



**Universitat de les
Illes Balears**
Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Marketing Digital de los Agroturismos

Marta Fiol Pujadas

Grau de Turisme

Any acadèmic 2014-15

DNI de l'alumne: 41571292B

Treball tutelat per Maria Antònia Garcia Sastre
Departament d' Economia de l'Empresa



S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:

Marketing Digital, Agroturismos, Hoteles Rurales, Consumidor

3 – Introducción.....	3
4 - Justificación del tema y relevancia.....	4
5 - Objetivos.....	5
6 - Definición de marketing digital.....	6
7 - Transición de marketing tradicional a online.....	7-9
8 - Ventajas del marketing digital para las empresas.....	10-11
9 - Ventajas del marketing digital para los usuarios.....	10-11
10 - Análisis de la página web de la Asociación de Agroturismos de Baleares (www.rusticbooking.com).....	12-14
10.1 - Análisis de páginas web pertenecientes a la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior.....	15-19
11 - Comparación página web de la Asociación de Agroturismos de Baleares con la Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi (www.nekatur.net) y la Asociación de Turismo Rural de Cantabria (www.turismoruralcantabria.com).....	20-25
12 - Posibles mejoras en marketing digital para la página web de la Asociación de Agroturismos de Baleares.....	26-27
13 - Conclusión.....	28
14 - Bibliografía.....	29

3- Introducción

En sus inicios, el marketing tenía como objetivo vender productos a un mercado de masas, dando la mayor importancia a la eficiencia y con una demanda superior a la oferta.

Con los años, el concepto de marketing ha ido evolucionando hasta llegar al nuevo Marketing 3.0. Éste tiene como objetivo mejorar el mundo y reconocer al cliente como un ser humano con mente, corazón y espíritu, escuchando su opinión y adaptando el producto o servicio a sus deseos y necesidades. Se ha pasado de las interacciones empresa- cliente a la colaboración entre muchas personas. Todo esto, gracias a la aparición de Internet y de las nuevas tecnologías.

4 - Justificación del tema y relevancia

La elección de éste tema ha sido realizada debido a la importancia que tiene actualmente al marketing digital para las empresas. Recursos que si son aprovechados pueden suponer un aumento importante de consumidores y una mejora de la imagen de la empresa.

En el caso de la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior, esta es una fuente de información muy importante para futuros visitantes que desean conocer nuestra comunidad autónoma. Su página web es analizada y se sugieren diferentes mejoras que se podrían realizar con el fin de dar a conocer la web a más gente y hacerla más atractiva. La web es un lugar excepcional para recoger en una misma página a la mayoría de establecimientos de turismo rural que ofrecen las Islas Baleares y así facilitar el proceso de elección y reserva de una estancia.

5 - Objetivos

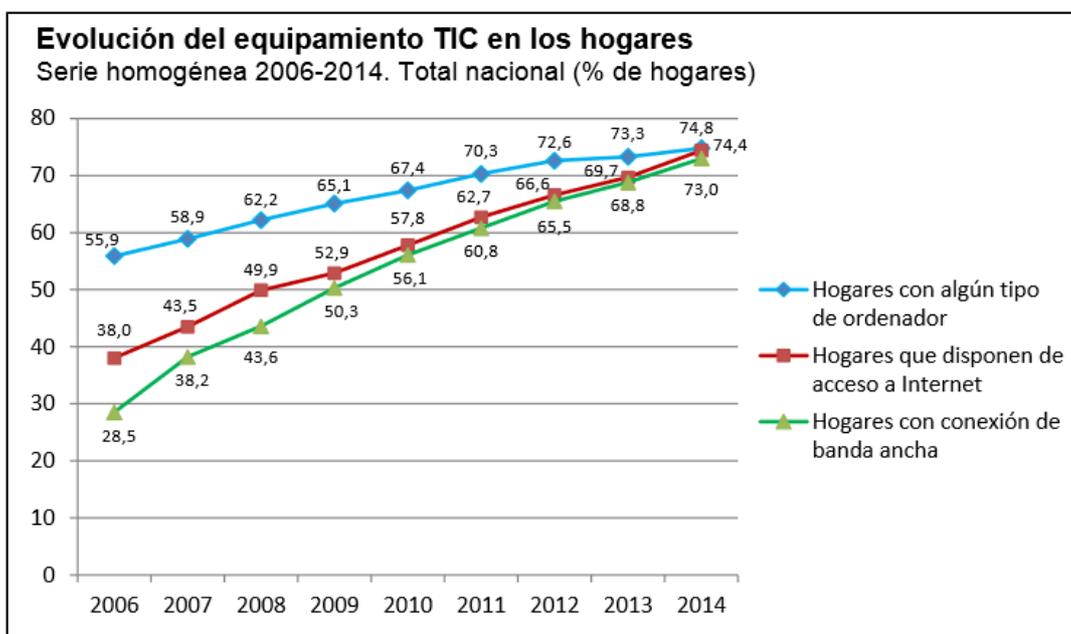
Los objetivos que se tratarán de alcanzar a lo largo del siguiente trabajo son los a continuación mencionados.

En primer lugar, explicar la evolución del marketing desde sus inicios hasta la actualidad. A continuación, exponer diferentes definiciones del marketing digital y más adelante nombrar sus ventajas para el consumidor y para la empresa. Además, se analizará la página web de la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior, así como las páginas de varios establecimientos que forman parte de la asociación. También se realizará un benchmarking de rusticbooking.com con las asociaciones de Euskadi y de Cantabria. Finalmente, se propondrán una serie de sugerencias que podrían mejorar el marketing digital de la asociación.

