

# XI Barómetro de Redes Sociales de los Destinos Turísticos de la Comunitat Valenciana

(I – 2018)



**GENERALITAT  
VALENCIANA**



**INVAT·TUR**

# Introducción

El **XI Barómetro de Redes Sociales y Destinos Turísticos de la Comunitat Valenciana** (primer número de 2018) abre su sexto año de publicación consecutiva.

Las principales redes sociales turísticas analizadas, cuya evolución muestra el Barómetro con carácter semestral, siguen siendo **Facebook, Twitter, Instagram y YouTube**, consideradas como los ejes de las acciones en *social media* de los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana. El número de fans, *followers*, seguidores y visualizaciones de canal son los indicadores de referencia utilizados en este informe.

# Índice

1. Metodología del Barómetro.
2. Los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana en Redes Sociales: datos clave.
3. Las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana en Redes Sociales.
4. El ejemplo de “Els Ports és Autèntic” en Instagram.
5. Informes y estudios de referencia.

# 1

## Metodología

El **XI Barómetro de Redes Sociales y Destinos Turísticos de la Comunitat Valenciana** presenta datos de las redes sociales oficiales específicamente turísticas, es decir de los canales destinados a tal fin. La muestra analizada sigue siendo la de los municipios turísticos declarados como tales y las marcas turísticas oficiales vinculadas.

En esta ocasión se han recopilado y analizado los datos a fecha 30 de junio de 2018, a partir del Cuadro de Mando de Redes Sociales de Invat-tur y de la actualización de perfiles llevada a cabo en colaboración con los municipios turísticos. El resultado obtenido se divide según la siguiente distribución, que se repite para el caso de las marcas turísticas:

### Facebook:



Ranking de fans de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio).

Ranking de fans por provincia (enero - junio).

Ranking de fans de las marcas turísticas (enero - junio).

### Twitter:



Ranking de *followers* de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio).

Ranking de *followers* por provincia (enero - junio).

Ranking de *followers* de las marcas turísticas (enero - junio).

### Instagram:



Ranking de seguidores de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio).

Ranking de seguidores por provincia (enero - junio).

Ranking de seguidores de las marcas turísticas (enero - junio).

### YouTube:



Ranking de reproducciones de canal de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio).

Ranking de reproducciones de canal de las marcas turísticas (enero - junio).

# 2

## Los destinos turísticos de la Comunitat Valenciana en Redes Sociales: datos clave

## Resultados de los destinos de la Comunitat Valenciana en Facebook

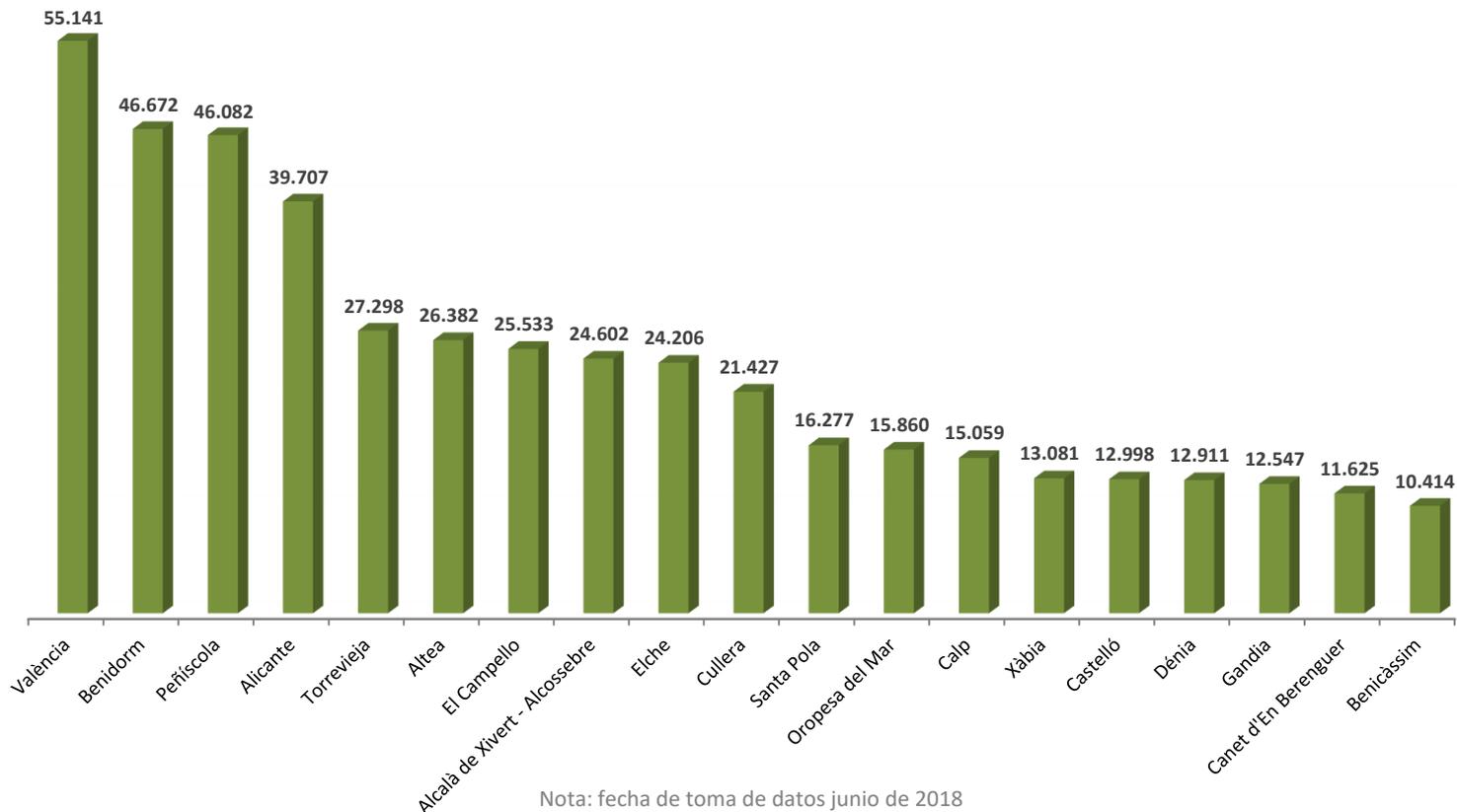


# 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



### Ranking de fans en Facebook de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio)



El primer semestre de 2018 presenta en las cuatro primeras posiciones a los mismos destinos que cerraban el año 2017: València, Benidorm, Peñíscola y Alicante, con la particularidad de que Benidorm adelanta a Peñíscola desplazándolo de la segunda posición en el ranking. Altea y El Campello ascienden a la sexta y séptima posición respectivamente en detrimento de Alcalà de Xivert - Alcossebre. También destaca, en este primer semestre, el crecimiento de Santa Pola alcanzando la decimoprimer posición al aumentar en casi 3.000 fans.

## 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



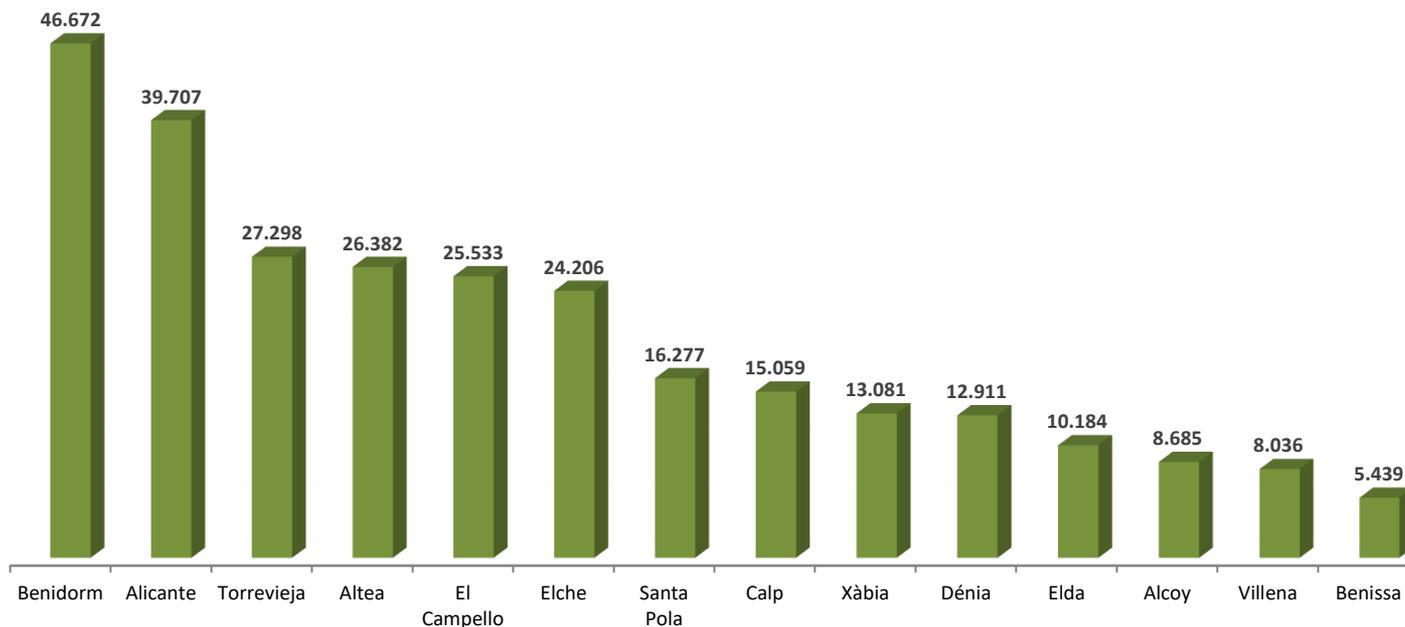
### Ranking de fans en Facebook de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio)

DESTINO	URL
València	<a href="http://www.facebook.com/turismovalencia">http://www.facebook.com/turismovalencia</a>
Benidorm	<a href="https://www.facebook.com/visitbenidorm">https://www.facebook.com/visitbenidorm</a>
Peñíscola	<a href="https://www.facebook.com/peniscola">https://www.facebook.com/peniscola</a>
Alicante	<a href="http://www.facebook.com/AlicanteCity">http://www.facebook.com/AlicanteCity</a>
Torre Vieja	<a href="http://www.facebook.com/turismodetorre vieja">http://www.facebook.com/turismodetorre vieja</a>
Altea	<a href="http://www.facebook.com/visitaltea">http://www.facebook.com/visitaltea</a>
El Campello	<a href="http://www.facebook.com/elcampelloturismo">http://www.facebook.com/elcampelloturismo</a>
Alcalà de Xivert - Alcossebre	<a href="https://es-es.facebook.com/turismo.alcossebre">https://es-es.facebook.com/turismo.alcossebre</a>
Elche	<a href="http://www.facebook.com/visitelche">http://www.facebook.com/visitelche</a>
Cullera	<a href="https://www.facebook.com/visitcullera/">https://www.facebook.com/visitcullera/</a>
Santa Pola	<a href="http://www.facebook.com/turismoSantaPola">http://www.facebook.com/turismoSantaPola</a>
Oropesa del Mar	<a href="https://www.facebook.com/oropesadelmar">https://www.facebook.com/oropesadelmar</a>
Calp	<a href="https://www.facebook.com/calpetouristinfo/">https://www.facebook.com/calpetouristinfo/</a>
Xàbia	<a href="https://www.facebook.com/touristinfoxabia">https://www.facebook.com/touristinfoxabia</a>
Castellón	<a href="http://www.facebook.com/turismo.castellon">http://www.facebook.com/turismo.castellon</a>
Dénia	<a href="https://www.facebook.com/DeniaTurismo">https://www.facebook.com/DeniaTurismo</a>
Gandia	<a href="https://www.facebook.com/visitgandia">https://www.facebook.com/visitgandia</a>
Canet d'En Berenguer	<a href="https://www.facebook.com/canetdenberenguerturismo/">https://www.facebook.com/canetdenberenguerturismo/</a>
Benicàssim	<a href="https://www.facebook.com/turismobenicassim">https://www.facebook.com/turismobenicassim</a>



