

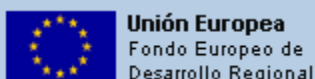


Uso de Internet y Situación del Comercio Electrónico en el sector del Turismo Rural de la Región de Murcia en 2005

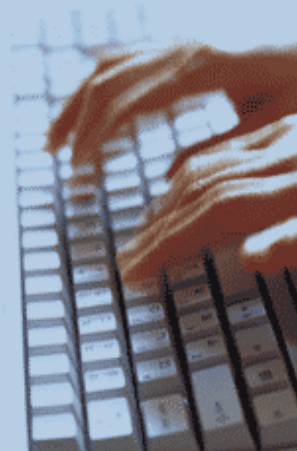
Proyecto desarrollado por:



Financiado por:



Con la colaboración de:



Índice de contenidos

1. Objetivos y alcance.....	3
2. Metodología.....	3
3. Situación actual del sector.....	3
4. Estudio de la penetración de las TIC en el sector del Turismo Rural en la Región de Murcia	5
a. Acceso y presencia en Internet.....	6
b. Posicionamiento en Internet.....	13
c. Comercio Electrónico	15
5. Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector del Turismo Rural.....	16
6. Conclusiones	18
7. Anexo	20
8. Fuentes.....	25

1. Objetivos y alcance

El presente estudio pretende analizar el nivel de uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y del Comercio Electrónico entre las empresas de Turismo Rural de la Región de Murcia.

Los parámetros analizados persiguen evaluar el uso de Internet por parte de las empresas de este sector: utilización de las TIC, presencia web y Comercio Electrónico, fundamentalmente.

Las conclusiones de este estudio deben proporcionar una radiografía del sector en su vertiente tecnológica y sobre el uso que se está haciendo de Internet y sus diversos servicios.

2. Metodología

Para realizar este estudio se ha manejado una muestra de 300 empresas pertenecientes al sector de Turismo Rural en la Región de Murcia, obtenida a través de varias fuentes regionales -Noratur, Integral, Consejería de Turismo y Ordenación del Territorio- y otras fuentes nacionales -portales especializados en Turismo Rural, principalmente- que proporcionan un amplio espectro de análisis.

La presencia en Internet y el uso que se hace del Comercio Electrónico en las empresas se ha analizado entre aquellas que disponen de página web, valorando sus objetivos, su orientación, las facilidades para el cierre de transacciones a través de la misma y otros parámetros que permiten establecer cuál es el grado de penetración del Comercio Electrónico y en qué fase se encuentra.

Por último, se establecen una serie de conclusiones en torno a la situación actual de las TIC, la presencia web y el Comercio Electrónico en las empresas del Turismo Rural de la Región de Murcia.

3. Situación actual del sector

El sector del Turismo Rural, en la Región de Murcia, se encuentra totalmente atomizado, formado por pequeños empresarios, en su mayor parte, propietarios de un alojamiento o casa rural.

Esta situación propicia y fomenta el asociacionismo empresarial con el objetivo de ser competitivos en servicios y precios. Existen asociaciones municipales (Lorcarural, Turacruz, Atubar) y, principalmente, comarcales (Mancomunidad de Municipios del Valle de Ricote¹, Noratur), que se encargan de gestionar una parte importante de los aspectos legales, de promoción y de ventas de sus asociados.

¹ Aunque esta no sea específicamente una asociación de Turismo Rural, es una de sus áreas de interés en la que trabajan para las empresas del sector de esta comarca como se puede ver en su web [www.valledericote.com]

Según un estudio publicado por la Universidad de Murcia, en “Cuadernos de Turismo”², se trata de un tipo de turismo que tiene una corta historia, pues se ha desarrollado desde hace relativamente pocos años. Sin embargo, su crecimiento ha sido muy rápido aunque todavía constituye un pequeño porcentaje del turismo total de nuestra región. En el año 1994, la oferta de alojamientos rurales ascendía a 25 con 165 plazas, mientras que en el 2000 esta cifra había alcanzado 229 con 1.490 plazas, lo que representa un fuerte crecimiento (en torno del 816%). Estos datos indican una **tendencia creciente** de este tipo de oferta turística dentro de la región.

Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas:

- a) Están situados en un entorno rural.
- b) Son edificaciones con una tipología arquitectónica propia de la zona y pueden estar situadas en fincas que mantienen activas explotaciones agropecuarias (agroturismo).
- c) Ofrecen un número de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes limitado, además de reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas (notas de prensa del INE, 2001).

Son múltiples los factores que se citan³ como determinantes del desarrollo que ha experimentado el Turismo Rural en los últimos años:

- El creciente número de alojamientos ofertados.
- Desarrollo del concepto, que ha ampliado la oferta de actividades de ocio y culturales asociadas.
- Factores emocionales y de identificación asociados al mundo rural, como la identidad, la autenticidad, el contacto con la naturaleza, la paz, la tranquilidad.
- La proximidad al domicilio habitual.
- Relación precio – beneficios o experiencias percibidas.
- El aprovechamiento de fines de semana y periodos vacacionales más reducidos como los puentes o Semana Santa.

Los **beneficios** que el **Turismo Rural** ha aportado a zonas del interior de la Región de Murcia han sido múltiples, entre los que merece destacar la **reactivación económica de zonas aisladas**, la **creación y mejora de infraestructuras y servicios**, el **cambio de las tendencias de despoblamiento** de zonas rurales y la puesta en **valor del patrimonio cultural y paisajístico** de dichas zonas.

Sin embargo, el sector se enfrenta a una serie de problemas que dificultan su crecimiento y competitividad frente a otros tipos de turismo. Noratur señala “la existencia de una oferta no regulada bastante amplia y carente del control habitual al que se someten los negocios legales y cuyo principal daño no está

² Un modelo de elección discreta en la determinación del perfil del turista rural: una aplicación a Murcia. Isabel P. Albaladejo Pina y M^a Teresa Díaz Delfa. Universidad de Murcia Cuadernos de Turismo2003, 11; pp. 7-19 ISSN: 1139-7861

³ Bardón, 1990; Barke, 2004; Fuentes, 1995; Yagüe, 2002; Sharpley y Sharpley, 1997; Kastenzholz et al., 1999; Solsona, 1999

en la competencia desleal, sino en que se transmite la sensación de que todo vale en este sector". Junto con Asetur (Asociación Española de Turismo Rural), consideran que la oferta no reglada es una de las principales amenazas para el sector, además de un elemento de inseguridad para el consumidor. Por lo tanto, es necesario que administraciones y asociaciones redoblen los esfuerzos a fin de garantizar la máxima transparencia y garantía a los consumidores.

Otra amenaza para el sector reside en la finalización de los programas europeos que han incentivado el desarrollo rural en España. A partir de ahora, los actores del sector tendrán que especializarse e invertir en certificación, promoción, publicidad y Nuevas Tecnologías, principalmente, para poder ser competitivos.