6 - Definición de Marketing Digital

Para poder profundizar en el siguiente trabajo, en este apartado se realiza una reflexión sobre la definición de marketing digital.

El marketing digital es promocionar los productos y servicios de una empresa a través de internet. Actualmente es muy importante estar presente en las redes sociales, hacer uso de e-commerce y ofrecer información a través de internet ya que es la manera de llegar a muchos consumidores de cualquier parte del mundo. Además en España de cada vez más hogares tienen acceso a Internet. Como se puede observar en el siguiente gráfico, en 2014, un 74'4 % de los hogares españoles tenían acceso, unas cifras que han ido creciendo cada año. (INE, 2014)



Fuente: INE

El marketing digital es una nueva forma comercial que lleva a cabo la empresa, utilizando la telemática, y que permite a sus clientes o clientes potenciales conseguir efectuar una consulta del producto; y seleccionar y adquirir, la oferta existente en un momento, de un determinado producto. (Martins, 2010)

Inma Rodríguez Ardura, en su libro define el marketing en Internet como el uso de Internet y otras tecnologías digitales relacionadas para conseguir los objetivos de marketing de la organización, de acuerdo con el enfoque actual de la disciplina (Rodríguez Ardura, 2002)

7 -Transición de marketing tradicional a online

En este apartado se habla de los cambios que ha experimentado el concepto de marketing en los últimos años, desde sus inicios hasta estos últimos años, explicando la diferencia de objetivos de cada época.

El Marketing 1.0 fue iniciado por el desarrollo de tecnología de producción durante la Revolución Industrial. El Marketing 2.0 apareció como resultado de la tecnología de la información e Internet. Ahora, las nuevas tecnologías se convierten en el motor principal del nacimiento de Marketing 3.0.

Durante la era industrial, cuando la tecnología principal era maquinaria industrial, el objetivo del marketing era vender la producción de las fábricas a todos los que quisieran comprar. Los productos eran bastante básicos y diseñados para servir a un mercado de masas. El objetivo era estandarizar y reducir los costes de producción para que los productos pudiesen tener un precio más bajo y ser más asequibles para más compradores.

El Marketing 2.0 apareció en la actual era de la información. El objetivo del marketing ya no es tan simple. Los consumidores de hoy están bien informados y se puede comparar fácilmente varias ofertas de productos similares. El valor del producto se define por el consumidor. Los consumidores difieren grandemente en sus preferencias. La segmentación es imprescindible y desarrollar un producto superior para llegar a un segmento específico de mercado. La regla de oro de "el cliente es el rey" funciona bien para la mayoría de empresas. Los consumidores están mejor porque sus necesidades y deseos están bien atendidos. Pueden elegir entre una amplia gama de características funcionales y alternativas. Los vendedores tratan de tocar la mente y el corazón de los consumidores.

Actualmente estamos experimentando el surgimiento del marketing 3.0. En lugar de tratar a las personas simplemente como consumidores, se les ve como seres humanos integrales con su mente, corazón y espíritu. Cada vez más, los usuarios buscan soluciones a sus inquietudes acerca de hacer este globalizado mundo un lugar mejor. Buscan empresas que respondan a sus necesidades como justicia e igualdad social, económica, y ambiental en su misión, visión y valores. Buscan no sólo plenitud funcional y emocional, sino también plenitud espiritual en los productos y los servicios. La tecnología permite a las personas expresar sus opiniones, sugerencias y colaborar con otros. (Philip Kotler, 2010)

Comparación de Marketing 1.0, 2.0 y 3.0

	Marketing 1.0 Marketing producto- céntrico	Marketing 2.0 Marketing orientado al consumidor	Marketing 3.0 Marketing de valores
Objetivo	Vender productos	Satisfacer y retener a los consumidores	Hacer de este mundo un mundo mejor
Fuerzas propulsoras	Revolución Industrial	Tecnologías de la información	Nueva ola tecnológica
Percepción del mercado por la empresa	Mercado de masas	Consumidor más inteligente con mente y corazón	Ser humano integral con mente, corazón y espíritu
Concepto fundamental de marketing	Consumidores con necesidades físicas	Diferenciación	Valores
Directrices corporativas de marketing	Desarrollo de producto	Posicionamiento corporativo y del producto	Misión, visión y valores corporativos
Proposiciones de valor	Funcional	Funcional y emocional	Funcional, emocional y espiritual
Interacción con los consumidores	Transacciones uno-a-uno	Relaciones uno-a-uno	Colaboración entre muchos

Fuente: Elaboración propia a partir de (“MARKETING: SU EVOLUCION DE 1.0 A LA ACTUALIDAD”)

Se ha pasado del modelo de las 4 P’s del Marketing desarrollado por Jerome McCarthy a las 4 P’s del marketing interactivo o digital, definidas por Idris Mootee en 2001.

Las 4 P's de McCarthy, precio, producto, punto de venta y promoción, representan la venta de un producto o servicio concreto, el objetivo del marketing tradicional. Por otro lado, las 4 P's de Mootee representan una empresa dinámica, abierta al cambio y con comunicación con el cliente. (“El Marketing Mix Digital – Las 4 nuevas P del Marketing)
 (“Las 4 P’s del marketing digital; el modelo de Idris Mootee | LuisMaram”)

A continuación se definen las 4 P's del marketing digital:

- Personalización

Se trata de ofrecer un producto o servicio acorde a las necesidades del cliente, segmentar.

Por ejemplo, Facebook enseña ofertas de productos a clientes según las búsquedas que han realizado en Google y recomienda personas que quizás uno conozca.

- Participación

Es involucrar al cliente en el producto o servicio, que el cliente pueda dar su opinión.