### Ranking de fans en Facebook por provincia (enero - junio)

## Provincia de Alicante



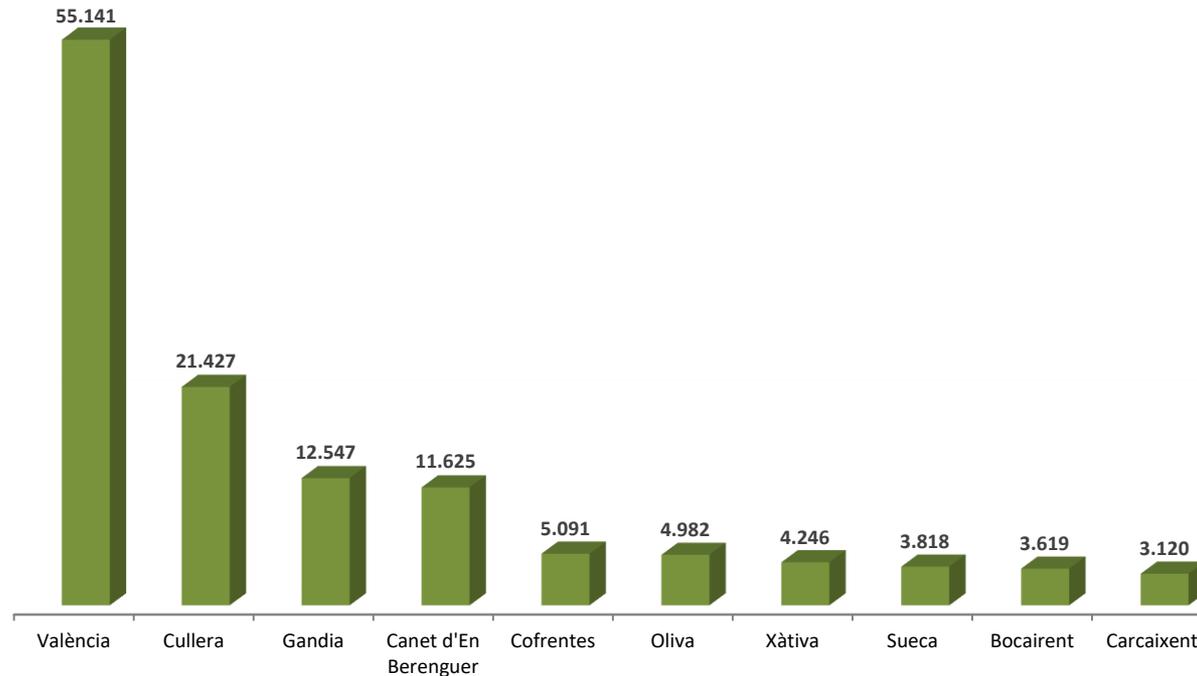
Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

La provincia de Alicante mantiene en sus posiciones de liderato por volumen de fans en Facebook a Benidorm, Alicante y Torreveija. La única variación respecto a la última edición del Barómetro corresponde al ascenso de Santa Pola a la séptima posición. El crecimiento del número de fans aumenta a quince el número de destinos que superan los 5.000 fans con la inclusión de Benissa en el ranking.



### Ranking de fans en Facebook por provincia (enero - junio)

## Provincia de Valencia



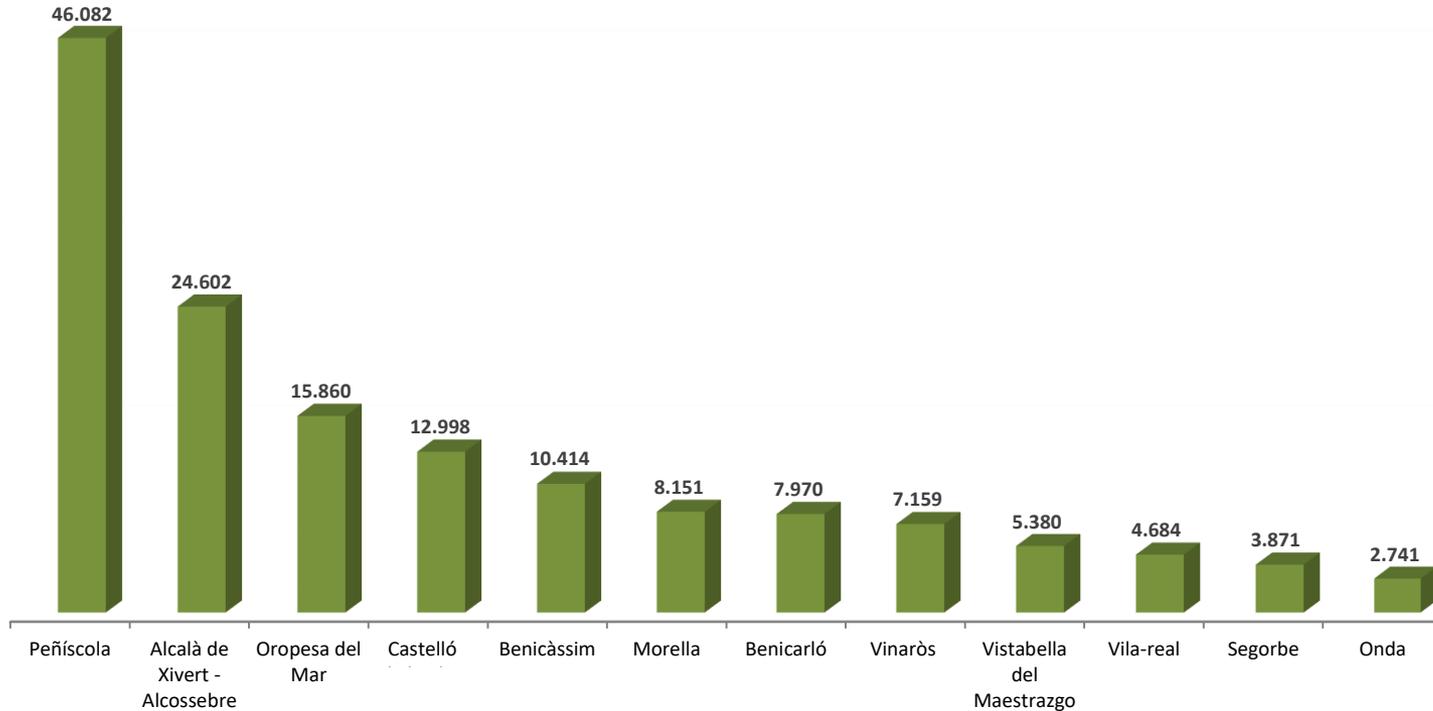
Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

València se mantiene al frente como el destino con mayor número de fans de la provincia en Facebook, con una gran distancia respecto al resto. Le siguen los mismos destinos turísticos que cerraban el año 2017: Cullera, Gandia y Canet d'En Berenguer. El resto de poblaciones se sitúan entre los 3.000 y 5.000 fans, destacando la entrada de Carcaixent en el ranking.



### Ranking de fans en Facebook por provincia (enero - junio)

## Provincia de Castellón



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

En este primer semestre de 2018 Morella adelanta un puesto en el ranking hasta la sexta posición. Onda desciende a la decimosegunda posición con el consecuente ascenso de un puesto por parte de Vila-real y Segorbe.

## Resultados de los destinos de la Comunitat Valenciana en Twitter

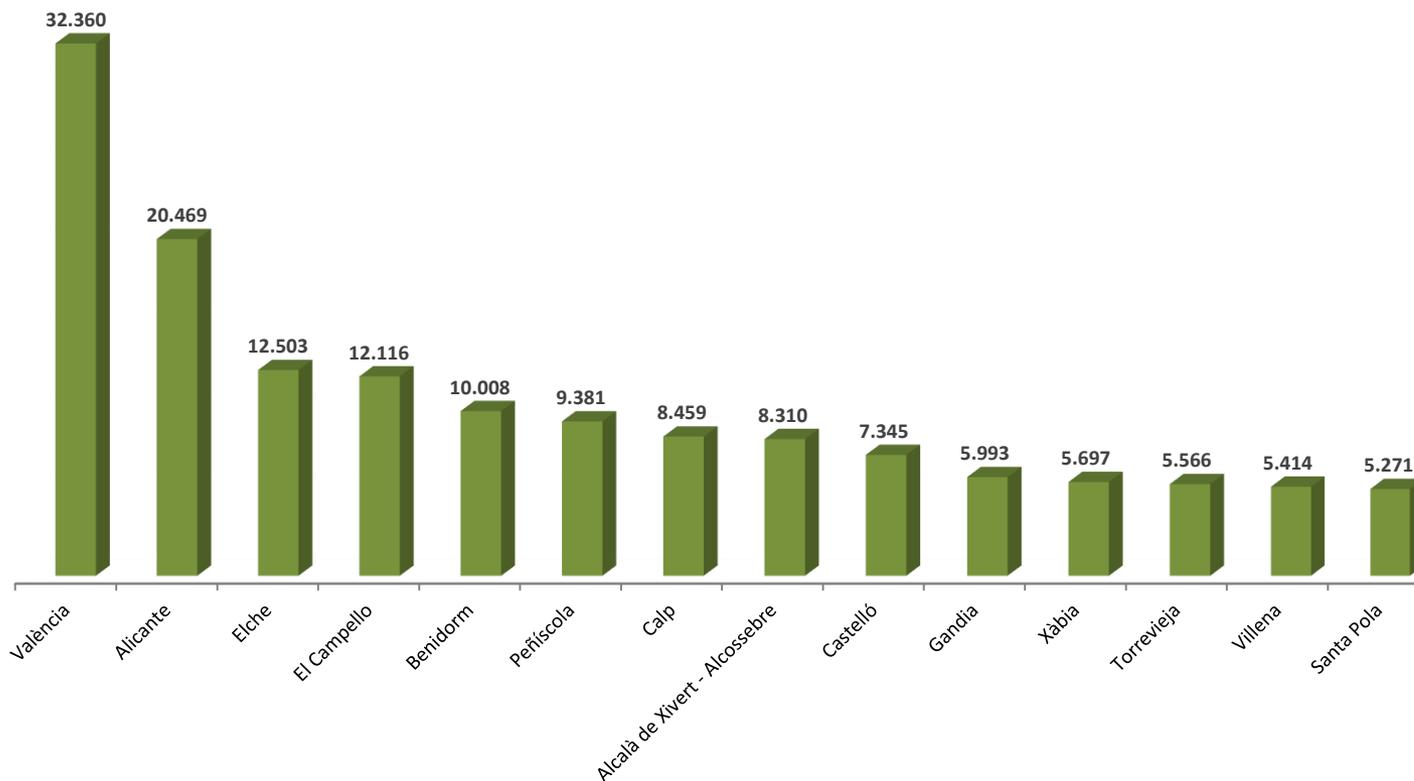


# 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



### Ranking de *followers* en Twitter de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio)



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

La inercia positiva que refleja el número de seguidores en Twitter de los destinos turísticos, mantiene sin cambios el ranking con el que se cerró el año 2017. Tan sólo se detecta el intercambio de posiciones entre Villena y Torre Vieja.

El número de seguidores que acumulan estos destinos representa el 57,29% del total de la Comunitat Valenciana respecto al 61,06% de 2017, lo que se traduce en una ligera desconcentración de los seguidores respecto al total de destinos.