Ya existen iniciativas en marcha como el Sistema de Calidad Turística Española (SCTE), que persigue otorgar al sector turístico un criterio de nivel de calidad, tanto de los servicios ofrecidos como de las instalaciones de las empresas turísticas. Estas empresas deberán cumplir una serie de requisitos mínimos antes de realizar la rigurosa auditoria que les otorgue la certificación con el sello de la Q de Calidad Turística.

Ante este panorama, los retos a los que se enfrenta el sector se vertebran en torno a dos ejes:

- **Apertura de nuevos mercados.** La necesidad de una diversificación de la demanda que evite el estancamiento de este tipo de turismo, así como el intento de atacar mercados internacionales se intuyen como acciones fundamentales.
- **Uso de las Nuevas Tecnologías.** Los cambios en el comportamiento de la demanda están afectando a las formas de promoción y comercialización de esta actividad. El uso de las Nuevas Tecnologías tanto a nivel de promoción como de gestión marcarán la competitividad de los empresarios.

4. Estudio de la penetración de las TIC en el sector del Turismo Rural en la Región de Murcia

El sector del Turismo Rural es relativamente joven en la Región de Murcia. Este factor que podría ser un inconveniente en otros sectores, en el Turismo Rural comporta una serie de ventajas relacionadas con una mayor confianza en la utilización de las TIC e Internet y una asimilación natural de las prácticas y usos asociados.

Estudios recientes señalan a Internet como el medio preferido por los usuarios españoles para la preparación de sus viajes y vacaciones durante el año 2005 (un 62% acude a las búsquedas en Internet y un 44% se guía por recomendaciones personales)⁴. La consultora Nielsen/NetRatings estimó que el número de personas que en España accedió a portales de viajes para planear sus vacaciones, contratar alojamientos y comprar billetes de transporte se

⁴ Global Market Insite, Inc.

incrementó en un 29,3% en junio-agosto de 2004 frente al mismo periodo del año anterior.

Si a esto añadimos la creciente incorporación a Internet de nuevos usuarios, podemos afirmar que la planificación y reserva online de vacaciones se trata de una tendencia creciente con carácter de convertirse en hábito en un futuro próximo.

La posibilidad de visualizar imágenes de los alojamientos, del entorno que los rodea y poder planificar con antelación el tiempo de ocio, hace que las empresas con presencia en Internet cuenten con una ventaja competitiva sobre las que sólo utilizan medios tradicionales de visibilidad.

Con estas perspectivas, han de ser las empresas implicadas en el sector las que tomen posiciones y se anticipen a las necesidades de los consumidores o clientes.

a. Acceso y presencia en Internet

El acceso y presencia en Internet son el punto de partida para la puesta en marcha de un verdadero negocio electrónico. En este apartado se analiza el grado de penetración de estos dos parámetros en el sector del Turismo Rural, con el fin de averiguar en qué etapa se encuentran las empresas que lo conforman.

o Acceso a Internet

El acceso a Internet es el indicador base para determinar la incorporación efectiva de las empresas a las Nuevas Tecnologías. Aquellas que carecen tanto de página web como de correo electrónico se podrían considerar como empresas “off-line” o “desconectadas”. Es posible que a nivel particular dispongan de acceso a Internet, pero en el ámbito empresarial siguen formando parte del grupo que aún utiliza medios tradicionales exclusivamente (teléfono, fax), puesto que no han incorporado las TIC a su gestión.

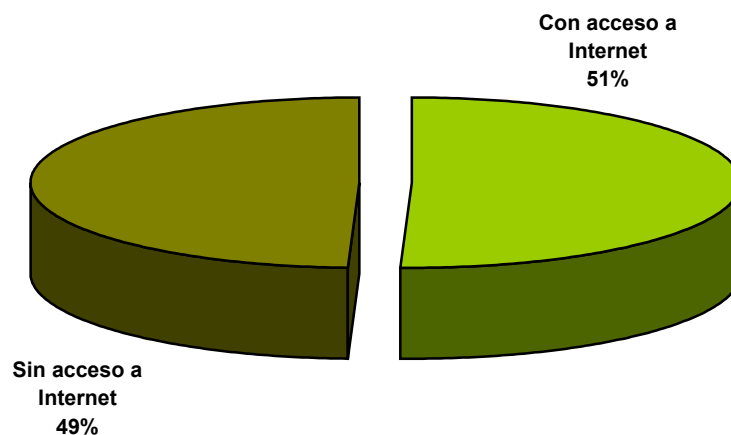


Gráfico 1. Empresas murcianas de Turismo Rural con acceso a Internet
Fuente: Elaboración propia

Tal y como muestra el gráfico, más de la mitad de las empresas de Turismo Rural de la Región de Murcia, cuenta con acceso a Internet y lo utiliza para la gestión de su negocio.

○ **Presencia en Internet**

Otro indicador característico para medir la penetración de las TIC en las empresas es su presencia en Internet. De su análisis se desprende una situación similar a la del parámetro de acceso.

Se comenzará analizando la situación del sector según el tejido empresarial nacional, con el fin de evaluar el grado de presencia en Internet en un marco amplio que permita una visión global. Según datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística, se estima que **alrededor del 45% de las empresas tienen página web en España en 2004**; casi veinte puntos por debajo del porcentaje calculado por Eurostat para la Unión Europea. Estas diferencias se mantienen a lo largo del intervalo temporal considerado 2002-2004.

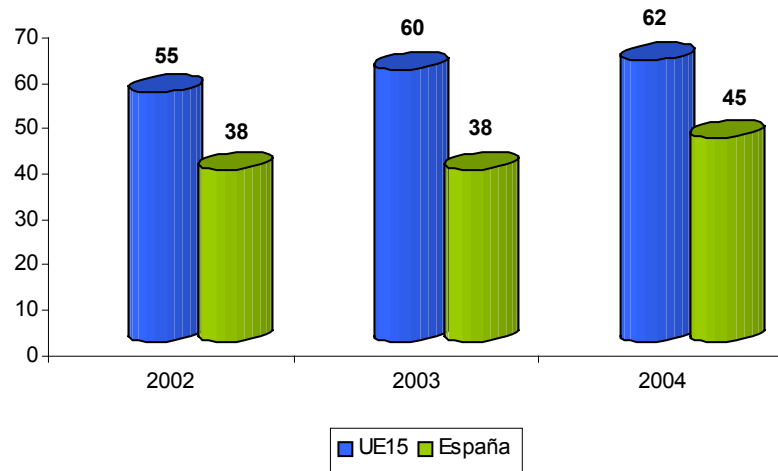


Gráfico 2. Porcentaje de empresas españolas que tienen un sitio o página web respecto a la media europea 2002-2004

Fuente: Informe/Encuesta: EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics'