Por ejemplo, en la página web de Ray-Ban, el cliente puede configurar sus gafas de sol, seleccionando el color de la montura, estilo, color de los cristales y hasta el color de la funda.

- Peer-to-Peer Communities

Se refiere a tener seguidores en las redes sociales que hablen y opinen de la marca, ya que el consumidor confía más en las opiniones de otros clientes que en la publicidad que hace la empresa.

- Predicciones modeladas

Hace referencia a la importancia de que el comportamiento online de cada usuario sea seguido, medido y almacenado; analizado. Esto se puede hacer con programa como Google Analytics.

8 – Ventajas del Marketing Digital para el vendedor

El marketing digital proporciona numerosas ventajas, tanto para el vendedor del producto o servicio como para el consumidor. En este apartado se exponen los diferentes beneficios que el marketing digital supone tanto para empresas como para consumidores.

1. Permite ofrecer los productos/servicios globalmente, no existen barreras geográficas.
2. Reducción de costes, ya que desaparecen los costes derivados de la exposición física de productos, como alquiler de un local o gastos de luz.
3. Mayor flexibilidad. El vendedor puede adaptarse rápidamente a la demanda, por ejemplo cambiar ofertas, variar precios o añadir productos.
4. Se trabaja con menos stocks que en los establecimientos físicos.
5. Se puede captar la atención del cliente más fácilmente, mediante videos promocionales, ofertas animadas o juegos interactivos.
6. Contacto directo e interactividad con los clientes, aumentando su confianza en la empresa y resolviendo sus dudas.
7. Control de la eficacia de las campañas de marketing.
8. Muchas personas acceden a Internet diariamente desde diferentes dispositivos.
9. Ofrece a las pequeñas empresas competir en el mismo nivel que las grandes, ya que tienen las mismas herramientas a su alcance.
10. Mayor capacidad para segmentar. El marketing online permite definir mejor a que tipo de cliente se va a dirigir el mensaje, a qué país o en qué idioma entre otros.

9 - Ventajas del Marketing Digital para el usuario

1. Conveniencia y comodidad. Las compras se pueden efectuar las 24 horas del día y desde cualquier lugar, sin necesidad de desplazarse.
2. Personalización de los productos/servicios. Las páginas webs se pueden consultar en diversos idiomas, se puede elegir el color de productos y se pueden constituir viajes al gusto de cada usuario.
3. Un coste de oportunidad menor, ya que se ahorra en tiempo, desplazamiento y esfuerzo.
4. Oportunidad de obtener mucha información sobre la compra.
5. Facilidad para comparar productos/servicios y ofertas.
6. Acceso a un mercado global, que permite adquirir productos no disponibles a nivel local.
7. Intimidad del proceso de compra, debido a la ausencia de otros compradores o del personal del local.
8. Los clientes pueden interactuar con los vendedores para conocer más detalles del producto o servicio que desean adquirir.

Como se puede observar, el marketing online beneficia tanto a clientes como a empresas, al permitir un alcance global de los productos y servicios, así como facilitar en contacto directo empresa-cliente.

10 -Análisis de la página web de la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior (www.rusticbooking.com)

A continuación se analiza la página web de la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior y se compara con la Asociación de Agroturismos de Baleares con la Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi y la Asociación de turismo rural de Cantabria.



Fuente: www.rusticbooking.com

ABATI empezó en 1989 como un grupo de 12 payeses que se reunían en un almacén de algarrobas, con el propósito de preservar las fincas antiguas y tradicionales de su propiedad, puesto que el mantenimiento de las mismas era difícil por los insuficientes ingresos provenientes de la actividad agrícola. Así pues, los campesinos visitaron la Consellería de Agricultura y la de Turismo para obtener un permiso que les permitiera ofrecerse como establecimiento de alojamiento rural y poder así tener un complemento a la actividad agrícola.

Associació Balear d'Agroturismes i Turisme d'Interior (ABATI) es la asociación de establecimientos de alojamiento rural de las Islas Baleares. Fundada en 1989, tiene como finalidad evitar tanto deterioro como la desaparición de las edificaciones rurales que forman parte del patrimonio rural y cultural de Baleares. ABATI la forman alrededor de 100 agroturismos, hoteles rurales y turismos de interior de Mallorca

La asociación tiene como objetivos la representación, gestión, promoción, tutela y defensa de los intereses económicos y profesionales de sus miembros.

También les proporciona información y asesoramiento en materia legislativa, técnica, económica y profesional. Otros de los fines de la asociación son la represión del intrusismo profesional y la colaboración con entidades locales.

La Associació Balear d'Agroturismes i Turisme d'Interior cuenta con una plataforma on-line de reservas: Rusticbooking.com.

La página web tiene un fondo blanco e imágenes grandes en la portada. Se puede consultar en castellano, inglés y alemán para dar acceso a la información y facilitar el proceso de reserva a clientes de diferentes partes del mundo.

Al abrir la página web nos encontramos con dos menús principales: "Sobre Nosotros" y "Contacto".

"Sobre Nosotros" incluye un apartado con la historia de la Asociación. También lleva un apartado llamado "¿Por qué RusticBooking?" Donde resaltan las cualidades y beneficios de la página, como por ejemplo, un trato personalizado y ausencia de gastos de gestión. Además, incluye una sección llamada "FAQS", donde dan respuesta a las preguntas más comunes que el consumidor realiza, como puede ser: ¿Cómo se hace una reserva?. Este apartado sirve para aclarar dudas de la forma más rápida posible, ahorrando tiempo y recursos.

En el apartado "Contacto", incluye la dirección de la sede de la asociación. También incluye su teléfono y fax para contactar directamente con ellos dentro del horario de apertura. Además se puede enviar un e-mail o rellenar un formulario disponible en su página web.