# 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



### Ranking de *followers* en Twitter de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio)

DESTINO	URL
València	<a href="https://twitter.com/Valenciaturismo">https://twitter.com/Valenciaturismo</a>
Alicante	<a href="https://twitter.com/Alicante_City">https://twitter.com/Alicante_City</a>
Elche	<a href="https://twitter.com/visitelche">https://twitter.com/visitelche</a>
El Campello	<a href="https://twitter.com/CampelloTurismo">https://twitter.com/CampelloTurismo</a>
Benidorm	<a href="https://twitter.com/visitbenidorm">https://twitter.com/visitbenidorm</a>
Peñíscola	<a href="https://twitter.com/_peniscola">https://twitter.com/_peniscola</a>
Calp	<a href="https://twitter.com/TurismoCalp">https://twitter.com/TurismoCalp</a>
Alcalà de Xivert - Alcossebre	<a href="https://twitter.com/alcossebre_tur">https://twitter.com/alcossebre_tur</a>
Castelló	<a href="https://twitter.com/VenACastellon">https://twitter.com/VenACastellon</a>
Gandia	<a href="https://twitter.com/visitgandia">https://twitter.com/visitgandia</a>
Xàbia	<a href="https://twitter.com/XabiaTurisme">https://twitter.com/XabiaTurisme</a>
Torre Vieja	<a href="https://twitter.com/torre viejaturis">https://twitter.com/torre viejaturis</a>
Villena	<a href="https://twitter.com/TurismoVillena">https://twitter.com/TurismoVillena</a>
Santa Pola	<a href="https://twitter.com/SantaPolaTurism">https://twitter.com/SantaPolaTurism</a>

Ranking de *followers* en Twitter de los destinos por provincia (enero - junio)

## Provincia de Alicante



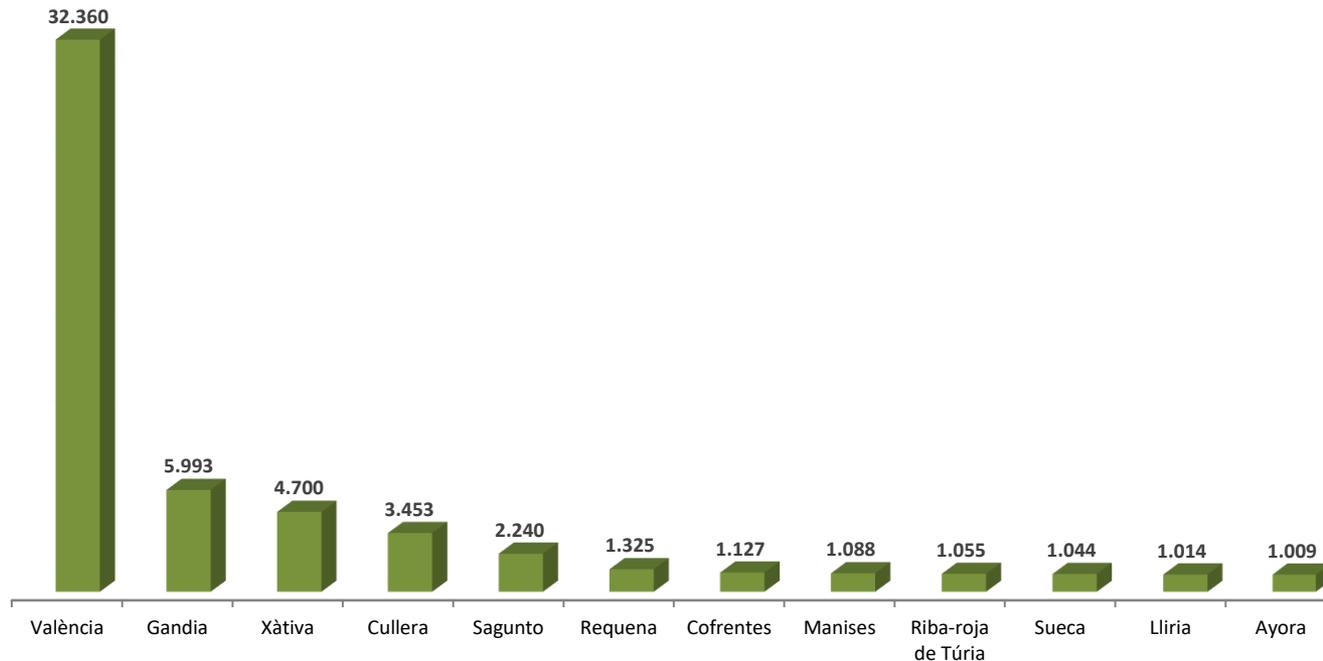
Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

El ranking de la provincia de Alicante no cambia desde la última edición del Barómetro con la excepción del intercambio de posiciones entre Villena y Torreveija.



### Ranking de *followers* en Twitter de los destinos por provincia (enero - junio)

## Provincia de Valencia



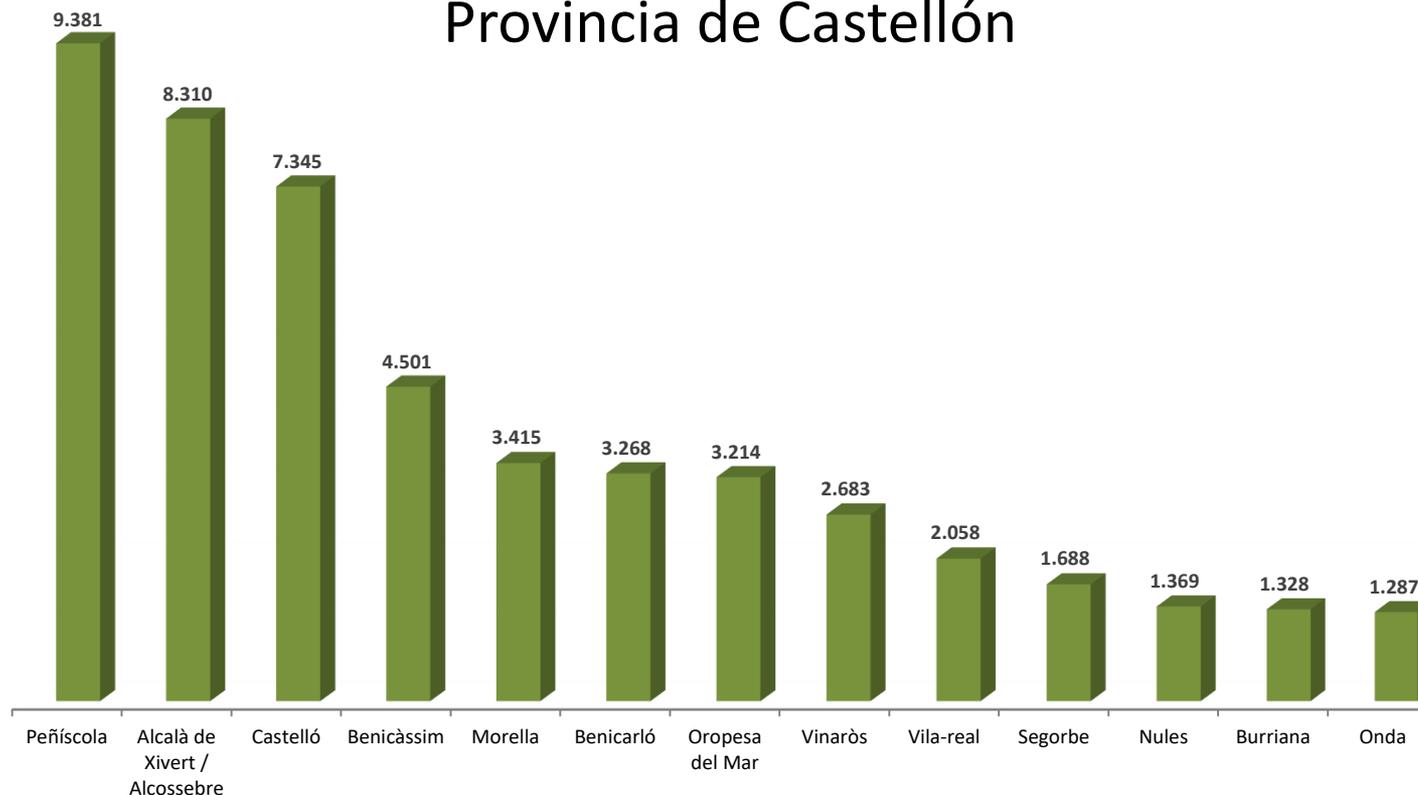
Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

La ciudad de València lidera también la red social Twitter en la provincia, con una gran diferencia respecto al resto de destinos que sigue incrementando año tras año. Destaca la entrada en el ranking de Cofrentes, Riba-roja de Túria, Sueca, Lliria y Ayora.



### Ranking de *followers* en Twitter de los destinos por provincia (enero - junio)

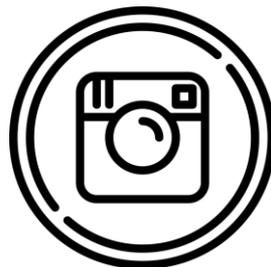
## Provincia de Castellón



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

La evolución en Twitter de la provincia de Castellón presenta ligeros cambios. El ranking lo encabeza nuevamente Peñíscola, seguida de Alcalà de Xivert – Alcossebre y Castelló. Oropesa del Mar y Benicarló intercambian posiciones y destacamos la entrada de Vila-real que pasa directamente a situarse en novena posición.

## Resultados de los destinos de la Comunitat Valenciana en Instagram

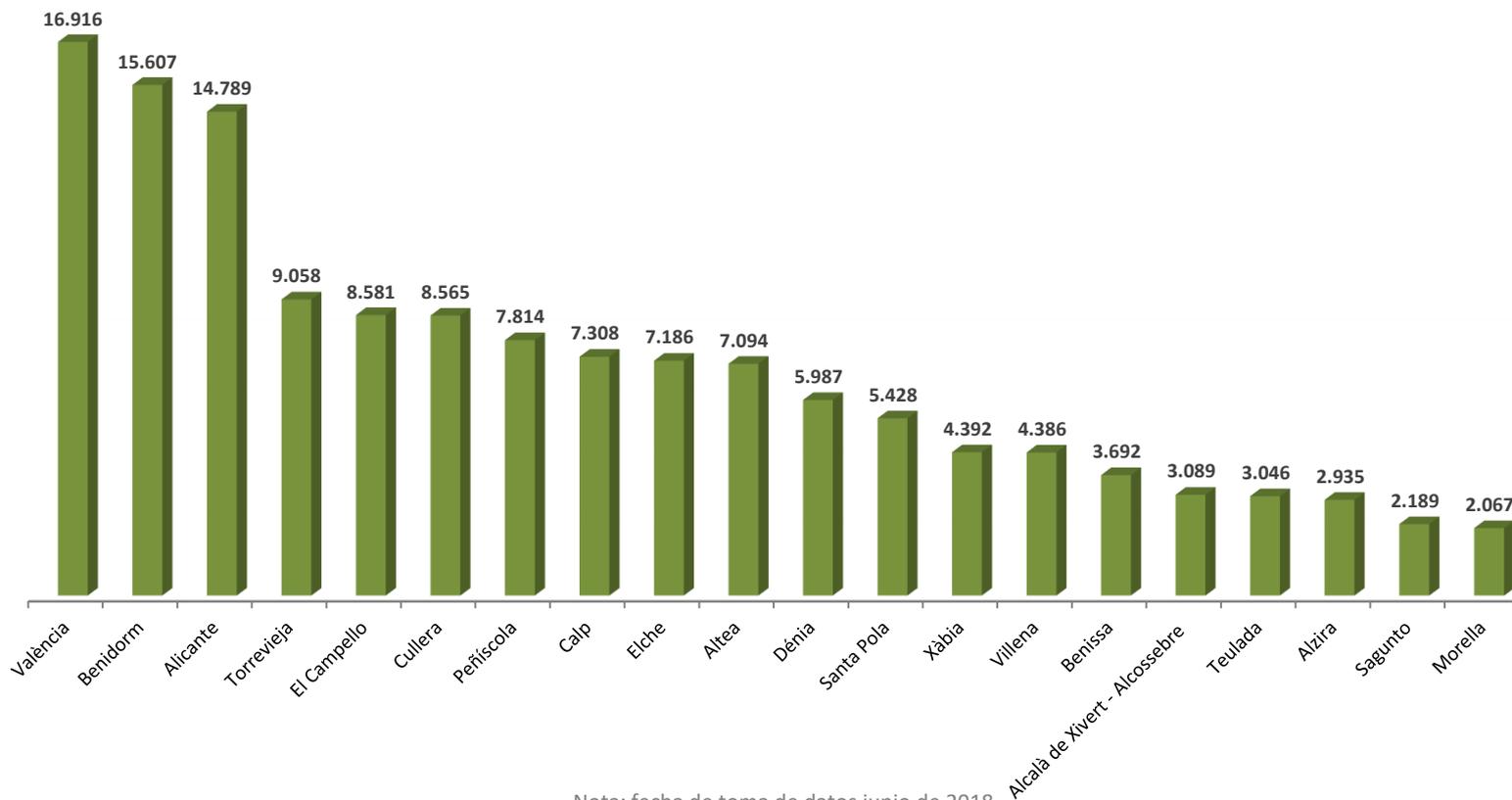


# 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



### Ranking de seguidores en Instagram de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio)



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

Instagram es quizás la red social en la que los destinos están viviendo mayores cambios y evoluciones. En el primer semestre de 2018, València lidera el ranking adelantando a Benidorm consiguiendo casi 5.000 seguidores en los seis primeros meses del año y quedando Alicante en la tercera posición. Altea entra en el ranking con fuerza alcanzando la décima posición y Morella por primera vez superando los 2.000 seguidores. El resto de destinos se mantienen o varían ligeramente su puesto respecto a la última edición del Barómetro.