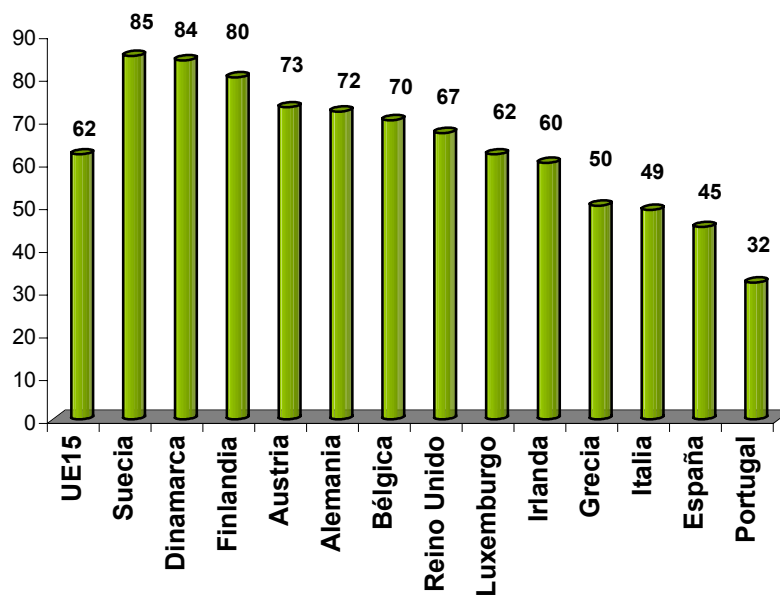


Gráfico 3. Porcentaje de empresas que tienen un sitio o página web en 2004

Fuente: Informe/Encuesta: EuroStat (newcronos) 'Information Society Statistics'

Si nos atenemos a los datos facilitados para el territorio nacional y la UE, podemos afirmar que **las empresas murcianas de Turismo Rural se encuentran por encima de la media nacional: el 46% de las mismas cuentan con una página web propia.**

Sin embargo, además de las páginas web corporativas existen otros medios por los que las empresas de Turismo Rural pueden adquirir visibilidad en Internet y servir a sus objetivos promocionales y de

imagen. Por ello, se ha analizado este parámetro a través de dos variables principales: las empresas que cuentan con sitio web propio, y aquellas que tienen un perfil elaborado a través de fichas en la web de Murcia Turística y de Noratur. Los datos desprenden que un **84% de las empresas de Turismo Rural tiene presencia en Internet.**

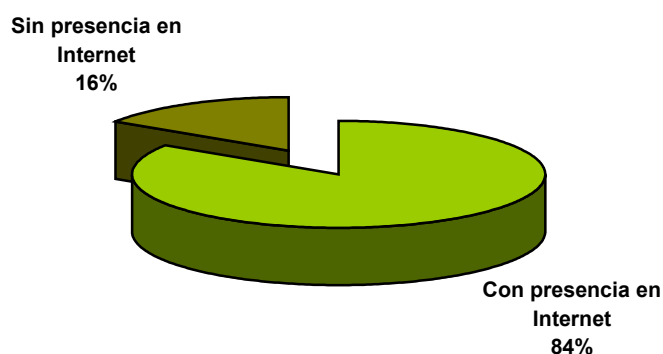


Gráfico 4. Presencia en Internet de las empresas murcianas de Turismo Rural

Fuente: Elaboración propia

Hay una serie de empresas que, aunque no cuentan con web propia, son fácilmente accesibles a través de portales tan reconocidos como **Murciaturistica.es (71% de las empresas analizadas)** o **Noratur (25% de las empresas analizadas)**, donde cuentan con espacios propios a través de los que se puede obtener una **ficha detallada con información de contacto, número de plazas de alojamiento, actividades que organizan, precios y posibilidad de reservar a través de dichos portales.** También es importante destacar que no son vías incompatibles entre sí como medio promocional y de presencia corporativa y, por tanto, lo ideal sería que toda empresa las emplease de forma simultánea.

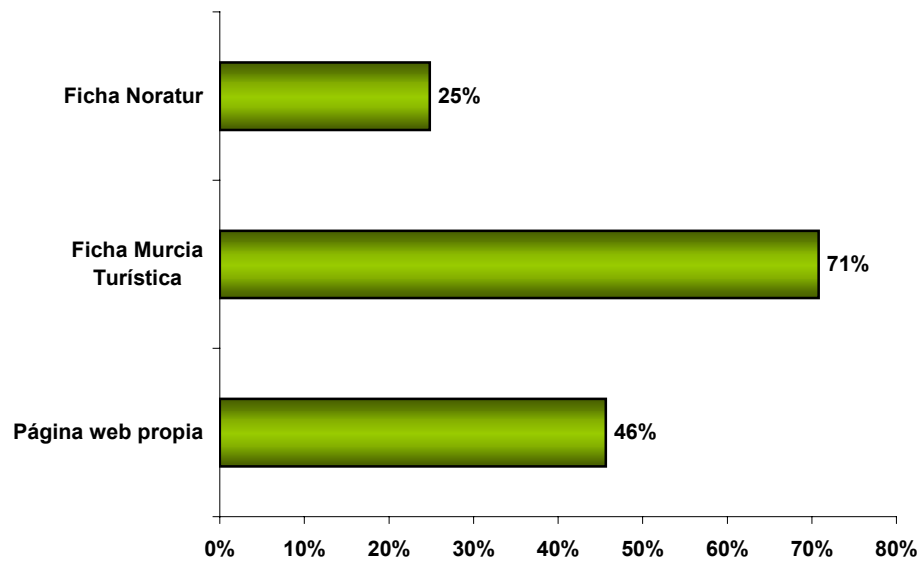


Gráfico 5. Tipología de presencia en Internet

Fuente: Elaboración propia

A nivel institucional, desde hace años se viene haciendo un **gran esfuerzo porque el acceso a las TIC y a Internet se generalice entre las empresas del sector**. Fruto de dicho esfuerzo es la **creciente presencia en Internet de las empresas de Turismo Rural**, bien sea a través de página web propia, bien **a través de portales sectoriales e institucionales como los dependientes de Murcia Turística o Noratur**, o combinando ambas acciones, totalmente complementarias y recomendables.

También ha contribuido decisivamente a esta proliferación de páginas web en los últimos años el **Plan PITA (Plan de Innovación Tecnológica en Alojamientos)** de la Secretaría General de Turismo, que ha facilitado el acceso de estas empresas garantizando una **presencia web con dominio propio, de forma gratuita**. Además, ha facilitado su promoción, favoreciendo la incorporación de las páginas web creadas bajo este plan al directorio del portal oficial de turismo de España, **Spain.info**, en su sección de alojamientos y, también, en **Páginas Amarillas online**, en su portal especializado **Hoteles hoy.com**.

Sin embargo, algunas empresas que no tienen página web sí que cuentan con **correo electrónico**. Un 48% de empresas murcianas del sector disponen de correo electrónico.