Debajo de los dos menús principales, se encuentran 3 secciones más: "Alojamientos", "Actividades" y "Explora Mallorca". En cada una de ellas se incluye información relativa a la asociación y a los alojamientos adheridos.

En la primera hay una lista con todos los establecimientos que forman parte de la Asociación Balear de Agroturismos. Bajo el título "Actividades" se ofrecen diferentes actividades que se pueden realizar en la isla, como golf o escalada, y al seleccionar una de ellas nos enseña algún agroturismo donde se pueda practicar esa actividad cerca.

Y en el apartado "Explora Mallorca" se encuentra un mapa de la isla dividido en las diferentes zonas, Tramuntana, Es Raiguer, Es Pla, Llevant, Migjorn y Palma.

En la parte izquierda de la página web, hay tres iconos que nos redirigen a tres webs distintas, dos a las atracciones "Natura Park Zoo" y "La casa de Robert

Greaves”, y uno que nos lleva a una tienda de productos artesanales elaborados en Sóller: “Fet a Sóller”.

Para hacer una reserva podemos introducir los datos en el Buscador, el cual nos ofrecerá distintos alojamientos según nuestras preferencias. A continuación, una vez hemos seleccionado el establecimiento, tenemos que introducir nuestro datos en un formulario y posteriormente se pondrán en contacto con nosotros para informarnos de si el alojamiento está disponible para las fechas escogidas. Al cabo de un día se ponen en contacto con nosotros por e-mail para confirmarnos si está o no disponible el alojamiento e informarnos del precio de una habitación. Si decidimos hacer la reserva, nos tenemos que volver a poner en contacto con ellos para informarles de que nos interesaría hacer la reserva para así ellos poder completar la gestión.

La Associació Balear d’Agroturismes i Turisme d’Interior tiene un acuerdo con la fundación Deixalles, a los cuales donan mobiliario, material informático, ropa y complementos de los agroturismos y hoteles de interior con el fin de ayudar a la entidad, la más importante de Baleares en lo que respecta a la reinserción socio-laboral de personal con riesgo de exclusión.

ABATI también tiene acuerdos con la fundación Es Garrover, que es una entidad sin ánimo de lucro, cuya finalidad es la inserción socio-laboral de personas con enfermedades mentales. Los miembros de Es Garrover les ofrecen servicios de mantenimiento de fincas, jardinería, pintura o albañilería. Los agroturismos de la asociación ABATI también contarán con los productos de agricultura ecológica cosechados por Es Garrover.

La Associació Balear d’Agroturismes i Turisme d’Interior forma parte de la Federació Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM). (“www.rusticbooking.com,” 2013)

10.1- Análisis de páginas web pertenecientes a la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior.

Los siguientes agroturismos que se analizarán forman parte de la misma asociación, sin embargo, se podrá apreciar la diferencia de aprovechamiento de las tecnologías digitales, ya que algunos hacen uso de todos los recursos disponibles.

Hotel Rural Predí Son Jaumell



Fuente: www.hotelsonjaumell.com

Son Jaumell es una antigua possessió mallorquina reformada situada en la costa este de Mallorca que cuenta con 23 suites, donde los huéspedes pueden descansar en un ambiente de tranquilidad y relax.

El hotel rural Predí Son Jaumell tiene una página web donde los clientes pueden hacer sus reservas y consultar información tanto sobre el alojamiento como sobre actividades y eventos. La página está disponible en varios idiomas, inglés, español y alemán, para dar acceso a la información a clientes de diferentes partes del mundo.

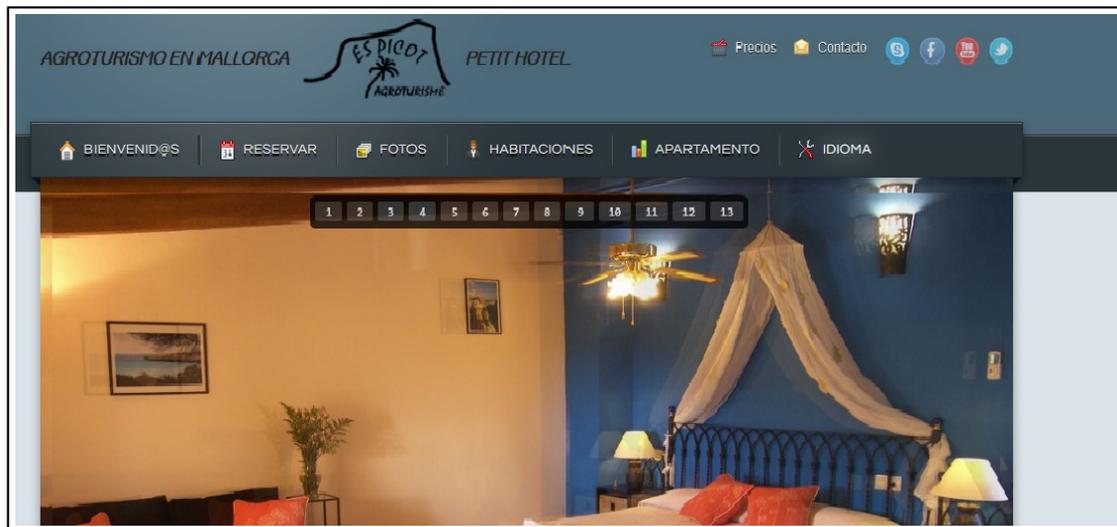
Cuenta con un motor de reservas propio, donde los clientes pueden reservar directamente su estancia, seleccionando el número de días que desean alojarse, el tipo de habitación y el tipo de régimen.