# 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



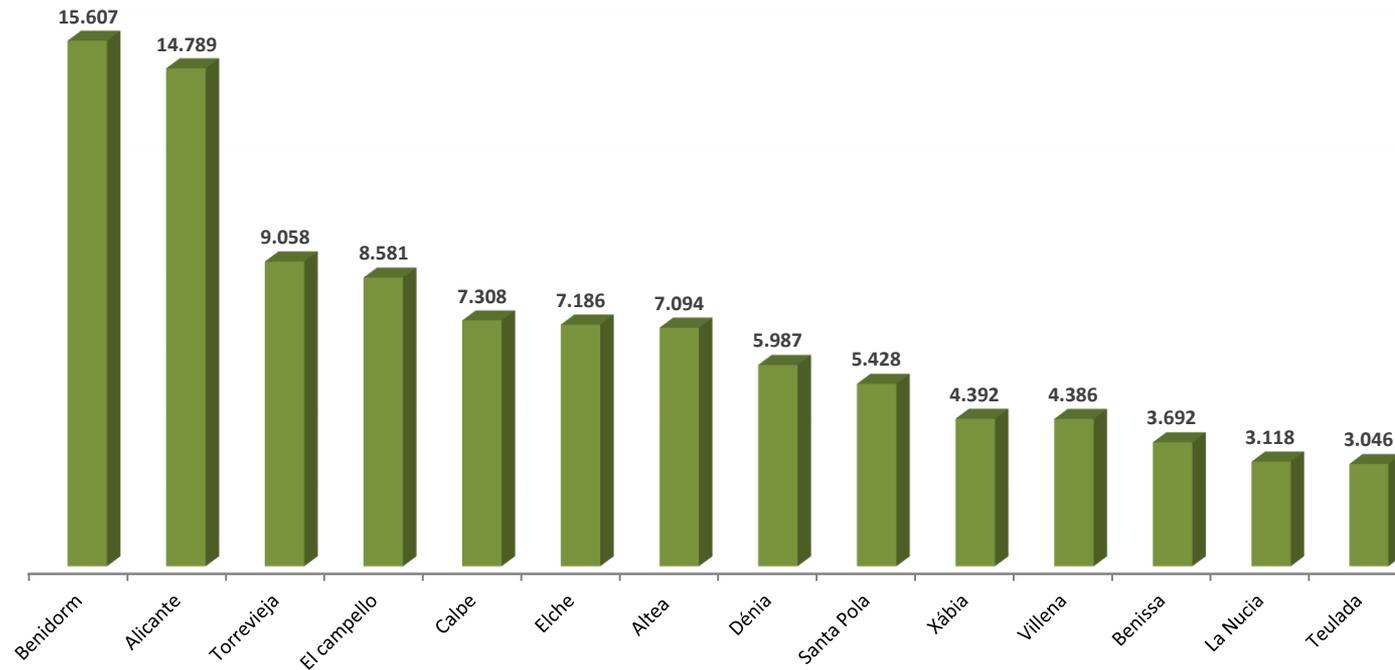
### Ranking de seguidores en Instagram de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero – junio)

DESTINO	URL
València	<a href="https://www.instagram.com/visit_valencia/">https://www.instagram.com/visit_valencia/</a>
Benidorm	<a href="https://instagram.com/visitbenidorm/">https://instagram.com/visitbenidorm/</a>
Alicante	<a href="https://instagram.com/alicante_city/">https://instagram.com/alicante_city/</a>
Torreveija	<a href="https://instagram.com/torrevejaturis/">https://instagram.com/torrevejaturis/</a>
El Campello	<a href="https://instagram.com/campelloturismo/">https://instagram.com/campelloturismo/</a>
Cullera	<a href="https://www.instagram.com/visit_cullera/">https://www.instagram.com/visit_cullera/</a>
Peñíscola	<a href="https://instagram.com/peniscola">https://instagram.com/peniscola</a>
Calp	<a href="https://instagram.com/calpeturismo/">https://instagram.com/calpeturismo/</a>
Elche	<a href="https://instagram.com/visitelche/">https://instagram.com/visitelche/</a>
Altea	<a href="https://www.instagram.com/visitaltea/">https://www.instagram.com/visitaltea/</a>
Dénia	<a href="https://instagram.com/deniaturismo/">https://instagram.com/deniaturismo/</a>
Santa Pola	<a href="https://instagram.com/santapolaturismo/">https://instagram.com/santapolaturismo/</a>
Xàbia	<a href="https://instagram.com/xabia_turisme/">https://instagram.com/xabia_turisme/</a>
Villena	<a href="https://instagram.com/turismovillena/">https://instagram.com/turismovillena/</a>
Benissa	<a href="https://www.instagram.com/benissaturisme/">https://www.instagram.com/benissaturisme/</a>
Alcalà de Xivert / Alcossebre	<a href="https://instagram.com/turismo_alcossebre/">https://instagram.com/turismo_alcossebre/</a>
Teulada	<a href="https://instagram.com/teuladamorairaturism/">https://instagram.com/teuladamorairaturism/</a>
Alzira	<a href="https://www.instagram.com/ajuntalzira/">https://www.instagram.com/ajuntalzira/</a>
Sagunto	<a href="https://www.instagram.com/sagunto_turismo/">https://www.instagram.com/sagunto_turismo/</a>
Morella	<a href="https://www.instagram.com/morellaturistica/">https://www.instagram.com/morellaturistica/</a>



## Ranking de seguidores en Instagram por provincia (enero - junio)

## Provincia de Alicante



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

En la provincia de Alicante, Benidorm se mantiene como líder en Instagram, seguido muy de cerca por Alicante. Los destinos de Calp y Elche intercambian posiciones con respecto al final de 2017.

En su conjunto, la provincia de Alicante presenta un aumento significativo en cuanto a número de seguidores, destacando la entrada de Altea que pasa directamente a posicionarse en séptimo lugar en el ranking.



### Ranking de seguidores en Instagram por provincia (enero - junio)

## Provincia de Valencia



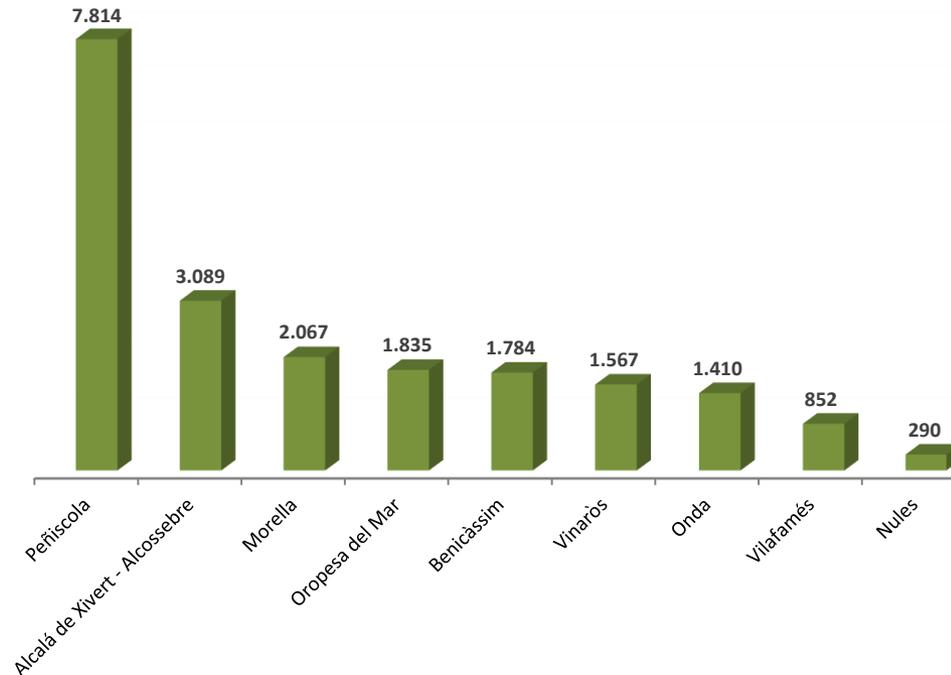
Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

La ciudad de València crece en número de seguidores y se mantiene como líder en Instagram a gran distancia del resto. Le siguen Cullera y Sagunto. Cabe destacar la entrada en el ranking de Alpuente y Sueca que se sitúan en décimo y décimo primer lugar respectivamente.



### Ranking de seguidores en Instagram por provincia (enero - junio)

## Provincia de Castellón



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

En la provincia de Castellón, Peñíscola es el destino que lidera la red social Instagram, con Alcalá de Xivert – Alcossebre en segundo lugar. Los destinos de Morella y Oropesa del Mar intercambian posiciones y Onda entra en el ranking situándose en la séptima posición.

## Resultados de los destinos de la Comunitat Valenciana en YouTube

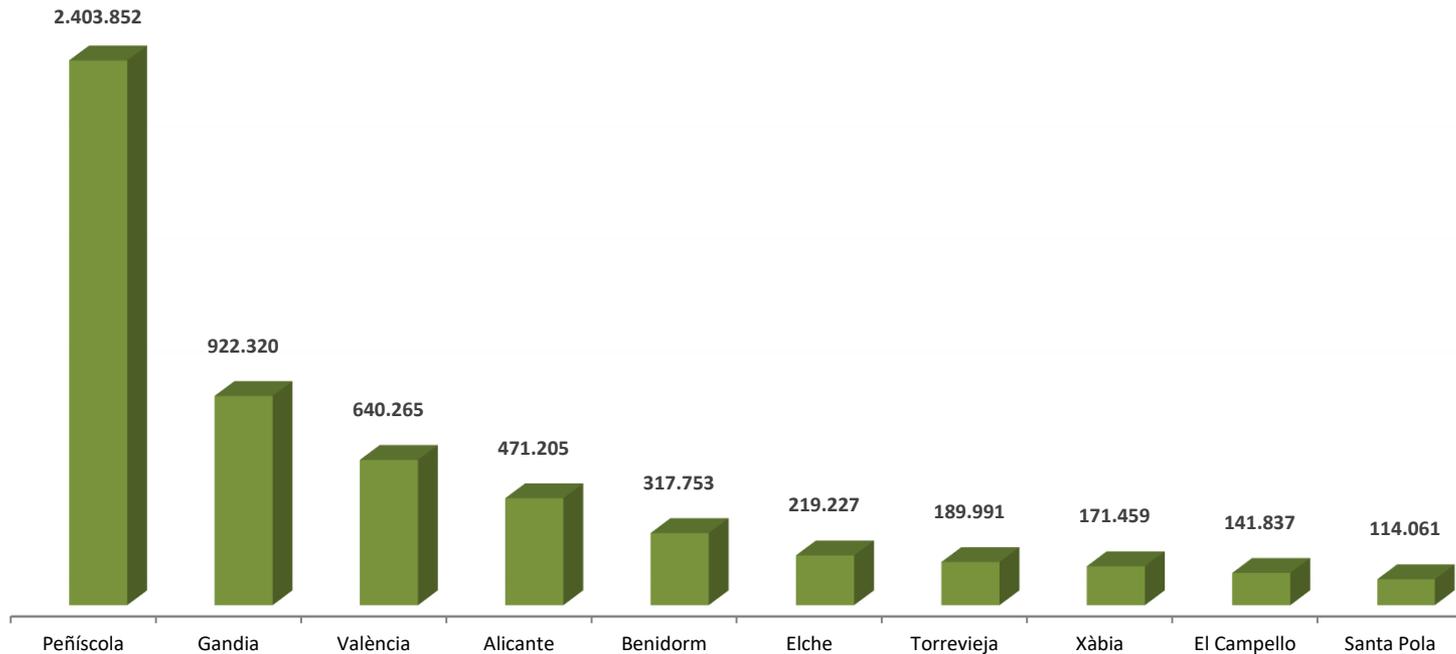


# 2.

## Los destinos turísticos en Redes Sociales: datos clave



### Ranking de reproducciones en YouTube de los destinos de la Comunitat Valenciana (enero - junio)



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

Peñíscola cierra el primer semestre del año 2018 liderando el ranking de la misma manera que acabó 2017 experimentando un crecimiento sin precedentes del 156%. El resto de posiciones se mantienen sin cambios respecto a la última edición del Barómetro.