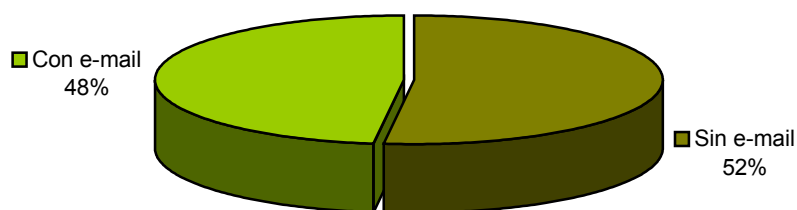


Gráfico 6. Empresas murcianas de Turismo Rural con correo electrónico

Fuente: Elaboración propia.

Hasta ahora se ha valorado cuantitativamente la presencia de las empresas de Turismo Rural en Internet. Por tanto, el siguiente paso consistirá en introducir un criterio cualitativo a dicha presencia web. Éste lo va a aportar el análisis de los objetivos de presencia web de las distintas empresas. Para ello se han definido los criterios de valoración en base a seis objetivos estándar:

- **Información de producto** (información básica del producto: descripción del alojamiento o actividad de ocio e imágenes relacionadas)
- **Venta** (empresas que utilizan sistemas de venta online tales como centrales de reservas).
- **Reserva** (empresas que facilitan el soporte digital de reserva bien a través sus web: formulario online o correo electrónico)
- **Información de contacto** (presencia en la página web de más de una forma de contacto: teléfono, dirección postal, correo electrónico).
- **Otros servicios** (información del entorno, agenda de eventos, enlaces de interés, foro de usuarios, etc.)
- **Actividades** (realización de actividades paralelas diferentes de la principal. Por ejemplo, los alojamientos que ofrecen actividades como senderismo, talleres para fabricar pan,...).

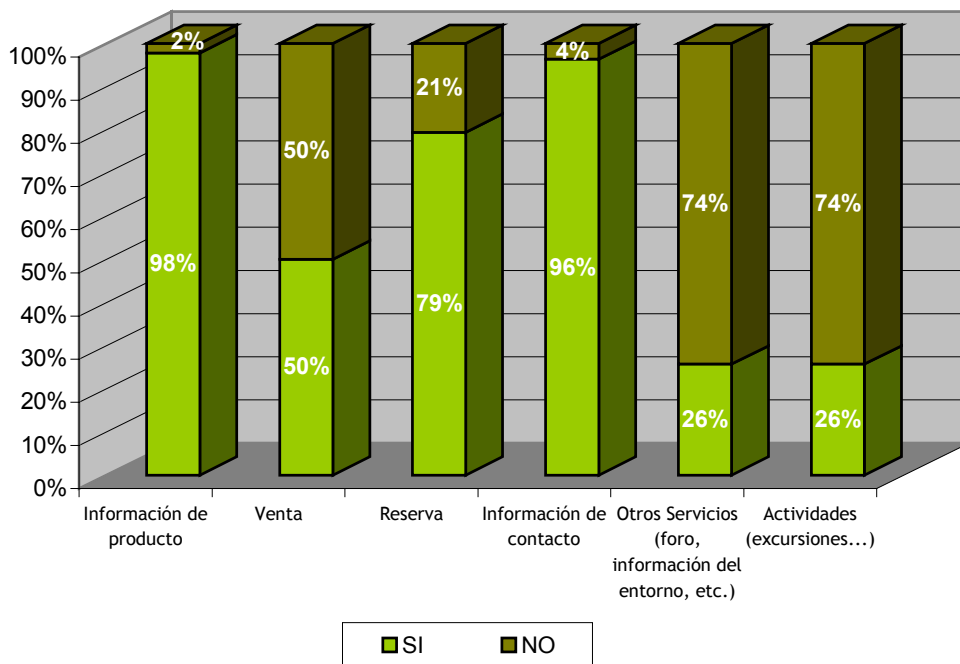


Gráfico 7. Objetivos de las páginas web de empresas murcianas de Turismo Rural

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en el gráfico, **dos objetivos están presentes en casi todas las empresas de Turismo Rural de la Región de Murcia: información sobre el producto y datos para contactar con la empresa.** Otro objetivo destacado y, cada vez más adoptado por este tipo de empresas, son los **mecanismos para realizar una reserva desde la página web**, ya sea a través de un sistema avanzado o simplemente mediante un correo electrónico que pone en contacto al usuario con el proveedor (**4 de cada 5 empresas**). Otro **aspecto que merece la pena destacar** es el relativo a **las empresas que están adheridas a las plataformas de ventas, tanto Noratur como Murcia Turística, que alcanzan el 50%** de las que usan de forma eficiente las posibilidades que brindan las TIC.

Este sistema de ventas que podríamos definir como externo, aporta una serie de **ventajas importantes** para las empresas asociadas a dichas plataformas de reservas online: **reducción de costes, homogeneización de ofertas, promoción y publicidad en sus portales, confianza del cliente, imagen de calidad**, etc.

Otra ventaja es la **generación de visitas que estos portales originan hacia las páginas web de las empresas de sus asociados.** Este volumen de clientes reales o potenciales, tratados adecuadamente a nivel estadístico, **va a permitir a las empresas extraer información y conclusiones** que les ayudarán a identificar qué esperan sus

usuarios, qué valoran o qué buscan en sus páginas web. De esta forma, podrán adaptar o personalizar su oferta online o, simplemente, el aspecto de sus páginas web.

Por último, señalar que, como se comentaba con anterioridad, una gran cantidad de empresas de Turismo Rural se han beneficiado de las ayudas ofrecidas por el **Plan PITA** para la contratación de un dominio, la creación de página web y la promoción de las mismas tanto en los portales Paginasamarillas.es como en Spain.info. Esto ha supuesto un **avance importante para la incorporación de estas empresas a Internet** pero no deja de ser un primer paso. El siguiente ha de tender a la personalización y diferenciación de la competencia. El paquete gratuito ofertado dota de homogeneidad a las páginas web lo que facilita la navegación por las mismas pero, a su vez, limita la creatividad e incorporación de nuevas secciones o servicios.

A modo de resumen, se puede afirmar que existe una perfecta complementariedad y unión de esfuerzos entre las empresas que forman el sector del Turismo Rural y las instituciones y asociaciones que lo promueven.

b. Posicionamiento en Internet

Ocupar los primeros puestos en un motor de búsqueda supone anticiparse a su competencia y lograr ventajas como visibilidad, relevancia o utilidad.

Tal y como muestra el siguiente gráfico, los principales medios empleados por los consumidores para acceder a sitios web turísticos y de viajes son, de forma destacada, los buscadores y la publicidad, tanto en Internet como en televisión.