En la web hay diversos apartados donde el cliente puede consultar información sobre actividades que se pueden realizar en la isla, como, rutas vinícolas o rutas en bicicleta.

También el hotel cuenta con una cuenta de Twitter y una de Facebook, que

actualizan más de una vez por semana.

Agroturismo Es Picot Petit Hotel



Fuente: <http://www.espicot.es/>

Este agroturismo cuenta con 5 habitaciones dobles y un apartamento para cuatro personas, se encuentra situado en el este de Mallorca.

Esta página web tiene una portada sencilla, con colores apagados, que podría ser mejorada. Está disponible en catalán, castellano, inglés y alemán, para dar acceso a la información a clientes de diferentes partes del mundo.

El hotel está presente en las redes sociales, con cuentas en Facebook, Twitter y Youtube, que se actualizan cada semana para mostrar novedades y vídeos del hotel.

La web cuenta con su propio sistema de reservas, desde el cual el cliente puede elegir el tipo de habitación y comprarla en minutos.

Agroturismo Ca's Curial



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

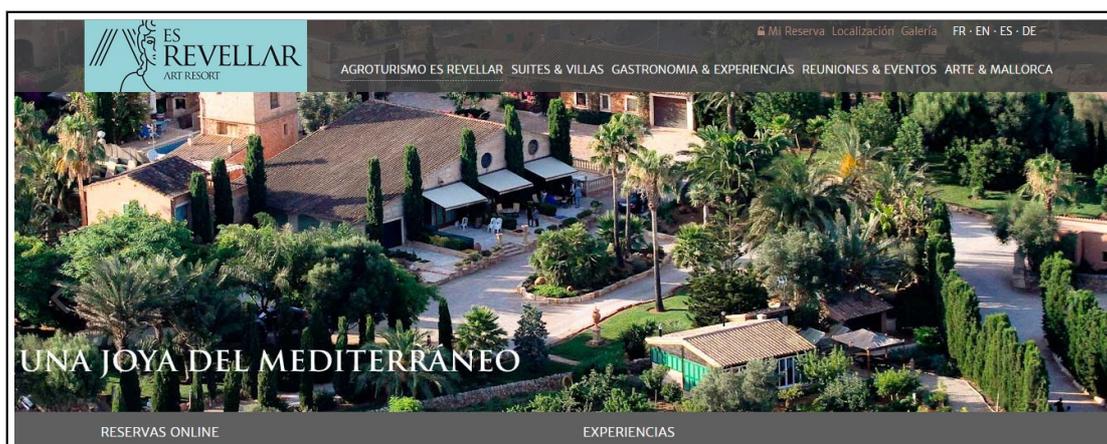
Ca's Curial es un agroturismo de 9 habitaciones ubicado en Sóller. La página web está disponible en tres idiomas diferentes: inglés, alemán y español, para hacerla accesible a gente de diferentes países. En su página web se puede consultar información relativa al alojamiento, la finca, las habitaciones, el entorno, y rutas de senderismo.

La web cuenta con un sistema de reservas donde el cliente puede comprobar la disponibilidad de las habitaciones y hacer bookings.

El agroturismo está presente en Facebook, con una red de 45 amigos. Se podrían aprovechar mejor los beneficios del marketing digital si se realizasen actualizaciones y publicaciones periódicas en Facebook con el fin de informar a los clientes de las novedades y ofertas disponibles. También se podrían crear cuentas en más redes como Twitter e Instagram para conseguir más seguidores y tener más contacto directo con los clientes.

Los tres hoteles anteriores, pertenecientes a la asociación balear de agroturismos, tienen sistema de reservas en su página web, donde el cliente puede comprobar la disponibilidad de las habitaciones y seleccionar las fechas en las cuales desea alojarse en el hotel.

Es Revellar Art Resort



Fuente: <http://www.revellarartresort.com/es/>

Es Revellar es una finca ubicada en Campos, que cuenta con 12 habitaciones, cada una de ellas decorada con antigüedades y obras de arte únicas. La finca está compuesta por 12 edificios restaurados conservando el carácter y características originales, con hermosos jardines, repletos de obras de arte, fuentes, caminos, esculturas, piezas étnicas, antigüedades, jardín botánico, palmeras y bosques de pinos.

La portada, con fondo gris y grandes imágenes de fondo resulta muy elegante y atractiva, acorde con el estilo e imagen del hotel. También hay un apartado donde habla de la cultura y arte mallorquines.

Desde la página web se pueden realizar reservas, así como consultar ofertas y rebajas.

En el agroturismo, los huéspedes pueden apuntarse a actividades que se realizan dentro del hotel, por ejemplo, se ofrece un curso de fotografía por 200€ por pareja.

Como se puede ver en la siguiente imagen, ofrecen ofertas que van cambiando periódicamente

OPERACIÓN BIQUINI - ÚLTIMA HORA JUNIO

Información Habitaciones

Aprovecha nuestros precios especiales de estos días de Junio, y empieza a preparar tu piel para las vacaciones de verano!

No dejes escapar esta oportunidad única. Este Junio, disfruta de una de nuestras GARDEN ROOM y ahorra hasta 80€ por noche.

Prepárate para el mejor verano, en ES REVELLAR ART RESORT. Escápate y disfruta de una estancia de relax, sol y naturaleza... sólo para los amantes del arte de la buena vida.

- Alojamiento en una de nuestras GARDEN ROOM.
- Agua mineral en la habitación.
- Acceso ilimitado a nuestros jardines, piscina y gimnasio.
- Acceso WIFI ilimitado.
- Aparcamiento gratis.