# 3

## Las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana en redes sociales: datos clave

# 3.

## Los marcas turísticas de la Comunitat Valenciana en redes sociales: datos clave

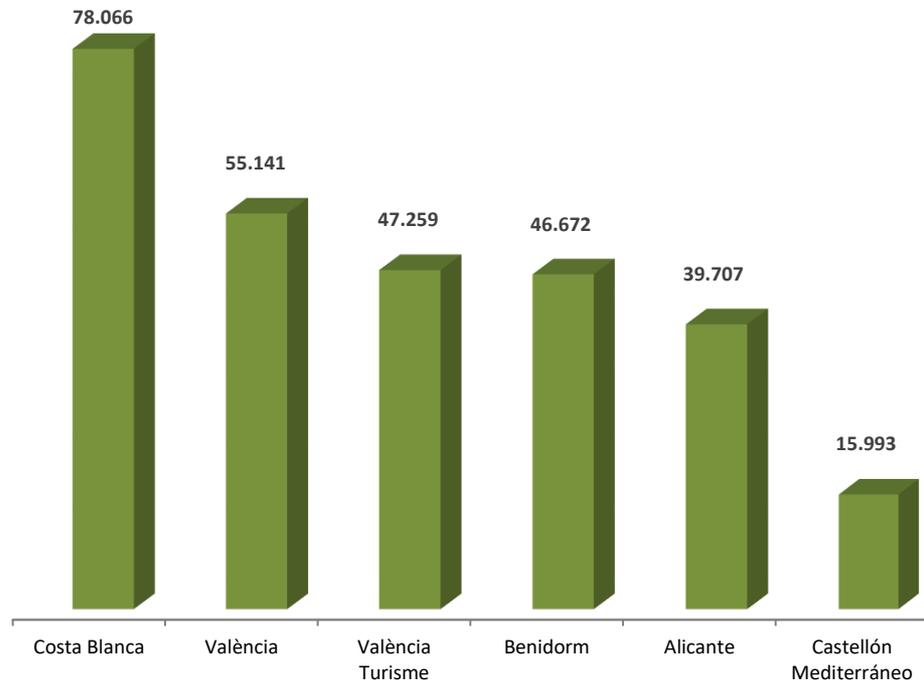


### Ranking de fans en Facebook de las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana (enero - junio)

Costa Blanca abre el año 2018 tal y como cerró el anterior, manteniéndose como líder entre las marcas turísticas.

Las seis marcas acumulan un total de 282.838 fans en Facebook en el primer semestre del año, un crecimiento del 4,30% con respecto al cierre de 2017.

Los fans se reparten de la siguiente manera: Costa Blanca 27,60%, València 19,50%, València Turisme 16,70%, Benidorm 16,50%, Alicante 14% y Castellón Mediterráneo 5,65%.



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

# 3.

## Los marcas turísticas de la Comunitat Valenciana en redes sociales: datos clave

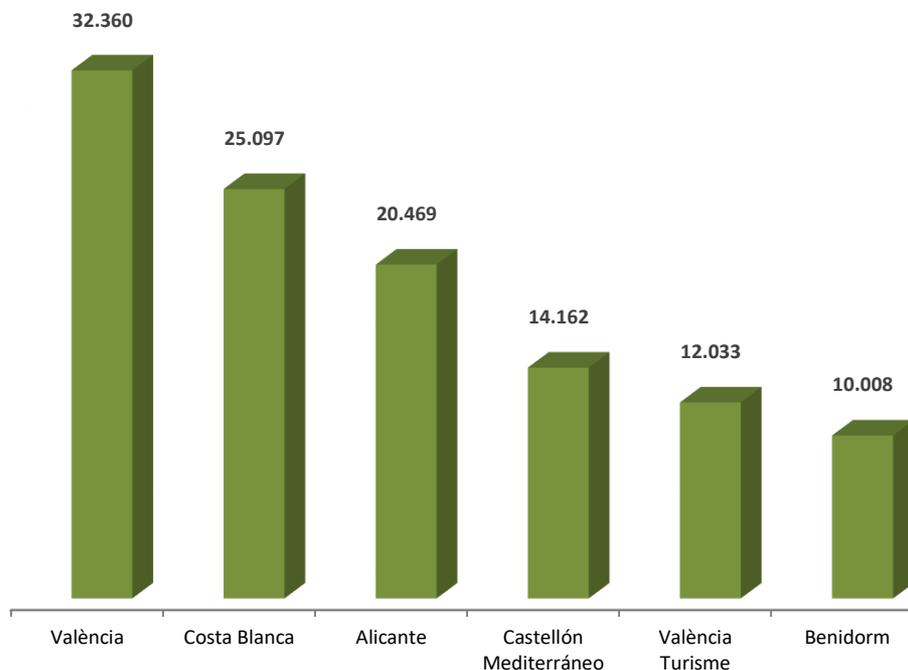


### Ranking de *followers* en Twitter de las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana (enero - junio)

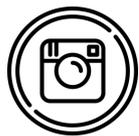
El ranking de Twitter de marcas turísticas del primer periodo de 2018 mantiene el orden que presentaba a cierre del pasado año. La ciudad de València aparece líder respecto del resto de marcas, seguida por Costa Blanca y Alicante.

Las seis marcas suman un total de 114.129 *followers* en Twitter, un 5% más con respecto a finales del 2017.

El reparto de *followers* en Twitter se da de la siguiente manera: València 28,35% Costa Blanca 22%, Alicante 18%, Castellón Mediterráneo 12,41%, València Turisme 10,54% y Benidorm 8,80%.



Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

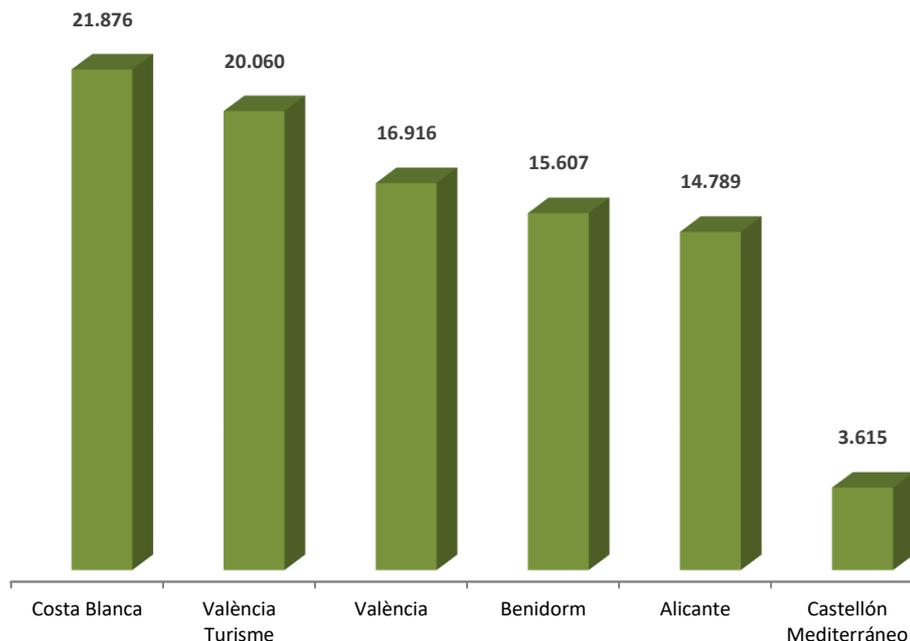


### Ranking de seguidores en Instagram de las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana (enero - junio)

En el primer semestre de 2018, Costa Blanca se mantiene líder, siendo la marca con mayor número de seguidores en Instagram. Seguida de cerca por València Turisme y la ciudad de València que asciende a tercera posición.

En total las marcas oficiales suman 92.863 seguidores en dicho periodo, un 20,5% con respecto a finales de 2017, siendo la red social que más crece en este periodo.

El reparto de seguidores en Instagram se da de la siguiente manera: Costa Blanca 23,60%, València Turisme 21,60%, València 18,22%, Benidorm 16,80%, Alicante 16% y Castellón Mediterráneo 4%.



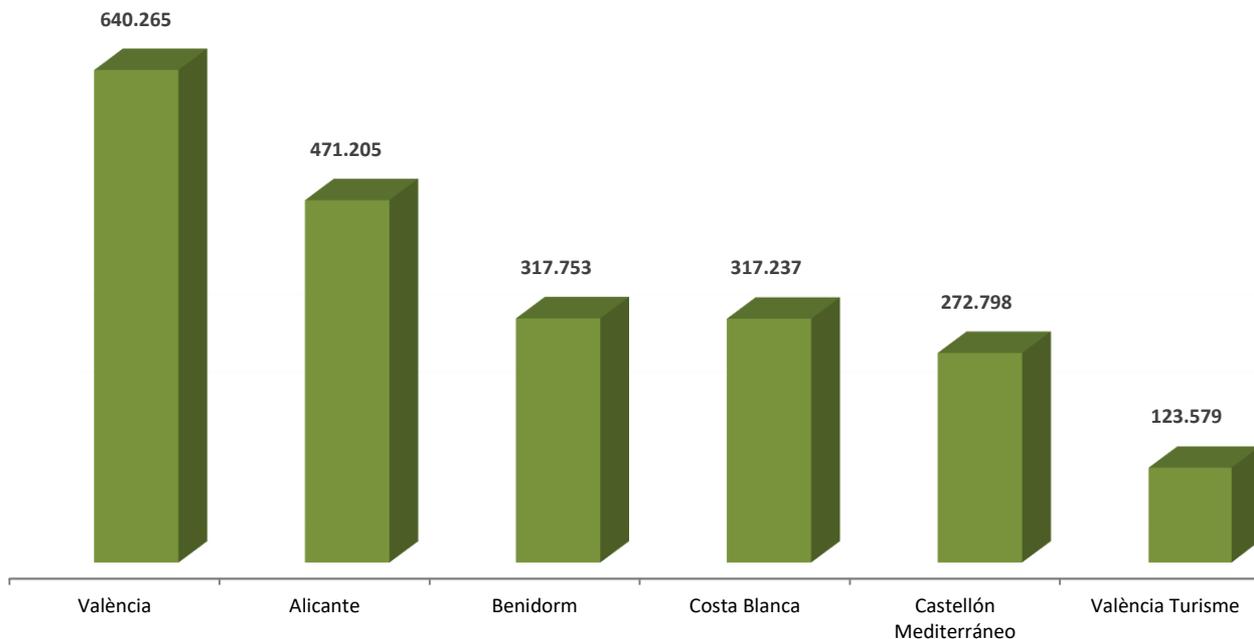
Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

# 3.

## Los marcas turísticas de la Comunitat Valenciana en redes sociales: datos clave



### Ranking de reproducciones en YouTube de las marcas turísticas de la Comunitat Valenciana (enero - junio)

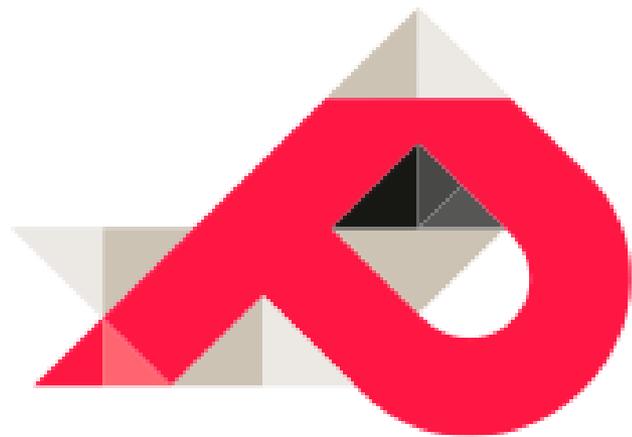


Nota: fecha de toma de datos junio de 2018

Entre las marcas turísticas, València sigue siendo la que más interés despierta y se mantiene como líder en el primer semestre de 2018, seguida de Alicante. El número de visualizaciones de canal de ambos representa el 52% del total de las marcas.