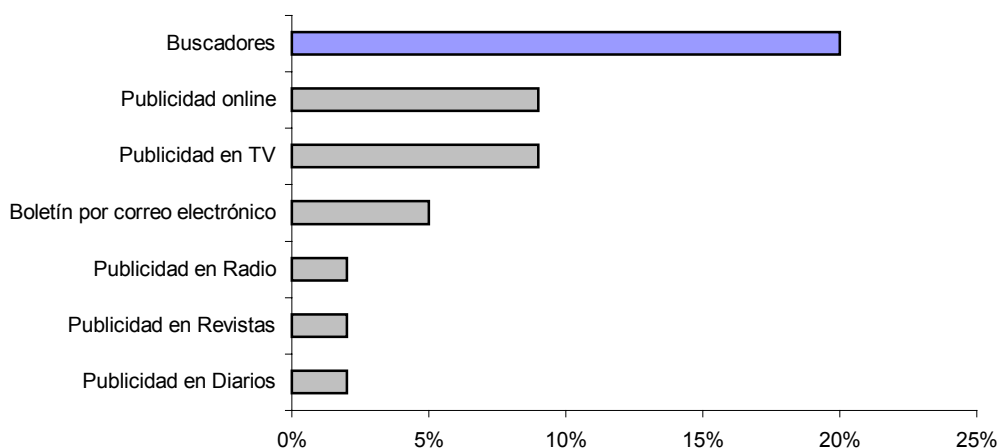


Gráfico 8. Medios que dirigen a los consumidores a sitios web de viajes concretos

Fuente: "Online Travel Search", Jupiter Research (June '04).

En este apartado se ha analizado la **presencia de las páginas web del sector del Turismo Rural en la región de Murcia** en los motores de búsqueda **Google, Yahoo y MSN**, que concentran el 80% de las búsquedas de información que se realizan en Internet⁵. Para ello se han utilizado criterios de búsqueda basados en términos genéricos (los más utilizados por los usuarios) como **“turismo rural”**, combinándolos con especificaciones geográficas como **“Murcia”**, debido a que diversos estudios sobre la demanda de este tipo de turismo indican que la procedencia de los usuarios se establece en un radio de proximidad. Por tanto, el criterio de búsqueda más utilizado será aquel que sirva para localizar geográficamente la empresa de Turismo Rural.

El análisis de las distintas consultas desvela que resulta sencillo acceder a la oferta de Turismo Rural de la Región de Murcia gracias a que aparecen las páginas anteriormente comentadas de Noratur y Murcia Turística. Junto a ellas aparecen portales especializados del sector y otros que son agregadores de oferta y que se nutren de los anteriores.

Lo más destacable de las diferentes búsquedas lanzadas se puede resumir en los siguientes puntos:

- Buen posicionamiento de las instituciones y asociaciones que actúan como bandera del sector y que difunden la imagen del mismo, además de servir para concentrar la oferta y generar reservas.
- Junto a éstas, la mayor parte de los resultados corresponde a **portales sectoriales y agregadores de ofertas**, donde a través, principalmente, de buscadores propios es posible acceder a las empresas del sector y sus ofertas.
- **El criterio geográfico (el más recurrente) aporta visibilidad a las empresas murcianas** dentro de los buscadores de Internet.

Un recurso cada vez más utilizado en el sector de los viajes para diferenciarse de la competencia y ganar visibilidad es la **utilización de sistemas publicitarios asociados a los términos empleados en las consultas lanzadas a los buscadores de Internet**. El razonamiento es simple: quien esté buscando información turística sobre un destino concreto, probablemente, estará también interesado en contratar un producto asociado (transporte, alojamiento, actividades, etc.). Es por ello que, en este informe, también se intenta evaluar lo que están realizando las pymes murcianas del sector al respecto. La conclusión es que **se empieza a ver iniciativas particulares que están apostando por estos sistemas publicitarios**. En este punto, de nuevo vuelven a ser instituciones y asociaciones las que hacen un mayor uso de estos nuevos formatos publicitarios.

Por último, comentar la problemática asociada a la **existencia de nombres similares o comunes de muchas de estas empresas** que confunde, en

⁵ Según datos de Nielsen//NetRatings

ocasiones, la identificación de dichas empresas **al buscarlas en Internet por el nombre o marca comercial de las mismas.**

c. Comercio Electrónico

Según datos del Observatorio Español de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, el **23% de las empresas españolas realizan operaciones de Comercio Electrónico.** Las pertenecientes a **Comercio y Hostelería están levemente por encima de la media, en torno a un 24%.**

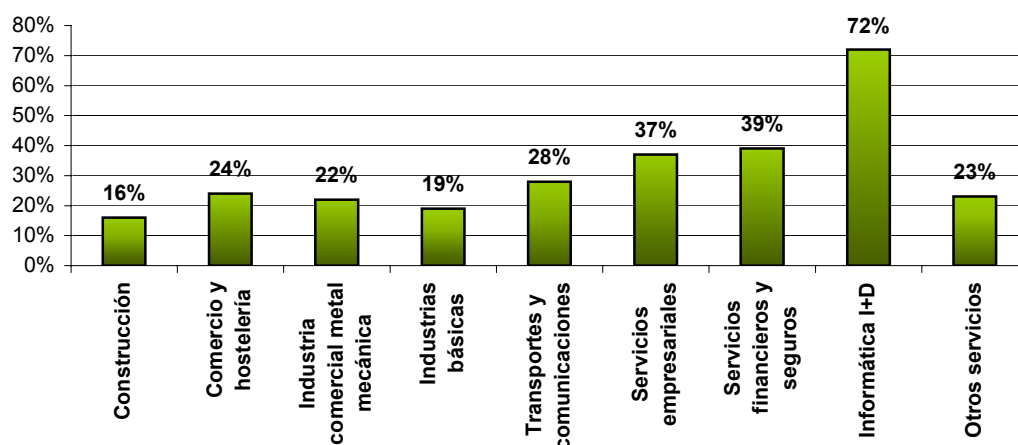


Gráfico 9. Porcentaje de empresas que realizan Comercio Electrónico por sectores (2003)

Fuente: DMR / AETIC

En el caso del Turismo Rural de la Región de Murcia la comparativa con los datos nacionales exige varios matices. La **incorporación del Comercio Electrónico al sector es una realidad que se plasma en** iniciativas como las mencionadas **Murcia Turística y Noratur**, donde a través de sus plataformas, el 50% de las empresas analizadas se incorporan al Comercio Electrónico, gestionando las plazas de sus alojamientos, permitiendo, en la mayor parte de los casos, realizar la reserva y el pago de las mismas.

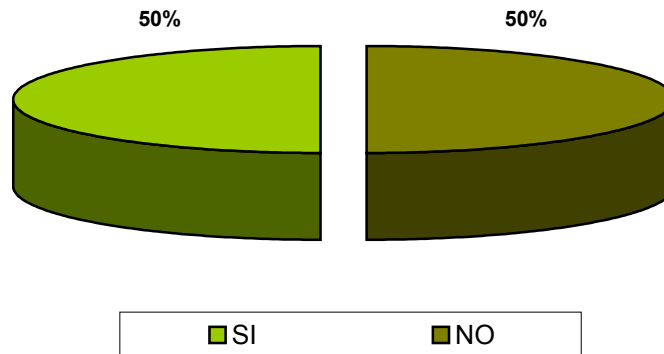


Gráfico 10. Empresas murcianas de Turismo Rural con Comercio Electrónico

Fuente: Elaboración propia.

