



# GUÍA PARA LA EMPRESA TURÍSTICA 3.0 Casas Rurales



GENERALITAT  
VALENCIANA



<b>0</b>	<b>Antecedentes .....</b>	<b>3</b>
<b>1</b>	<b>Metodología .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Cómo usar esta guía .....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Diagnóstico .....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana .....</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>Soluciones para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana .....</b>	<b>19</b>



# 0 Antecedentes

Las empresas turísticas en general, y en particular las de la Comunitat Valenciana, deben ser conscientes de la necesidad que tienen de adecuar sus infraestructuras, servicios y gestión empresarial a un mercado dinámico y cada día más competitivo, concretamente en lo relativo a la digitalización y la sostenibilidad.

Las soluciones tecnológicas vinculadas a los distintos momentos del proceso de compra y consumo son cada vez más imprescindibles en un mercado cada día más digital, en el que aquellas empresas que no apuesten por esto se verán expulsadas automáticamente del sistema. Soluciones digitales vinculadas a la comercialización, a la prestación del servicio y a la propia gestión de su actividad empresarial son ejemplos clave para cualquier empresa turística.

La gestión sostenible de la actividad turística es una responsabilidad social por la conservación y mejora de sus entornos, al tiempo que una necesidad empresarial, ya que en un mundo con recursos finitos y en especial, con recursos cada día más caros, las mejoras en la gestión sostenible de las empresas turísticas provocarán no solo beneficios sociales y ambientales, sino considerables ahorros económicos. La sostenibilidad de la actividad turística va directamente ligada a la sostenibilidad de sus propios entornos, de ahí la relevancia que tendrá en el corto y medio plazo una mayor y mejor gestión sostenible de las empresas y destinos turísticos de la Comunitat Valenciana.

Quizás nos encontremos en uno de los momentos más evidentes de la capacidad de competitividad del sector para poderse adaptar a un proceso de continua incertidumbre. Conocer cómo están siendo capaces de resistir y qué necesidades tendrán en el corto y medio plazo para facilitar este proceso de resistencia en el mercado, será otro de los objetivos de esta guía.

Con esta guía, Turisme Comunitat Valenciana busca orientar a las **casas rurales** para establecer una hoja de ruta que les permita adecuar sus diferentes líneas de trabajo para cubrir las necesidades que las **casas rurales** puedan tener vinculadas a la digitalización, la sostenibilidad y su capacidad competitiva.

# 1 Metodología

El proceso de redacción de la guía para la empresa turística 3.0 de la Comunitat Valenciana en relación a las competencias digitales, sostenibilidad y competitividad, se ha llevado a cabo a partir de un proceso inicial de análisis de la situación de partida de la tipología de **Casa Rural**.

A tal efecto, se han analizado diferentes estudios y documentos entre los que pueden destacarse el estudio sobre el estado de digitalización de las empresas y Administraciones Públicas españolas elaborado por VODAFONE o el Estudio de competencias digitales en la empresa española elaborado por Kantar Milwardbrown para ICEMD/ESIC.

Con mayor profundidad se ha trabajado el estudio de digitalización, sostenibilidad y competitividad en las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana, elaborado por Invat-tur en 2021, del que se han extractado las principales conclusiones del diagnóstico y que serán expuestas de manera desagregada en los distintos apartados del diagnóstico para la tipología de **Casa Rural**.

# 2

## Cómo usar esta guía

Esta guía está ordenada para facilitar que el empresario y/o profesional de la tipología **Casa Rural** de la Comunitat Valenciana encuentre soluciones con las que mejorar su nivel de apuesta tecnológica, su gestión medioambiental y su competitividad.

En los primeros puntos de la guía, se evidencia la situación de partida que la tipología **Casa Rural** de la Comunitat Valenciana presenta en relación a:



Digitalización



Sostenibilidad y responsabilidad social



Competitividad

En la segunda parte del Manual, y partiendo de las principales debilidades que para cada ámbito de análisis presenta la tipología **Casa Rural**, se establecen los principales objetivos a alcanzar tanto en lo vinculado a digitalización, sostenibilidad como a competitividad.

En el último punto de la guía se incluye una propuesta de soluciones vinculadas a mejorar su situación de partida en relación a la sostenibilidad, la competitividad o la digitalización.

Estas acciones se ordenarán respondiendo a la siguiente matriz:

	Sostenibilidad y Responsabilidad Social	Competitividad	Digitalización
Soluciones Tecnológicas			
Formación			

Las fichas de acción ordenadas por tipología empresarial y áreas (sostenibilidad, competitividad y digitalización) cuentan con los siguientes apartados de información

- Título de la acción
- Descripción:
- Inversión: (baja, media, alta)

# 3 Diagnóstico

Para la realización del presente diagnóstico se han utilizado datos extraídos del informe presentado por Turisme Comunitat Valenciana en el año 2021 sobre DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RESILIENCIA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS DE LA COMUNITAT VALENCIANA vinculados a la tipología de **Casa Rural** en relación a la sostenibilidad, digitalización y competitividad.