# 4

El ejemplo de “Els Ports és Autèntic”  
en Instagram



**ELS  
PORTS**

ÉS AUTÈNTIC

El ejemplo de “Els Ports és Autèntic” en Instagram  
[@elsports\\_es](https://www.instagram.com/elsports_es)

2018, año de consolidación y crecimiento de la marca turística

## Inicios:

La marca turística “Els Ports és Autèntic” nació en diciembre de 2016, gracias al Plan de Competitividad Turística de Els Ports. El Ports es una comarca del interior de Castellón que limita con el Maestrat y Matarranya.

En el primer año del proyecto, se apostó en la línea de la comunicación del destino y su promoción. Por ello, se decidió crear una marca turística que uniera a todos los municipios de la comarca, una gran plataforma web que mostrara los encantos de la región y que además permitiera reservar alojamientos, actividades y restaurantes en la zona. Todo unido a una fuerte apuesta por la comunicación en redes sociales.

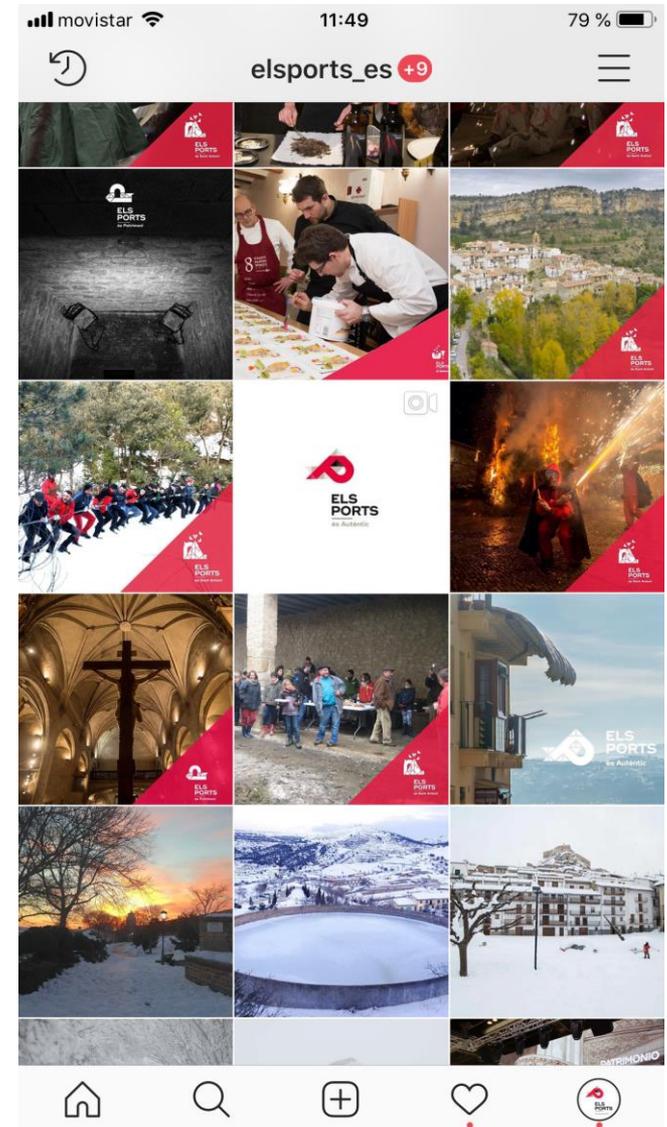
Como consecuencia, en 2017 se comenzó a publicar de forma periódica en Instagram, dando a conocer los encantos de los pueblos, fiestas, actividades, paisajes.... Siempre con una imagen muy cuidada, con fotografías de calidad y con marca de agua para promocionar y posicionar la nueva marca y todas sus variantes.

# 4.

## El ejemplo de “Els Ports és Autèntic” en Instagram

En diciembre de 2017 se llevó a cabo un análisis de las fortalezas y debilidades del proyecto llegando a la siguiente conclusión:

- La cuenta de Instagram tenía una comunidad de 1500 seguidores, pero no registraba gran interacción con ellos.
- La imagen estaba muy cuidada, pero le faltaba vida. Faltaba transmitir la experiencia en el destino.
- Necesidad de interactuar más con la comunidad. No sólo con sus comentarios en la cuenta de Els Ports, también con los usuarios que publicaban fotos atractivas del destino en sus propios perfiles.



## 2018, el cambio de estrategia:

Una vez hecho el diagnóstico, se produjo un cambio en la estrategia. Fue el momento de movilizar a la comunidad de seguidores en torno a la cuenta para que publicara con el hashtag #ElsPortsEsAutentic, para seleccionar entre todas ellas una foto diaria que sería compartida convirtiendo a los seguidores en parte activa de la cuenta.

Se hicieron dos concursos con premios de una cena y una noche de hotel en establecimientos de la zona para que la gente se habituara a utilizar el hashtag.

Además desde la cuenta de Els Ports se daba *like* todas las publicaciones que utilizasen el hashtag o que etiquetasen a la cuenta e incluso se dejaban comentarios en ellas.

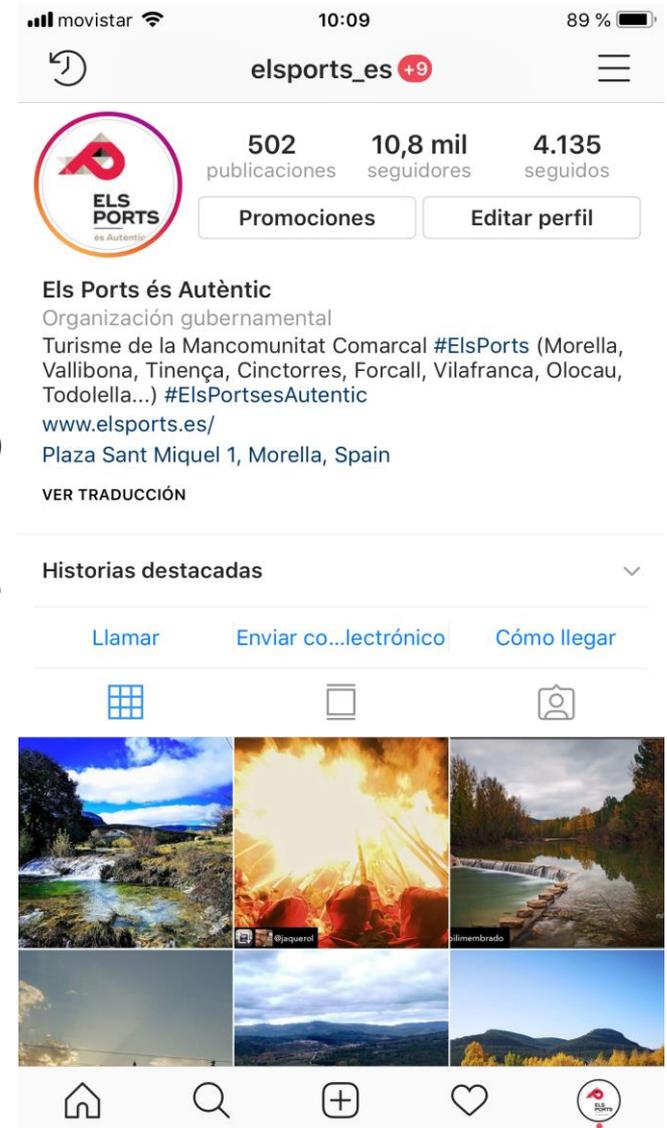
## ¿Qué ha ocurrido?

- Al utilizar el hashtag #elsportsesautentic se está difundiendo la marca turística.
- Se consigue mostrar la experiencia de los visitantes en El Ports.
- Se nutre de contenido diario la cuenta de Instagram por parte del equipo gestor y por parte de los usuarios.
- Se fideliza la audiencia, ya que cada vez publica más con el hashtag e interactúa más con la cuenta al recibir un *feedback*.
- En definitiva, la gente de la propia comarca y los visitantes son los que promocionan la marca, mostrando su visión y experiencia a otros usuarios.

# Resultados:

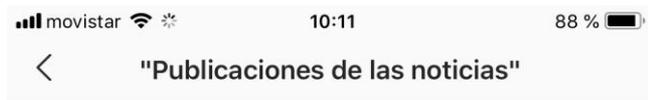
Una repercusión impresionante:

- La cuenta ha superado los 10.800 seguidores.
- El hashtag #elsportsesautentic registra más de 2.500 publicaciones desde enero.
- Cada publicación en la cuenta de Els Ports obtiene entre 4.000 y 8.000 impresiones.

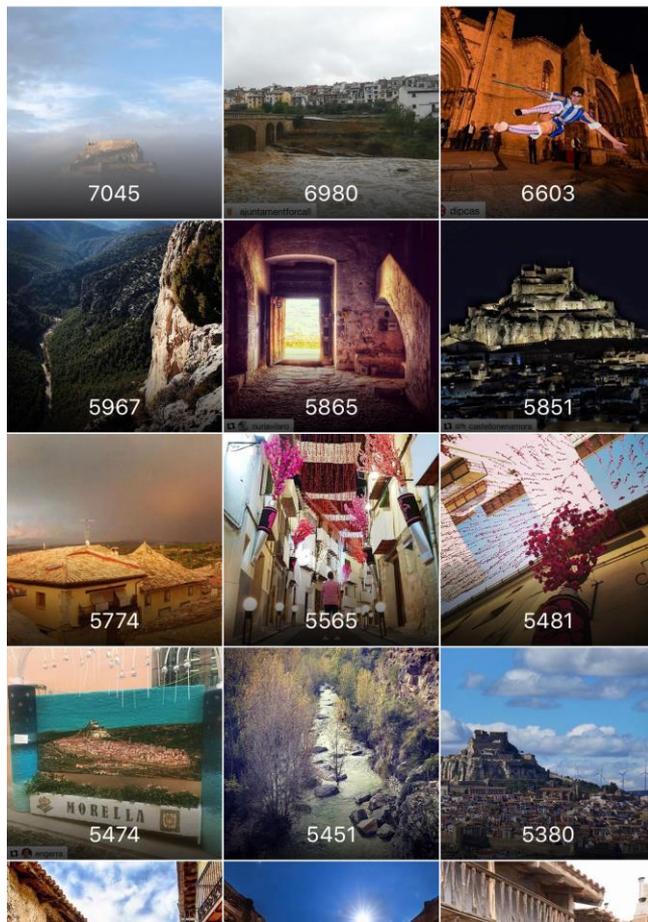


# 4.

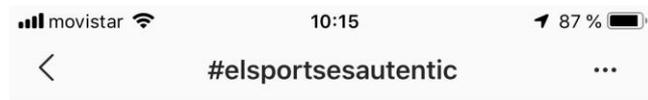
## El ejemplo de "Els Ports és Autèntic" en Instagram



Se muestran las estadísticas de **Todos** que se han publicado hasta hace **1 año** ordenadas por **Impresiones**