Además de los mencionados, el sector del Turismo Rural hace uso de los **canales tradicionales de distribución que también tienen su reflejo en la Red**: las centrales de reservas de agencias y mayoristas de viajes y paquetes vacacionales. En los portales de Comercio Electrónico de estas agencias encontramos apartados dedicados exclusivamente al Turismo Rural, donde se puede acceder a la oferta de cada provincia y realizar la reserva completamente online.

Ya sea por medio de Murcia Turística, de Noratur o de cualquiera de las agencias especializadas en viajes y turismo, parece evidente la **necesidad de las empresas de facilitar los mecanismos adecuados para que su oferta pueda ser localizada y comercializada por este incipiente canal que es Internet.**

Enlazando con los dos retos comentados anteriormente⁶ -la apertura de nuevos mercados y **el uso de las Nuevas Tecnologías de la información y de la comunicación**-, éste último **se intuye como clave, tanto por su capacidad globalizadora y, por tanto, de acceso a nuevos mercados, como por servir de medio de promoción económico, eficiente y asociado al perfil objetivo del consumidor de este tipo de turismo.**

5. Ayudas e incentivos regionales para el uso de las TIC en el sector del Turismo Rural

Actualmente, existen dos líneas de ayuda en la Región de Murcia destinadas a la incorporación de las TIC y el uso del Comercio Electrónico en las pymes,

⁶ Ver apartado 3. *Situación actual del sector*

contempladas en el **Plan de Consolidación y Competitividad de la Pyme** [<http://www.ifrm-murcia.com/contenido/ayudas/principal.html>]:

- Desarrollo de una estrategia de Comercio Electrónico.
- Fomento de las tecnologías de la información.

Por otra parte y dentro del II Plan para el Desarrollo de la Sociedad de la Información en la Región de Murcia, **regióndemurciaSI**, existen diferentes acciones que ayudan a potenciar el uso de las TIC y del Comercio Electrónico en los sectores productivos de la Región. Entre ellas destaca el Servidor Regional de Comercio Electrónico, **www.cecarm.com** que ofrece asesoramiento a empresas y emprendedores de la Región para la puesta en marcha de su negocio electrónico, así como información a los consumidores sobre las ventajas del uso de Internet como canal de transacciones.

El **Plan de Innovación Tecnológica en Alojamientos** (<http://www.spain.info/pita/>), en este momento pendiente de ampliación, ha permitido y fomentado la creación de 7.500 páginas web.

Dicho plan está dirigido a hoteles de 1,2 y 3 estrellas, hostales de 3 estrellas, apartahoteles y alojamientos rurales. Las páginas web de los establecimientos son traducidas al inglés e incluyen:

- Información general sobre el hotel o alojamiento rural (habitaciones, servicios, etc).
- Contenido multimedia (fotografías, mapas de acceso, callejeros).
- Sistema de reserva indirecta para que el dueño gestione personalmente las reservas de sus clientes.
- Dominio propio de Internet y buzones de correo electrónico.

Además, proporciona visibilidad a dichos alojamientos a través de una campaña promocional que incluye la incorporación de los mismos al portal turístico de España, **Spain.info** y, también, a los directorios online **Paginasamarillas.es** y **Hoteles hoy.com**.

6. Conclusiones

El sector del Turismo Rural en la Región de Murcia se encuentra actualmente en un proceso de profesionalización y consolidación. Hasta ahora, se ha venido produciendo la creación del tejido que conforma la oferta turística actual con la proliferación de iniciativas, generalmente particulares, que han visto en el Turismo Rural un medio para poner en valor recursos abandonados o infrautilizados, generalmente inmobiliarios. A nivel institucional se ha visto en este tipo de turismo una forma de reactivar la economía de zonas rurales y aisladas, desestacionalizar la oferta mayoritaria de sol y playa, así como recuperar y conservar el patrimonio y valor paisajístico de los lugares que han adoptado modelos de Turismo Rural.

En un primer momento, la **masiva incorporación** de pequeños empresarios al sector del Turismo Rural **se ha debido, en gran medida, al empleo de fondos europeos comunitarios** destinados a tal fin que facilitaron e incentivaron la creación de empresas dentro de este sector.

Tras esa primera etapa, la siguiente tuvo como prioridad consolidar el sector y asegurar la calidad de la oferta. En el momento actual, todo apunta al recorte de los fondos europeos, por lo que se hará necesaria una apuesta por valores diferenciales que creen valor, como **la innovación, el uso de Nuevas Tecnologías y la búsqueda de nuevos mercados.**

En estos años el asociacionismo y el esfuerzo institucional han impulsado el sector y lo han guiado por buen camino. Sin embargo, cuando los sectores alcanzan grados de madurez, la competencia se vuelve más intensa y las empresas deben adoptar medidas que las hagan más competitivas. Es decir, instituciones y asociaciones dibujan el escenario común para que los actores del sector partan, inicialmente, en igualdad de condiciones; a partir de aquí, son las empresas las que deben determinar qué van a hacer para diferenciarse de la competencia, ofreciendo valor añadido a sus clientes y, generalmente, conteniendo los costes, porque los precios se mantienen inalterables e incluso tienden a bajar. Más aún en un sector como el Turismo Rural, donde la mayor parte de la competencia es local y dista muy pocos kilómetros de distancia.

En este punto merece la pena mencionar el **Plan de Innovación Tecnológica en los Alojamientos, que ha supuesto importantes ventajas como puerta de entrada y presencia en Internet de muchas de estas empresas.** Sin embargo, puede presentar otros inconvenientes como la falta de diferenciación frente a la competencia o la autocomplacencia.

No obstante, dicho plan constituye un hito importante, que brinda una oportunidad inmejorable a los alojamientos de Turismo Rural. **A partir de aquí, las empresas han de apostar de forma decidida por las Nuevas Tecnologías como fuente de ventajas competitivas.**

Muchas de las ventajas aportadas, principalmente el uso de Internet, están siendo documentadas por estudios que apuntan a que **el consumidor de productos turísticos se apoya en buscadores web para informarse de**

destinos, buscar ofertas y planificar viajes y alojamientos como paso previo a la decisión de compra.

La publicidad en Internet está reforzando las decisiones de compra, por encima incluso de medios tradicionales como la prensa y la televisión. Si a esto se une que **el perfil de consumidores de Turismo Rural coincide mayoritariamente con el perfil de usuarios de Internet**, entonces el uso intensivo y adecuado de **esta herramienta se vuelve indispensable para las empresas de este sector.**

Factores como la presencia estratégica mediante la página web, el posicionamiento en buscadores y la publicidad en Internet son claves para mejorar la competitividad de las empresas que conforman el sector del Turismo Rural de la Región de Murcia. Más aún si se tiene en cuenta que se trata de campañas de menor coste económico y más orientadas que la publicidad en medios tradicionales como prensa, radio y televisión.

No es posible concluir este informe sin reseñar la destacada labor que desde **Murcia Turística** se está realizando para incorporar el Comercio Electrónico al sector: el portal, a través de su plataforma de reservas online, pone en contacto al cliente con la empresa de Turismo Rural, que se encarga de la última fase de la venta, la confirmación de la reserva y el cobro del servicio.