Tipo: Ofertas y descuentos
Categoría: Oferta Especial
Mínimo noches: 1
Estancia: 01-07-2015 / 16-07-2015
Anticipación necesaria: 0 días
Válido hasta: 16-07-2015

Entrada: 12/07/2015
Salida: 13/07/2015
Régimen: Todos
Ocupación: 1 habitación
Habitación 1: 2 adultos
Código promoción: RESERVAR AHORA

Fuente: <http://www.revellarartresort.com/es/>

Es Revellar también se promociona en Facebook y Twitter. Además, tienen un blog que actualizan con artículos de interés, en español e inglés. En Facebook cuentan con 485 amigos, que comparten sus opiniones y experiencias vividas durante su estancia en el agroturismo.

Adicionalmente, Es Revellar incluye un enlace a Tripadvisor en su página web, para que los usuarios puedan consultar opiniones de otros clientes que ya se alojaron en el establecimiento.

Como se puede apreciar, la página web de la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior podría ser bastante más completa y ofrecer un sistema de reservas automático, que el cliente pudiese reservar al instante, sin necesidad de enviar mails y esperar la respuesta. También podría incluir información sobre lugares que visitar o cosas que hacer en las Baleares, para seguir la misma línea que los agroturismos que forman parte de ella.

11 -Comparación página web de la Asociación de Agroturismos de Baleares con la Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi (www.nekatur.net) y la Asociación de turismo rural de Cantabria (www.turismoruralcantabria.com)

En el siguiente apartado se realiza un análisis de las similitudes y diferencias que presenta la página web de la Asociación de Agroturismos y Turismo de Interior con respecto a las páginas de la asociación cantábrica y la de Euskadi.

Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi (www.nekatur.net)



Fuente: www.nekatur.net

La asociación Nekatur se creó en 1991 y engloba tanto a las casas rurales como a los agroturismos de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Actualmente, más de 300 establecimiento rurales forman la asociación.

La página web de la Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi permite seleccionar un alojamiento y realizar la reserva directamente desde la página, con opción de seleccionar tipo de habitación, pensión y actividades extras, como por ejemplo, taller de hacer quesos.

La página web se puede visitar en varios idiomas, los cuales son castellano, euskera, catalán, inglés, francés, alemán e italiano.

Se explica con claridad la historia de la asociación y su estructura organizativa. Se incluye la definición de caserío, para orientar a los clientes del tipo de alojamiento que se ofrece en ésta página web. Además, acompañan la información con un vídeo promocional con imágenes de Euskadi.

También se ofrecen ofertas como “Estancias de 7 días en Julio 10% de descuento” para incentivar a la gente a realizar estancias largas.

Hay una sección en la página, llamada “Regala Estancias”, donde ofrecen una gran variedad de packs para regalar, conocidos como “Nekabonos”. Un ejemplo de Nekabono es:

Nekabono regalo "turquesa"

CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL BONO Cómo comprar el NEKABONO REGALO RESERVAS Alojamientos NEKABONO TURQUESA

Estancias de 2 noches en apartamento (para 10-12 personas).

Estancias de 2 noches en casa entera (para 10-12 personas).

Precio 530 €

Solicitar NEKABONO TURQUESA

Fuente: <http://www.nekatur.net/bono-turquesa>

Al lado de los precios de los alojamientos, algunos ofrecen descuentos durante tiempo limitado, cómo se puede observar en la esquina superior derecha de la siguiente imagen:

Arrieta Haundi
Zegama/Gipuzkoa [Mostrar en mapa](#)
Agroturismo: 16 Personas + 8 Supletorias / Distribución + Info

5 Comentarios

~~297,00€~~
-33%
198,00€

11h 23:47:31

! No sin tu mascota ! ... Ver

Más fotos

Más información Reservar ahora

Fuente: <http://www.nekatur.net>

Éstos descuentos pueden animar a la gente a hacer una reserva inmediata, ya que si esperan se puede acabar la oferta.

La Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi está presenta en diversas redes sociales; Twitter, Facebook y Google +. Realizan actualizaciones varias veces por semana publicando ofertas, respondiendo a opiniones de clientes, promocionando actividades y eventos como conciertos y también colgando fotos y vídeos del País Vasco. En Facebook realizan sorteos

de estancias para la gente que se suscribe a su boletín de noticias, lo que hace que mucha gente se suscriba y así reciben información de la Asociación y ofertas. La Asociación también cuenta con un canal de Youtube, donde podemos encontrar vídeos sobre asociación y otros que presentan distintos agroturismos que forman parte de la asociación.

Nekatur cuenta con una aplicación para smartphones que incluye un buscador el cual permite obtener información de los alojamientos y hacer reservas. También sirve para conocer la ubicación exacta de las casas rurales a través de un mapa, que permite ubicar los alojamientos, así como calcular la ruta más rápida para llegar. Una vez en el alojamiento, se puede acceder a un listado de opciones de ocio: naturaleza, rutas, eventos, museos, ferias, monumentos, restaurantes y playas, entre otros y calcular la ruta para llegar allí desde el alojamiento.

Algunas entidades turísticas y empresas de turismo activo del País Vasco ofrecen descuentos y ofertas a sus clientes que se alojan en los establecimientos de la Asociación de Agroturismos y Casas Rurales de Euskadi, quienes tendrán que presentar la “tarjeta de descuentos Nekatur” para recibir los descuentos.

En la sección “Qué ver/ hacer” hay un listado de lugares de interés con una selección de los recursos turísticos más destacados de Euskadi: Naturaleza, monumentos, rutas o museos. Esto permite encontrar actividades para hacer o lugares para visitar cada día.