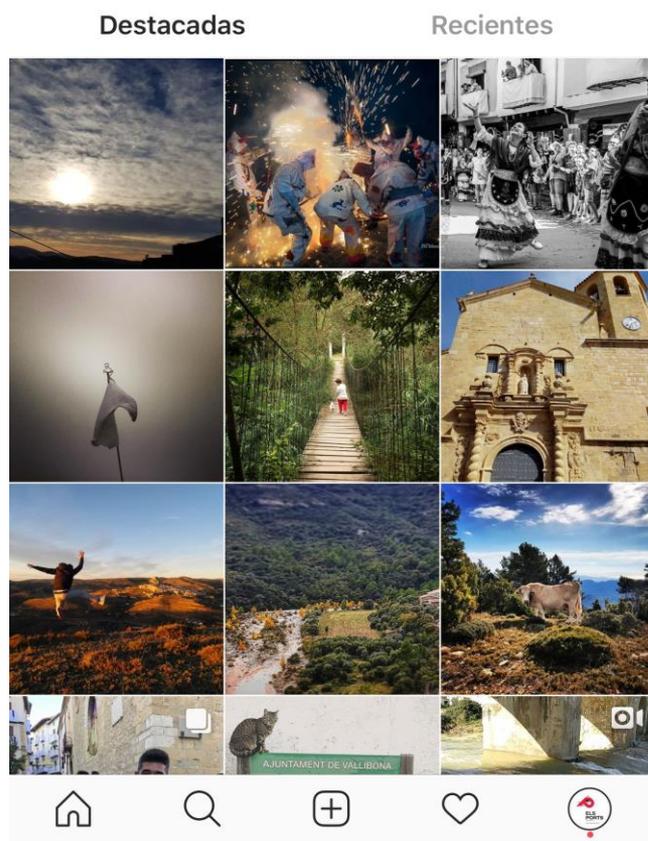
Publicaciones con más impresiones



2.525 publicaciones

Siguiendo

jlpgraphybcn sigue a este usuario



Publicaciones en el hashtag

## Concursos:

- El objetivo de los dos concursos fue que la gente se habituara a utilizar el hashtag.
- Para ello, se escogió una fecha con gran afluencia de visitantes a todos los pueblos, como son los “Sant Antoni”, una fiesta muy popular que se celebra en el mes de enero. El trabajo consistía en invitar a la gente a que subiera sus fotos al hashtag para participar en el concurso.
- Una vez finalizados los “Sant Antoni” en todos los pueblos, 4 fotografías finalistas fueron seleccionadas y subidas a la cuenta de Els Ports. El ganador sería la foto que más likes consiguiera.
- Con esto también se consiguió derivar tráfico de la web o de otras redes sociales al perfil de Instagram, aumentando así la comunidad de seguidores.
- Ante el éxito el concurso se repitió en primavera.
- Los dos concursos fueron promocionados con 50€ cada uno.

# 4.

## El ejemplo de “Els Ports és Autèntic” en Instagram



Lo más importante es que la gente empezó a conocer el hashtag #ElsPortsEsAutentic y que a partir de entonces lo pasó a utilizar de manera habitual en sus publicaciones. Por todo ello, el resultado fue muy positivo, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

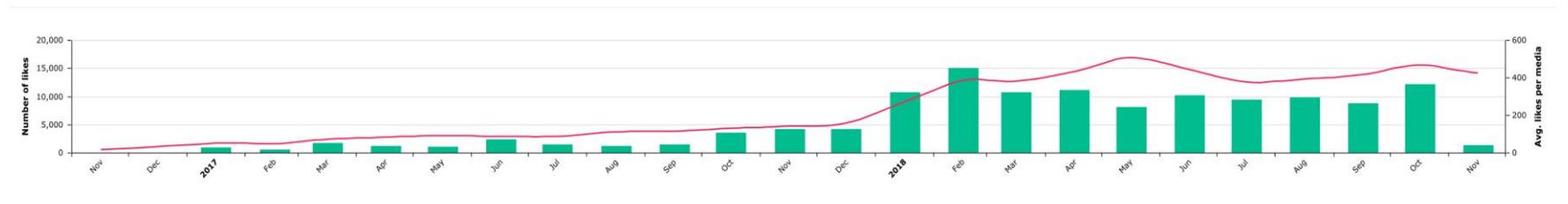
# 4.

## El ejemplo de “Els Ports és Autèntic” en Instagram

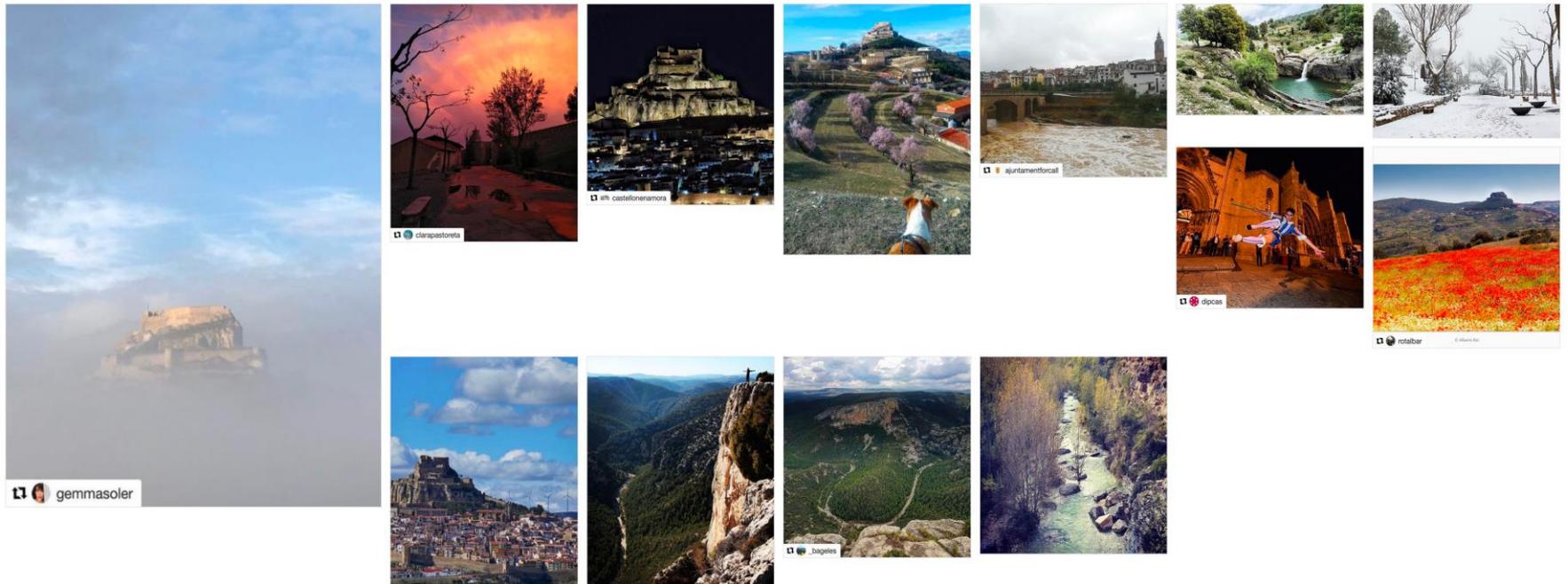
ANALYTICS FOR INSTAGRAM-ACCOUNT: ELSPORTS\_ES

Last update: 07/11/18 10:00

♡ LIKES RECEIVED



♡ MOST LIKED MEDIA, EVER



La influencia de los concursos se puede ver en este gráfico donde el salto de likes se produce a partir de enero. Se puede observar como la repercusión de la cuenta se ha multiplicado en este 2018.

# Interacción con la comunidad:

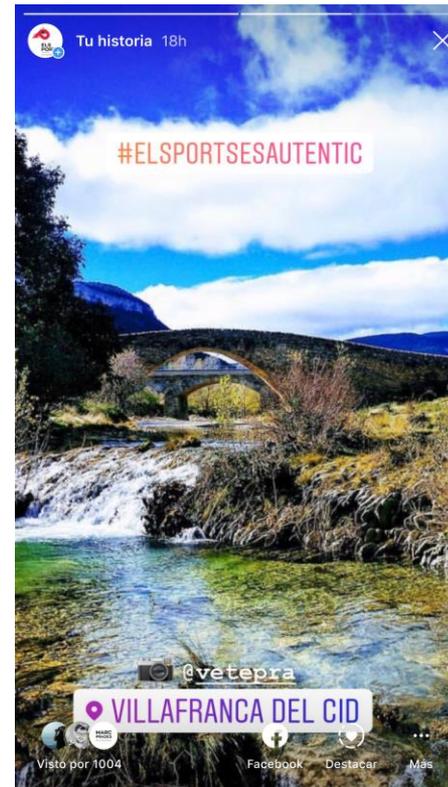
- Se da *like* y se contesta a todos los comentarios que se reciben en las publicaciones de la cuenta de Els Ports. También se da *like* y/o comenta a los usuarios que etiquetan la cuenta, comentan o envían mensajes directos.
- Con ello, se consigue que todos los usuarios se sientan parte de la marca y que se animen a seguir subiendo fotos con el hashtag.



# Atentos a los cambios: *STORIES*

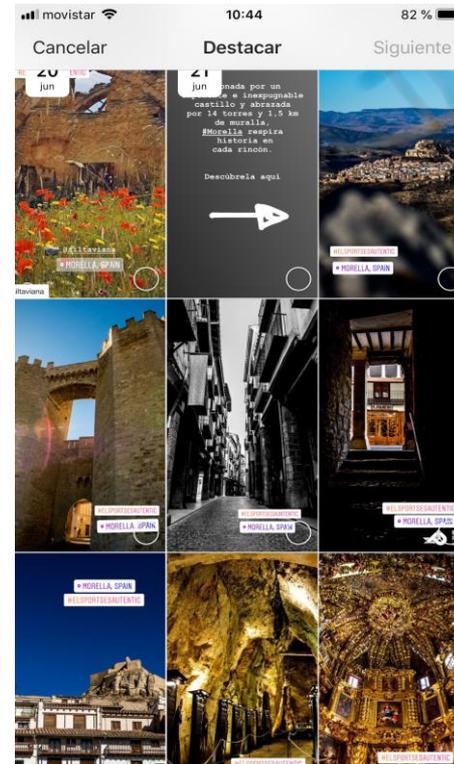
Las redes sociales están en constante evolución, por lo que hay que estar atentos a las novedades. Este año, la gran novedad ha sido la aparición de las *stories* y hay que adaptarse y usarlo como una forma atractiva de comunicación. ¿Cómo?

- Compartiendo también la fotografía del día en las *stories* etiquetando al autor. Así se difunde el encanto del territorio y se fideliza al autor.
- Difundiendo las actividades promovidas por la Mancomunidad Comarcal Els Ports. Son actividades que dan a conocer los encantos de los pueblos de la comarca y por lo que suman a la estrategia de promoción.



# Atentos a los cambios: *STORIES*

- Apostando por dar a conocer los pueblos colgando aquí también diferentes reportajes de fotografías propias y de otros usuarios.
- *Stories* también da pie a una generación de comunicación más fresca, pudiendo hacer encuestas, preguntas... de manera fácil. Son una herramienta muy positiva para interactuar con la comunidad.



# Atentos a los cambios: *STORIES*

- Animando a la comunidad de la cuenta a que comparta fotos de un evento concreto con el hashtag.
- Recordando que uno de los grandes objetivos del proyecto es que los visitantes puedan crear su experiencia a través de la plataforma de reservas.
- Enlazando los post del blog de la web generando flujo entre las diferentes plataformas.



# Deriva de tráfico a Instagram

Se trabaja para transvasar usuarios de las diferentes redes sociales o página web a Instagram. ¿Cómo?