A nivel de Comercio Electrónico, destacar, asimismo, la **central de reservas de Noratur** que permite a sus asociados la realización, completamente a través de Internet, de todo el proceso de reserva y cobro de los servicios.

7. Anexo

Se han seleccionado los sitios web que se detallan a continuación por su posicionamiento en buscadores e interés que denotan algunos aspectos de la web en relación con el Turismo Rural en Internet.

a. Principales sitios web del sector

PORTALES RURALES

Los portales rurales pretenden ser un referente de la oferta de turismo rural de un área geográfica determinada. Conjugan la información turística con la promoción de alojamientos.

- **Turespaña.** Web oficial del Turismo en España.
URL: www.tourspain.es
- **Murcia Turística.** El portal turístico de la Región de Murcia es uno de los ejemplos más significativos de la penetración de Internet en el sector. Desde diciembre de 2004 este portal que aglutina toda la oferta turística de la Región ofrece la posibilidad de realizar reservas a través de Internet.
URL: www.murciaturistica.es
- **Top Rural.** Iniciativa privada e independiente a nivel nacional que busca la promoción del turismo rural. Esta empresa comenzó su actividad en el año 2000 y cuenta actualmente con más de 8.000 alojamientos rurales. Para el cliente, facilita un proceso de búsqueda de alojamiento sencillo e intuitivo. Cada alojamiento rural acompaña una ficha con amplia información. El usuario puede incluir en un cuaderno los alojamientos seleccionados. No se puede completar la reserva desde la web pero actúa como plataforma de promoción, percibiendo ingresos por cuotas publicitarias.
URL: www.toprural.com
- **Turismo Rural.** Intermediario que pone en contacto al cliente con el proveedor. Selecciona una amplia oferta de alojamientos rurales distribuidos por todo el territorio nacional. Facilidad de búsqueda.
URL: www.turismorural.com
- **Turismo Rural y Aventura.** Portal nacional que reúne una amplia oferta de alojamientos turísticos y actividades de naturaleza. Destaca la amplia información sobre rutas, turismo activo y alojamientos rurales a nivel nacional.
URL: www.turismoruralyaventura.com
- **All Rural.** Portal sobre turismo rural en España y el mundo, respaldado por la empresa con sede en Madrid Turismo y Ocio en Internet, S.L. Este portal apuesta por ofrecer el mayor número de alojamientos rurales repartidos por todo el mundo, con la doble intención de proporcionar

información variada y detallada a aquellos que buscan un alojamiento y, por otra parte, facilitar a los propietarios herramientas, información y servicios para promocionar sus alojamientos desde una plataforma global. El portal facilita la reserva online de algunos de ellos a través de la herramienta Rural Gest, aplicación informática que permite llevar el control del negocio rural.

URL: www.allrural.com

- **Paralelo 40.** Surgió en 1997 para dar respuesta a un plan estratégico de actuación a favor del turismo rural. Este portal reúne distintas asociaciones de España, Portugal e Italia. Cuenta con un servidor turístico que propicia el contacto directo entre usuarios y proveedores.

URL: www.paralelo40.org

- **Antigua Natura.** Portal que pone en contacto a clientes y proveedores. Reúne una amplia oferta de alojamientos rurales de España y Reino Unido, ofertando al empresario servicios complementarios: alojamiento web, diseño de página web, etc.

URL: www.antiquanatura.com

- **Turisme Rural.** Este sitio web aglutina una amplia oferta del turismo rural de Cataluña. Destaca la interactividad del sitio, ya que el usuario puede seleccionar el alojamiento rural que desee navegando a través de un mapa interactivo, en el que se ubica un icono del alojamiento (que enlaza a su propia web) en su municipio y localidad correspondiente.

URL: www.turismerural.com

- **Más Rural.** Portal temático a escala mundial que reúne un amplio directorio con alojamientos rurales de toda Europa, mayoritariamente. La oferta se complementa con información adicional de interés para los usuarios: foros, ofertas, noticias, chat. Destaca su buscador de casas con varios criterios de búsqueda (disponibilidad, características, ubicación).

URL: www.masrural.com

- **Cantabria Rural.** Portal regional sobre turismo rural de Cantabria. Destacan las distintas posibilidades de búsqueda y su interactividad. Cada alojamiento rural acompaña imágenes, descripción de los servicios, plano de situación, contacto, oportunidades del establecimiento y disponibilidad.

URL: www.cantabriarural.com

- **Turismo Rural en Andalucía (Altur).** Conjuga la información rural de Andalucía con un directorio de alojamientos. Facilita un sistema de reserva.

URL: www.altur.com

- **Georural.** Portal de turismo rural. Destaca su diseño innovador. Complementa la oferta de alojamientos con gastronomía, rutas y turismo activo.

URL: www.georural.com

- **EcoturismoRural.** Página web oficial de la Asociación Española de Turismo Rural. La web dispone de un directorio con amplia oferta de alojamientos rurales.
URL: www.ecoturismorural.com
- **Revistaiberica.** Portal nacional e internacional (Portugal) que reúne una amplia oferta turística. Destaca su sección sobre turismo rural. Incluye un directorio de alojamientos rurales, rutas y destinos turísticos. Posibilidad de promocionar el alojamiento en el directorio o enlaces patrocinados dentro del sitio web.
URL: www.revistaiberica.com
- **Web Oficial de Turismo de la Comunidad Valenciana.** Destaca, en materia de turismo rural, un amplio directorio con información detallada de la oferta de esta comunidad autónoma. Los alojamientos incluyen una visita virtual y completa información.
URL: www.comunitatvalenciana.com

ASOCIACIONES

- **Asociación Española de Turismo Rural.** Página web de la Asociación Española de Turismo Rural. Incluye una amplia oferta de alojamientos rurales de España y reúne a más de 60 asociaciones de turismo rural.
URL: www.ecoturismorural.com
- **Noratur.** Asociación de propietarios y empresas de alojamientos y actividades de Turismo Rural dentro de la Región de Murcia, compuesta por más de 100 socios con hospederías, casas rurales, cabañas, apartamentos, refugios, hoteles, camping de interior y cerca de 3.000 plazas.
URL: www.noratur.com
- **Asociación de Turismo Rural de Caravaca de la Cruz (Turacruz).** Potencia el turismo rural de la zona de Caravaca de la Cruz, promocionando alojamientos, hospederías y actividades de la zona.
URL: www.turacruz.com
- **Mancomunidad de Municipios del Valle de Ricote.** Destaca su directorio de alojamientos rurales de la zona organizados por municipios.
URL: www.valledericote.com
- **Lorca Rural.** Asociación de empresas de turismo de interior de Lorca y Puerto Lumbreras. Incluye un directorio con los alojamientos asociados de la zona.
URL: www.lorcarural.com

