encargado de prensa y de las redes sociales del Ayuntamiento de Xeraco y a la ADL de Xeraco. El encargado de prensa explicó el uso que le dan a las diferentes redes sociales que manejan. Y la ADL nos dio información sobre la promoción offline.

El tercer objetivo secundario se ha conseguido a medias. Hemos podido conocer el uso que dan las redes sociales en las dos poblaciones. Al estudiarlas más en profundidad nos hemos encontrado con que en Oliva no se le da un uso correcto a estas redes. Por tanto, este no es un buen ejemplo como caso de estudio. Esto es

porque no sigue las pautas que hemos ido enumerando a lo largo del trabajo. En cambio, en Cullera se le da muchísima importancia a este tipo de herramientas para la promoción de su municipio.

El cuarto objetivo también se ha conseguido, porque se ha hecho un listado de ventajas de promocionar un destino a través de las redes sociales.

Finalmente, podemos decir que es necesario crear este tipo de herramientas en los destinos turísticos para una comunicación y promoción rápida y sencilla. Ya que como nos dijo en la entrevista¹⁵ Luis López Cuenca, “las redes sociales no son el futuro, son el presente o incluso el ayer”.

¹⁵ Entrevista 2, realizada para este trabajo a Luís López Cuenca.

8 Bibliografía

- AGENCIA VALENCIANA DE TURISME <[HTTP://WWW.TURISME.GVA.ES](http://www.turisme.gva.es)> (CONSULTA REALIZADA EL 14 DE ENERO DE 2014).
- AYUNTAMIENTO DE CULLERA <[HTTP://WWW.CULLERATURISMO.COM](http://www.culleraturismo.com)> (CONSULTA REALIZADA EL 25 DE ENERO DE 2014).
- AYUNTAMIENTO DE OLIVA <[HTTP://OLIVA.ES](http://oliva.es)> (CONSULTA REALIZADA EL 6 DE FEBRERO DE 2014).
- AYUNTAMIENTO DE XERACO <[HTTP://WWW.XERACO.EU/?LANG=VA](http://www.xeraco.eu/?lang=va)> (CONSULTA REALIZADA EL 15 DE ENERO DE 2014).
- BIGNÉ ALCAÑIZ, J. ENRIQUE: MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS: ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS DE DESARROLLO. MADRID : ESIC.
- CABRERA MÉNDEZ, M. (2011). TIPOS DE REDES SOCIALES. VALENCIA: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA.
- CAMPO MARTÍNEZ, S (2011). PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS MADRID: SÍNTESIS.
- EJARQUE BERNET, JOSEP (2005). DESTINOS TURÍSTICOS DE ÉXITO. MADRID: PIRÁMIDE.
- GÓMEZ MORALES, F (2010). EL PEQUEÑO LIBRO DE LAS REDES SOCIALES. BARCELONA: MEDIALIVE.
- INSTITUTO VALENCIANO DE TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS - INVAT.TUR - <[HTTP://WWW.INVATTUR.ORG/](http://www.invattur.org/)> (CONSULTA REALIZADA EL 6 DE FEBRERO DE 2014)
- LÓPEZ CUENCA. L., ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN LA WEB 2.0, APLICACIÓN CASO REAL: AYUNTAMIENTO DE CATARROJA, 2010
- MARTINEZ VILLA, A (2011). TURISMO 2.0: INICIANDO EL DESPEGUE.
- MILIO BALANZÁ, ISABEL: DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS LOCALES Y REGIONALES. MADRID: THOMSON-PARANINFO,
- OMT (2013). MANUAL DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. MADRID: OMT.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2014). DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA. [CONSULTA: 24/05/2014] DISPONIBLE EN: <[HTTP://WWW.RAE.ES/RAE.HTML](http://www.rae.es/rae.html)>

RISSOAN, R. (2011). REDES SOCIALES: FACEBOOK, TWITTER, LINKEDLN, VIADEO EN EL MUNDO PROFESIONAL. BARCELONA: EDICIONES ENI.

SAN EUGENIO VELA, J. (2011). MANUAL DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA. DOCUMENTA UNIVERSITARIA.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA: RIUNET <[HTTP://RIUNET.UPV.ES/](http://riunet.upv.es/)> (CONSULTA REALIZADA EL 14 DE ENERO DE 2014).

9 Anexos

Guión de preguntas hechas en las entrevistas para la realización de este trabajo final de grado.

Entrevista 1

Entrevista realizada a Pepe Gea encargado de prensa y redes sociales en el ayuntamiento de Xeraco.

1. ¿Qué redes sociales utilizáis?
2. ¿Por qué estas redes sociales y no otras?
3. ¿Hacéis algún recuento de visitantes en las respectivas redes sociales?
4. ¿Existe un *feedback* en las redes sociales?
5. ¿Se anima a participar o únicamente se expone información?
6. ¿Cada cuanto se actualiza la información de las redes?
7. ¿Crees que es un buen medio para la promoción?
8. ¿Con que frecuencia se actualizan las redes sociales que utilizáis? ¿Existe interacción entre las redes sociales?
9. ¿Cuál es el objetivo que os habéis planteado conseguir con estas redes sociales?
10. ¿Habéis hecho alguna promoción o concurso para conseguir más seguidores?

Entrevista 2

Entrevista realizada a Luis López Cuenca, socio director en DIEZ Y DIEZ COMUNICACIÓN, coordinador en Bocados de Cine, comunicador y formador en medios sociales y comunicación online en Formación social media y coordinador y comunicación online en Comunica2.0 Campus Gandía.

1. ¿Qué son para ti las redes sociales?
2. ¿Qué relación tienen ahora las redes sociales y el turismo?
3. ¿Crees que un ayuntamiento debe estar en las redes sociales?
4. ¿Se debe separar la parte de información local de la parte de información turística?

5. Esta pregunta se la formule. Y me contaron que lo que quieren hacer es solamente informar, no esperan tener un *feedback*. ¿Qué piensas de esto?
6. ¿Qué redes sociales recomendarías utilizar a un ayuntamiento para la promoción turística?
7. ¿Cuál es el primer paso para entrar en las redes sociales?
8. ¿Quién crees que debe encargarse de las redes sociales?
9. ¿Cuáles son los principales errores que se cometen cuando se inicia en las redes sociales?
10. ¿Qué ventajas e inconvenientes ves en que un ayuntamiento se promocioe a través de las redes sociales?
11. ¿Crees que se debe seguir haciendo promoción turística offline?
12. ¿Cómo se pueden conseguir más seguidores?
13. ¿Qué se debe hacer con las estadísticas que muestran el número de usuarios, numero de me gustas, etc.? Según me comentaron en la entrevista al encargado de las redes en Xeraco, no se le estaba dando ningún valor.
14. ¿En qué momento crees que están las redes sociales y qué futuro les ves?