En la sección “Actualidad” podemos encontrar noticias interesantes sobre Euskadi, sus fiestas, tradiciones, ferias o sucesos importantes.

Se puede seleccionar la población donde se quiere el alojamiento en un mapa de Euskadi que encontramos en la página principal.

Hay la opción de contactar con la asociación a través de Skype, permitiendo recibir llamadas internacionales sin ningún coste. (“Agroturismos, Casas Rurales y Alojamientos Rurales en Euskadi, País Vasco | Nekatur.”)

Página web de la Asociación de turismo rural de Cantabria (www.turismoruralcantabria.com)



Fuente: www.turismoruralcantabria.com

Desde su formación en 1992, la Asociación desarrolla la función de fomentar el conocimiento de sus pueblos y comarcas, de las diferentes actividades culturales y de ocio que se pueden realizar en Cantabria.

La página web tiene una gran y colorida imagen de fondo, y se utilizan colores vivos en toda la portada, que captan la atención.

En el centro de la página se encuentra un buscador donde se puede seleccionar la comarca que se quiere visitar, el tipo de alojamiento, por ejemplo: casa de labranza, posada, casa rural, y realizar una reserva.

La información está estructurada de manera muy clara, con las principales secciones situadas en el centro de la página y en letra grande. Sin embargo, solamente se encuentra disponible en castellano, lo que la hace inaccesible para gente que la consulte desde otros países.

Turismo Rural Cantabria está presente en la mayoría de redes sociales, como Instagram y Pinterest. Y cuenta con más de 2.000 seguidores en Twitter y casi 11.000 amigos en Facebook.

Para quienes deseen visitar Cantabria, pueden encontrar rutas para descubrir los encantos que ésta provincia ofrece, como la ruta de “Subida a la cruz de Viorna”.

La Asociación también ofrece ofertas, como por ejemplo “Paga 3 y disfruta 4”, en la que si se reservan tres noches se recibe una totalmente gratis.

En la sección “Quiénes somos”, encontramos una pequeña introducción a la asociación y su organigrama, donde podemos ver quienes forman la asociación. (“<http://www.turismoruralcantabria.com/>”)

A continuación se realiza una comparación de varios atributos de las tres páginas web de las que se ha hablado anteriormente. Esta tabla se ha realizado con la finalidad de facilitar la comparación entre las tres asociaciones.

	Asociación Baleares	Asociación Cantabria	Asociación Euskadi
Diseño	Diseño simple y con el tipo de letra pequeña, que dificulta la lectura.	Diseño atractivo. Letra grande y fácilmente legible.	Diseño elegante. Letra de tamaño correcto, que facilita la lectura.
Usabilidad	El usuario puede desplazarse por la página con facilidad y tiene el menú de contenidos siempre visible. Cuenta con una sección de atención al cliente.	Cuenta con una página de ayuda para resolver dudas. También contiene un mapa web con la estructura de la página.	Estructura clara, que permite al visitante navegar por la página con facilidad e identificar fácilmente las ofertas disponibles. Como las otras asociaciones, también contiene un mapa del sitio.
Accesibilidad	Fácil acceso a la página web a través de www.google.com . Utilización del dominio internacional .com	También es fácil acceder a esta página a través de Google. Como la anterior, hace uso del dominio internacional .com	Facilidad de acceso desde el buscador Google. Utiliza el dominio .net
Funcionalidad	El usuario puede localizar la información deseada rápidamente	La información se puede encontrar fácilmente en esta página.	El usuario puede localizar rápidamente la información deseada

Fuente: Elaboración propia a partir de (Moraleda, Figueroa, & Baltazar, 2004) y (“CALIDAD Y EVALUACIÓN DE LOS CONTENIDOS ELECTRÓNICOS,” 2011)

12- Mejoras Web de la Associació Balear d'Agroturismes i Turisme d'Interior

La web, www.rusticbooking.com está disponible en varios idiomas. La página se podría traducir también al catalán, ya que bastantes clientes proceden de Cataluña y las Baleares. También ofrecer la página en francés ya que es una lengua hablada en muchos países.

Otra de las mejoras que se podrían hacer es cambiar el funcionamiento del sistema de reservas, para poder reservar directamente, sin necesidad de contactar dos veces con la Asociación mediante e-mail y sin la posibilidad de elegir tipo de habitación. Intentar que al cliente le resulte más sencillo realizar

una reserva, ya que al necesitar varios días para hacer una reserva, Si en la web se ofrecieran ofertas, por ejemplo “paga 2 noches y disfruta 3”, o “noche gratis al reservar 5 noches”, podría dar pie a un aumento en el número de reservas, de mayor duración e incluso a desestacionalizar e incrementar la ocupación en temporada baja.

Siguiendo el ejemplo de Nekatur, otra propuesta sería ofrecer packs, tales como estancias de varias noches de hotel con desayuno o cena, o apartamentos para un grupo de personas. Los packs son una buena opción para despertar interés entre los clientes que buscan algo para regalar.

Una sección que muestre diferentes recursos culturales, eventos o museos de las Baleares sería importante para animar a la gente a reservar, ya que pueden ver qué podrán hacer durante su estancia en las islas.

Además, se podría crear un tarjeta de la asociación que englobara la entrada a diferentes atracciones o recursos de Baleares, con la cual no se tuviese que pagar nada para acceder a cualquiera de las atracciones cubiertas por el pase. La tarjeta podría tener diferente duración y cubrir diferentes recursos. Un ejemplo podría ser una tarjeta de recursos culturales, que cubriese la entrada al Castell de Bellver, la Llonja y la Catedral. Con ésta propuesta, los clientes tendrían acceso a diferentes recursos ahorrándose parte del precio de entrada.