CENTRALES DE RESERVAS

- **Reservas Aragón.** La central de Reservas Turísticas de Aragón coordina a través de Internet la acción comercial del turismo de esta comunidad autónoma. Destaca su herramienta de Comercio Electrónico. Se pueden añadir recursos turísticos a una cesta de la compra y completar la reserva al final. El pago se realiza una vez que el proveedor confirma la disponibilidad del alojamiento.
URL: www.reservasaragon.com
- **TurGalicia.** Central de reservas de alojamientos rurales de Galicia. Destaca su sistema de reserva avanzada y la formalización online a través de una pasarela de pago de algunos alojamientos rurales.
URL: www.turgalicia.es
- **Ruralia.** Central de reservas. Facilita la reserva online a través de transferencia bancaria o tarjeta de crédito. El usuario necesita registrarse previamente. La central proporciona una clave de acceso para completar la reserva.
URL: www.ruralia.com
- **Séneca. Central de Reserva Turística de Andalucía.** Opera con numerosos proveedores de servicios turísticos, a través de un avanzado centro de reservas que confirma en tiempo real cualquier servicio turístico.
URL: www.seneca.es
- **Dormir en casas rurales.** Sistema de reservas de casas rurales y hoteles con encanto. Destaca su sistema de Comercio Electrónico que facilita la reserva online a través de tarjeta de crédito. Cuenta con garantías para el consumidor.
URL: www.dormirencasasrurales.com

b. Casos de éxito

Murcia Turística (www.murciaturistica.es)

El portal turístico de la Región de Murcia es uno de los ejemplos más significativos de la penetración de Internet en el sector. Desde diciembre de 2004 este portal aglutina toda la oferta turística de la Región, ofreciendo la posibilidad de realizar reservas a través de Internet.

Desde la página principal se puede acceder a la plataforma de reservas online. La herramienta ofrece un proceso de selección y reservas sencillo que permite realizar la reserva del producto turístico directamente con el proveedor, sin intermediarios. Por lo tanto, el portal pone en contacto al cliente con su

proveedor, dejando a éste la tarea posterior de la confirmación y cobro del servicio.

En los seis primeros meses de funcionamiento, el sistema tramitó un total de 160 reservas y se realizaron 3.200 consultas. Entre los países que utilizaron el servicio en este periodo de tiempo destaca la presencia española (83%), inglesa (9%) y norteamericana (3%). Además, han intervenido 70 empresas turísticas de la Región de Murcia.

URL: www.murciaturistica.es

Noratur

Noratur es una asociación de propietarios y empresas de alojamientos y actividades de Turismo Rural dentro de la Región de Murcia, compuesta por más de 100 socios con hospederías, casas rurales, cabañas, apartamentos, refugios, hoteles, camping de interior y cerca de 3.000 plazas.

Noratur tiene una central de reservas propia que gestiona y comercializa desde hace más de 6 años toda la oferta turística de sus asociados. El sistema de búsqueda facilita una rápida localización del alojamiento según varios criterios de búsqueda (ubicación, plazas, servicios, disponibilidad). En el 2003 Noratur firmó un convenio de colaboración con Cajamurcia para impulsar un sistema de pago con tarjeta de crédito.

URL: www.noratur.com

c. Estudios

- **Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2005.** Incluye los últimos datos sobre el Comercio Electrónico minorista entre empresa y consumidor en España. Elaborado por la Asociación Española de Comercio Electrónico y Red.es.
<http://www.aece.org>.

- **Turismo en la Región de Murcia 2004.** Comportamiento de la demanda de Turismo Rural. Pp. 94-107. Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia.

Instituto de Estudios Turísticos. Incluye información estadística sobre el sector.
<http://www.iet.tourspain.es>

- **Informe de la Sociedad de la Información en España 2004.** Elaborado por Telefónica, incluye amplia información y datos sectoriales de la situación del Comercio Electrónico entre empresas y consumidores.
<http://www.telefonica.es>

- **Encuesta de uso de TIC y Comercio Electrónico en las empresas.** Elaborado por el INE. 2005.
<http://www.ine.es>
- **Inventario de indicadores para la evaluación comparada de eEuropa 2005.**
URL:www.ine.es/docutrab/tic/inventario_in05.pdf.
- **El Comercio Electrónico en España a través de entidades de medios de pago.** Elaborado por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. 4º Trimestre de 2004.
<http://www.cmt.es>
- **Estudio sobre el comportamiento de la demanda de Turismo Rural en la Región de Murcia.** Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia. 2004
- **La demanda de turismo rural en Murcia.** Isabel Pilar Albaladejo Pina; Lourdes Molera Peris; María Teresa Díaz Delfa. Departamento de Métodos Cuantitativos para la Economía de la Universidad de Murcia.
- **Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España.**
http://observatorio.red.es/documentacion/publicaciones/tic/pdf/auna2005_espana.PDF
- **Estudio sobre Internet en España.** Elaborado por la Fundación BBVA. Octubre 2005. Atiende al uso de Comercio Electrónico en España.
http://w3.grupobbva.com/TLFB/dat/presentacion_internet.pdf
- **Uso y perfil de usuarios de Internet.** Elaborado por Red.es. Octubre 2005.
http://observatorio.red.es/estudios/documentos/presentacion_uso_perfil.pdf

8. Fuentes

- Observatorio Español de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información
- CECARM, el portal sobre Comercio Electrónico en la Región de Murcia
- Instituto de Fomento de la Región de Murcia. Panel Empresarial y el Observatorio de la Pyme.
- Murciaturística.com. Portal turístico de la Región de Murcia. Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia.
- NORATUR. Asociación de propietarios y empresas de alojamientos y actividades de Turismo Rural de la Región de Murcia.
- Consejería de Turismo, Comercio y Consumo de la Región de Murcia. El portal contiene amplia y variada información sobre el sector turístico de la Región de Murcia: estadísticas, documentación, publicaciones, etc.
URL: www.carm.es/ctyc/

- *Un modelo de elección discreta en la determinación del perfil del turista rural: una aplicación a Murcia.* Isabel P. Albaladejo Pina y M^a Teresa Díaz Delfa. Universidad de Murcia Cuadernos de Turismo 2003, 11. Pp. 7-19 ISSN: 1139-7861.
- *Alternativas de Segmentación en mercados turísticos: una aplicación al caso del turista rural;* Recio Menéndez, M y Javier Martínez del Río (2002). IV Congreso Universidad y Empresa. Editorial: Tirant Lo Blanch. Pp: 563-578.
- *Análisis de la Gestión de la Información turística a través de las páginas web, como ventaja competitiva para las provincias españolas.* Traversa Cortés, J y Juan Manuel Berbel Pineda (2000). III Congreso de Turismo Universidad y Empresa; Tiran Lo Blanch: Valencia. Pp: 209-226.
- *Los intermediarios en la comercialización de los destinos turísticos a través de Internet.* Alarcón Urbistondo, P (2000). III Congreso de Turismo Universidad y Empresa; Tiran Lo Blanch: Valencia. Pp: 675-689.