- Anunciando cada lunes en Facebook cuál ha sido la publicación que más ha gustado en Instagram a lo largo de la semana e invitando a la audiencia de Facebook a seguir la cuenta de Instagram.
- Las publicaciones se comparten enlazadas en Twitter y en un *feed* en la página web



**Els Ports. És autèntic** está en Vallibona, Valenciana, Spain. ...  
Publicado por Arc Estudi [?] · 30 de octubre a las 16:41 · 🌐

El riu Cervol és la foto de la setmana al nostre Instagram. Està preciòs!  
Recorda que pots seguir-nos a  
[www.instagram.com/elsports\\_es](http://www.instagram.com/elsports_es)

📷 @madameemmab  
---

El río Cervol es la foto de la semana en nuestro Instagram. Está precioso!  
Recuerda que puedes seguirnos en  
[www.instagram.com/elsports\\_es](http://www.instagram.com/elsports_es)

📷 @madameemmab



**2584** Personas alcanzadas **335** Interacciones [Promocionar publicación](#)

👍❤️ 125 3 comentarios 12 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir 🌐

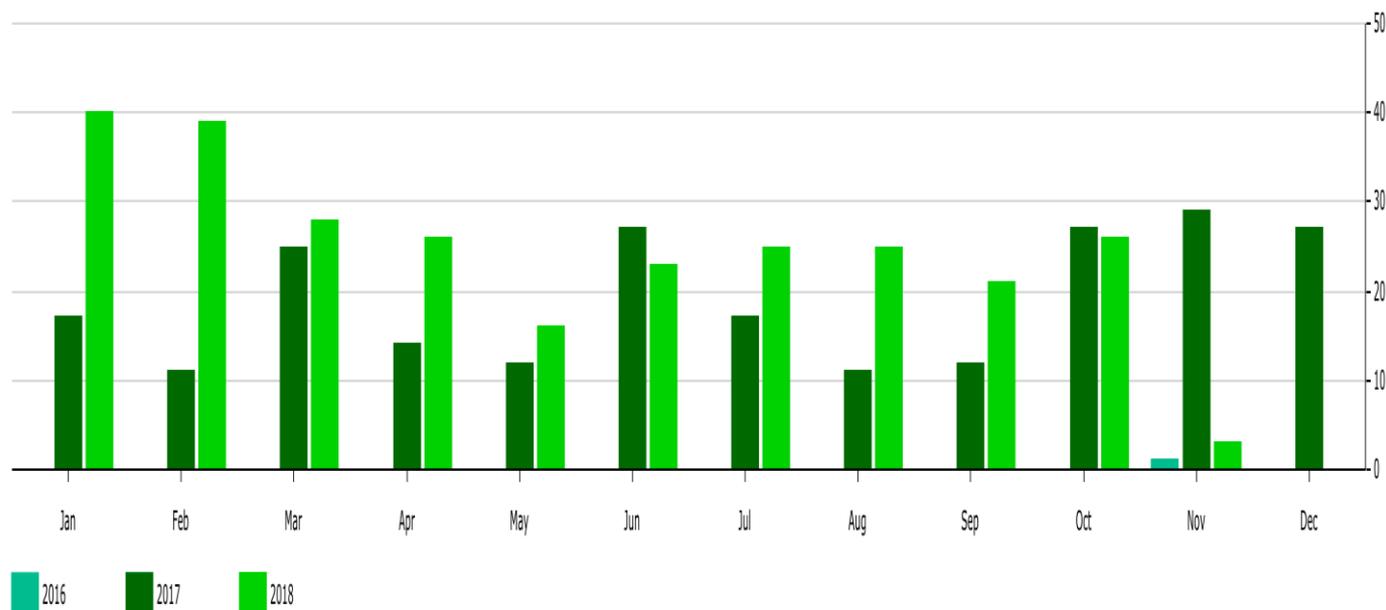


# Monitorización de datos y resultados

A continuación se puede observar el número de publicaciones de 2017 y 2018. En lo que va de año se han realizado 272 publicaciones hasta el 6 de noviembre. Se publica de media 6 días a la semana.

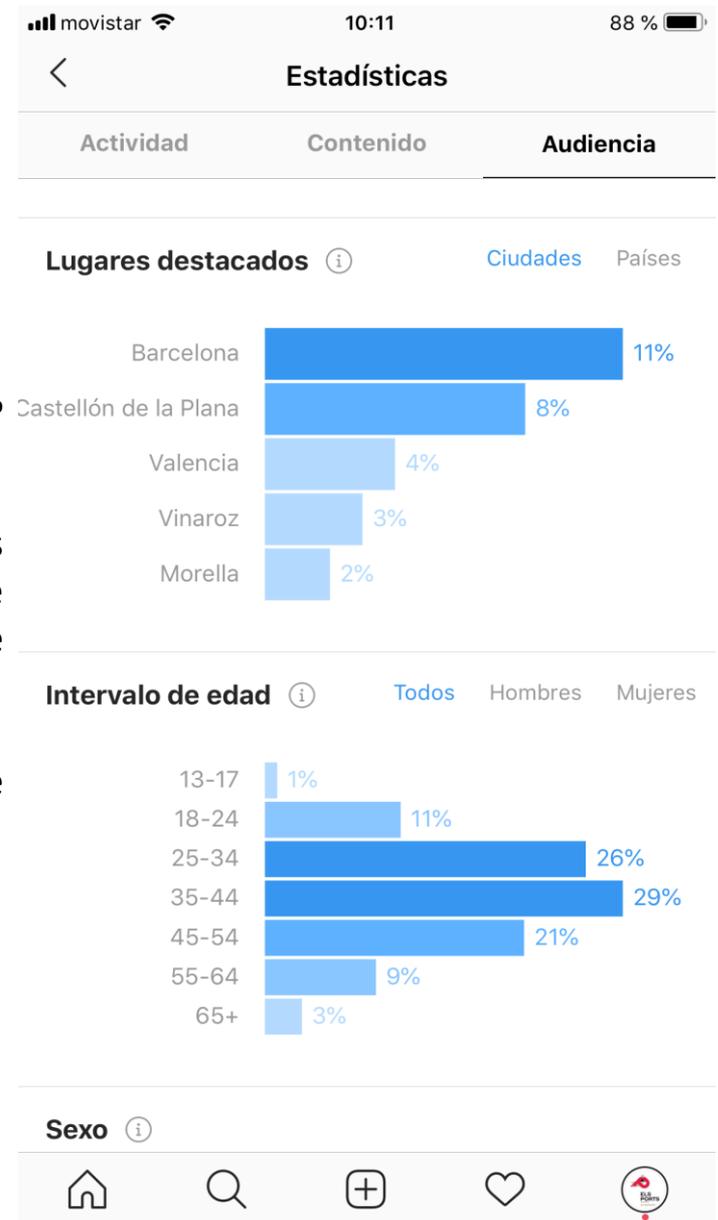
DISTRIBUTION

2016	± 1
2017	± 229
2018	± 272



# Audiencia

- El 51% de los seguidores son hombres y el 49% mujeres.
- Lo más importante es que la comunidad de usuarios coincide con las zonas geográficas de las que recibe más visitantes esta zona. Catalunya y las provincias de Castellón y Valencia constituyen el principal target.
- Más del 50% de los seguidores pertenece a la franja de entre 25 y 44 años.



# Otras redes sociales

- Además de Instagram, se publica diariamente en Twitter, Facebook o en las redes de Google.
- En Facebook Els Ports alcanza 5.000 seguidores, en Twitter 900 y en Youtube el canal cuenta con más de 40 vídeos.
- La estrategia está adaptada y es diferente en cada red social.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Els Ports. És autèntic' (@elsports.es). The profile picture is a red and white logo with the text 'ELS PORTS és Autèntic'. The cover photo is a landscape image of a white SUV on a dirt road. The page includes a navigation menu on the left with options like 'Inicio', 'Publicaciones', 'Videos', 'Fotos', 'Información', 'Comunidad', 'Social Channels', 'Opiniones', 'Ofertas', 'Eventos', 'Información y anuncios', 'Promocionar', and 'Administrar promociones'. The main content area shows a post from 'Els Ports. És autèntic' with a scenic landscape photo and the text 'A punt d'entrar a Descubre La Tinença trobem #Herbeset, que ens deixa una vista preciosa des de la carretera!'. There are also promotional cards for Instagram and a 'Historia De La Pàgina' section.

# Equipo

La empresa encargada de la comunicación de “Els Ports és autèntic” es Arc Estudi Disseny SLU, ubicada en Morella. Este es el equipo destinado al proyecto:

## EQUIPO

---



### Jorge Querol García

GERENTE Y DEPARTAMENTO DE DISEÑO

Ingeniero Técnico en Diseño Industrial (UJI), Máster en Artes Gráficas (UPV) Máster web (CEI) y CFS en Redes Sociales y Medios Online (UAH)



### Eli Marín Gargallo

DEPARTAMENTO DE DISEÑO E ILUSTRACIÓN

Estudios Superiores de Diseño Gráfico. Técnica superior en artes plásticas y diseño en ilustración .



### David Gil

COMMUNITY MANAGER Y DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA

Licenciado en Comunicación Audiovisual

# 5

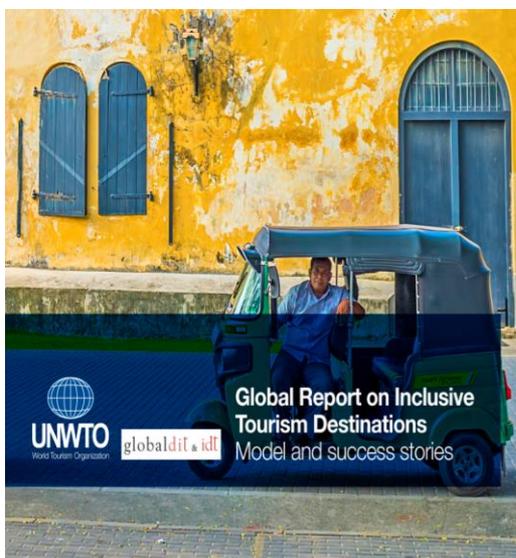
## Informes y estudios de referencia



La **Guía de Implantación de Destinos Turísticos Inteligentes de la Comunitat Valenciana** es la herramienta que permitirá a los destinos planificar en clave inteligente.

La guía analiza la situación del modelo DTICV a escala local, propone el desarrollo de planes directores y revisa los indicadores de evolución de un destino. El documento avanza la creación de la Red de Destinos Inteligentes de la Comunitat Valenciana en 2018.

<https://www.slideshare.net/invattur/gua-de-implantacin-dti-comunitat-valenciana>



El **Global Report on Inclusive Tourism Destinations: Model and Success Stories**, elaborado por la OMT en colaboración con Globaldit, presenta un modelo para turismo inclusivo, que se refiere a la capacidad del turismo para integrar a los grupos desfavorecidos para que puedan participar y beneficiarse de la actividad turística. El estudio muestra cómo el turismo puede favorecer el desarrollo sostenible, así como la reducción de la pobreza y la desigualdad, en el contexto de la Agenda 2030 y de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global\\_report\\_inclusive\\_tourism\\_destinations\\_en\\_web.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/global_report_inclusive_tourism_destinations_en_web.pdf)

### 500+ Tourism Facebook Ad Examples from America's State DMOs



***Análisis del uso de Facebook Ads por DMOs en Estados Unidos.*** En los últimos tiempos Facebook se ha convertido en una pieza clave para mejorar la eficacia de los esfuerzos de marketing y, en última instancia, aumentar las visitas en torno a un destino.

Las soluciones tradicionales de medición y análisis ya no son suficientes para lograr estos objetivos, por lo que algunos destinos con visión de futuro están actualizando sus KPI digitales. Este estudio muestra el ejemplo de las DMOs estadounidenses y su uso de Facebook Ads.

<https://bit.ly/2o7aRe3>

### INFORME INNOVACIÓN TURÍSTICA EN ESPAÑA 2018

Aula Internacional de Innovación Turística  
ESADE

Septiembre 2018



El ***Informe Innovación Turística en España 2018*** es el resultado de un estudio realizado por ESADE durante los meses de julio y agosto de 2018 sobre las tendencias de innovación en el sector turístico español a partir de entrevistas a los responsables de la toma de decisiones de empresas de turismo y ocio. Las conclusiones de este estudio revelan una buena fotografía de la manera que tienen las empresas turísticas de afrontar los procesos de innovación.

[https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-informe-innovacion-turistica-espana-2018/\\$FILE/ey-informe-innovacion-turistica-espana-2018.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-informe-innovacion-turistica-espana-2018/$FILE/ey-informe-innovacion-turistica-espana-2018.pdf)



El ***Modelo Playas Inteligentes de la Comunitat Valenciana***. El proyecto de Playas Inteligentes se enmarca en el contexto del modelo Destinos Turísticos Inteligentes Comunitat Valenciana y persigue el objetivo de analizar, conceptualizar y diseñar los servicios y las herramientas tecnológicas con las que debería contar una playa para aproximarse al modelo de planificación y gestión inteligente.

<http://www.turismecv.com/descarga-en-el-book-de-playas-inteligentes/>

# XI Barómetro de Redes Sociales de los Destinos Turísticos de la Comunitat Valenciana

(I – 2018)



**GENERALITAT  
VALENCIANA**



**INVAT·TUR**