En la actualidad, gran parte de la población utiliza las redes sociales, así que, como hacen Nekatur y Turismo Rural Cantabria, una buena herramienta para mejorar el marketing digital de rusticbooking.com podría ser crear un perfil en las redes sociales más conocidas, como Facebook o Twitter. De esta manera se podría mantener a los clientes informados de las últimas noticias u ofertas de la Asociación, así como saber la opinión de sus clientes mediante comentarios en las mismas. Asimismo, actualmente los consumidores potenciales leen opiniones de otros clientes para decidirse a la hora de adquirir un producto o servicio. Con una cuenta en redes sociales, la Asociación podría dar una buena imagen si interactuara con los clientes, respondiendo a sus comentarios o quejas rápidamente. Otro beneficio de las redes sociales es que permiten obtener información directa del mercado, a través de comentarios de usuarios.

En sus redes sociales o en su página web, una buena iniciativa sería realizar sorteos periódicos. Para que la gente siga visitando su web y recomendándola a amigos y familiares, la Asociación Balear de Agroturismos y Turismo de Interior podría organizar sorteos periódicos y concursos, como hacen las otras dos asociaciones para así fidelizar al cliente.

Otra forma de atraer a más clientes podría ser crear una aplicación para tablets y smartphones, desde la cual el cliente pudiese hacer bookings, consultar ofertas, acceder a mapas, e incluso contratar excursiones o servicios complementarios como alquiler de vehículos.

En el apartado “Actividades”, hay una gran variedad de opciones de ocio para realizar en Mallorca, sin embargo, bajo algunos nombres de actividades no aparece ninguna información ni oferta. Éste apartado se podría mejorar y ofrecer información más completa, como rutas de ciclismo o rutas de montañismo.

Una forma de ofrecer un servicio más personalizado a los clientes sería crear una aplicación para móviles, desde la cual se pudiesen realizar reservas, obtener mapas, descuentos y actividades de la zona.

Para darse a conocer a más gente, Rusticbooking podría anunciarse en periódicos, revistas o en algún canal de televisión nacional. También podrían promocionarse poniendo anuncios en páginas webs, por ejemplo en blogs de turismo.

La Asociación también podría invertir en marketing de buscadores, SEO o SEM, para aumentar la visibilidad de su marca en internet y así conseguir más clientes para sus alojamientos.

Ya que gran parte de los usuarios se conectan a internet a través de sus smartphones o tablets, rusticbooking.com podría adaptar su página web a éstos dispositivos utilizando “responsive design” o diseño web adaptable, como tiene Nekatur. De ésta manera se simplificaría la navegación en su página web desde diferentes dispositivos.

Introducir un programa de fidelización sería una manera de conseguir que el consumidor hiciese varias reservas desde www.rusticbooking.com. Con el programa se podrían ofrecer descuentos a los clientes repetidores, o acumular puntos para conseguir regalos como desayuno o masaje sin coste.

Finalmente, un punto que se podría mejorar en la Asociación Balear es el posicionamiento en buscadores (SEO), ya que la web sale como el cuarto resultado después de los anuncios al buscar en Google “turismo rural Baleares”, mientras que cuando buscamos turismo rural Euskadi, la web de la Asociación de Euskadi sale como el primer resultado después de los anuncios.

13 - Conclusión

El marketing ha ido evolucionando hasta llegar al punto donde la información está disponible desde cualquier punto del mundo y en cualquier momento. Una era donde el cliente es lo más importante, donde se intenta obtener la opinión del usuario y establecer vínculos personales para poder mejorar su experiencia en el futuro y para ofrecer un producto o servicio totalmente adaptado al cliente. Un marketing digital que beneficia tanto a empresa como a cliente y que puede suponer un gran aumento de ventas siempre que se utilice correctamente.

14 - Bibliografía

- Agroturismos, Casas Rurales y Alojamientos Rurales en Euskadi, País Vasco | Nekatur. (n.d.). Retrieved July 5, 2015, from <http://www.nekatur.net/>
- CALIDAD Y EVALUACIÓN DE LOS CONTENIDOS ELECTRÓNICOS. (2011). Retrieved May 15, 2015, from http://www.mariapinto.es/e-coms/eva_con_elec.htm
- El Marketing Mix Digital – Las 4 nuevas P del Marketing | Cafés y fotocopias en WordPress.com. (n.d.). Retrieved July 13, 2015, from <http://cafesyfotocopias.com/2014/01/31/el-marketing-mix-digital/>
- <http://www.turismoruralcantabria.com/>. (n.d.). Retrieved from <http://www.turismoruralcantabria.com/>
- INE. (2014). *Estadísticas del uso de internet*.
- Las 4 P's del marketing digital; el modelo de Idris Mootee | luisMARAM. (n.d.). Retrieved July 13, 2015, from <http://www.luismaram.com/2010/09/03/4p-del-marketing-digital/>
- MARKETING: SU EVOLUCION DE 1.0 A LA ACTUALIDAD. (n.d.). Retrieved July 11, 2015, from <https://sp-marketing.com/marketing-su-evolucion-de-1-0-la-actualidad/>
- Martins, D. (2010). *Marketing Digital*. Editorial Vértice.
- Moraleda, L. F., Figueroa, C., & Baltazar, M. (2004). Modelo de Análisis de Páginas Web de Cadenas Hoteleras : El Caso de España y Portugal, 19–34.
- Philip Kotler, H. K. and I. S. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*.
- Rodríguez Ardura, I. (2002). *Marketing.com y Comercio Electrónico en la Sociedad de la Información*.
- www.rusticbooking.com. (2013). Retrieved June 11, 2015, from www.rusticbooking.com