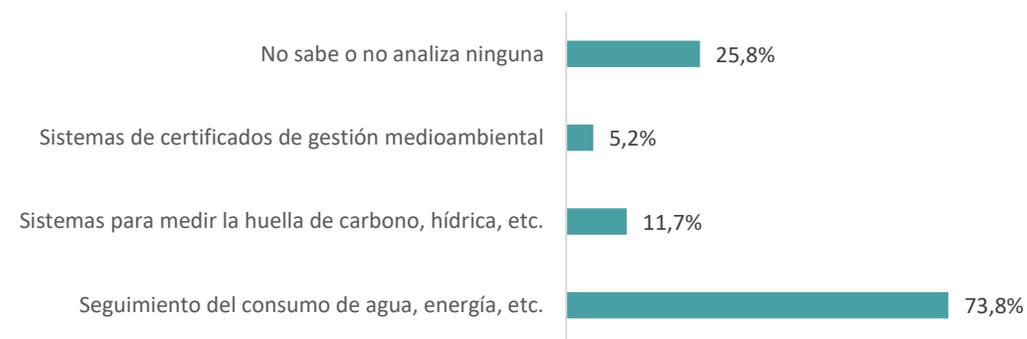
# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

## 1 ACCIONES REALIZADAS PARA EL FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD



- El 90% de los alojamientos rurales adoptan buenas prácticas ambientales, entre las que se pueden destacar el empleo de iluminación LED, programas ECO de energía o la compra de productos de limpieza ecológicos.
- Más del 75% de las casas rurales implica a clientes y proveedores en su estrategia de sostenibilidad vía compra de productos de bajo impacto, o la colaboración en la reducción del consumo de agua, energía o la eliminación selectiva de residuos.
- Apenas poco más del 25% de los encuestados considera como relevante en su estrategia de sostenibilidad la participación de su personal en programas formativos vinculados a herramientas y soluciones en gestión medioambiental.

## 2 ANÁLISIS DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

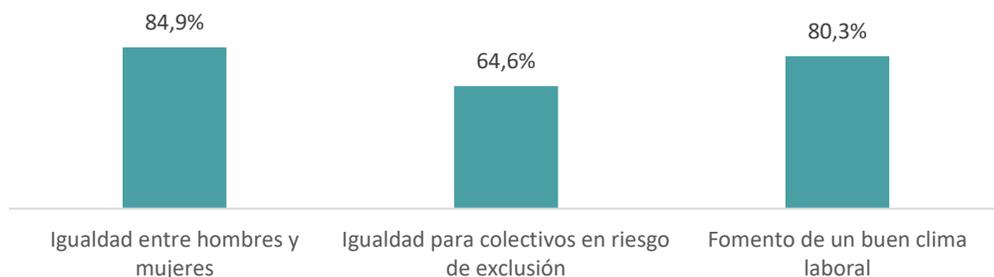


- Para casi un 75% de las casas rurales el control y seguimiento de los consumos de agua y energía se considera como principal medida de evaluación medioambiental.
- Muy pocos alojamientos rurales disponen de sistemas para medir la huella de carbono, hídrica, etc. (11,7%) y tan solo en torno al 5% tiene sistemas certificados de gestión ambiental, porcentaje sin duda muy bajo en comparación con otras tipologías de empresas turísticas analizadas en la Comunitat Valenciana.
- Más del 25% de las casas rurales encuestadas evidencia que no contaba con información en relación con estas medidas de análisis medioambiental.



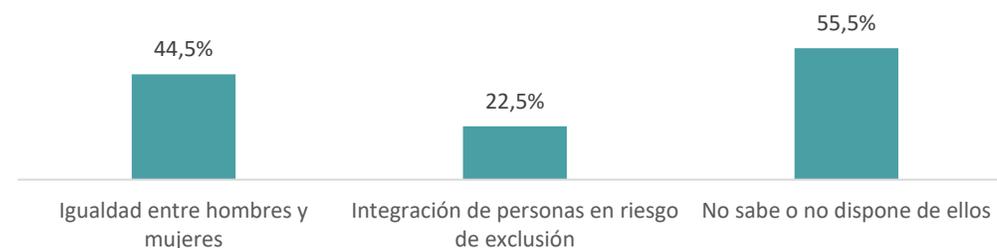
# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

## 3 MEDIDAS LABORALES IMPLANTADAS



- En torno al 85% de los encuestados evidencia que la medida de responsabilidad social más destacada es el desarrollo de acciones en materia laboral para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres.
- Le sigue el fomento de un buen clima laboral que, a grandes rasgos, es la medida más adoptada por los diversos tipos de empresas turísticas de la Comunitat Valenciana.
- Casi un 65% de las casas rurales implanta medidas laborales vinculadas a la igualdad entre colectivos en riesgo de exclusión, cifra que sin duda cuenta con espacio de crecimiento, aunque es la segunda tipología de empresa turística con mayor porcentaje al respecto, detrás de los guías.

## 4 DISPONIBILIDAD DE PLANES DE IGUALDAD E INTEGRACIÓN

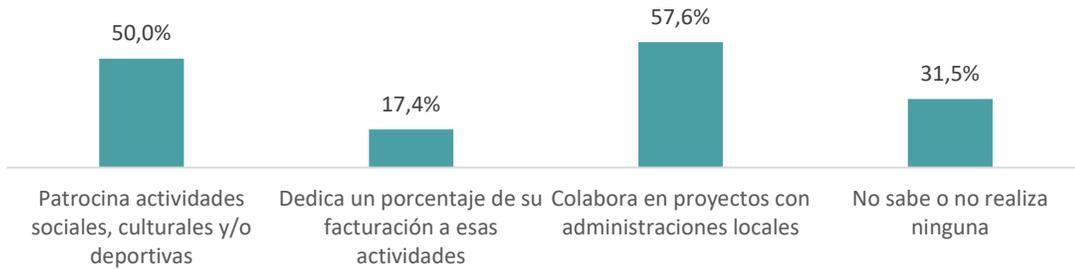


- Es relevante que aun cuando tal y como respondían en la pregunta anterior, el 65% de los encuestados evidencia que apuesta por la igualdad, más de la mitad de las casas rurales no dispone de planes de igualdad e integración, mientras que tan solo un 45% reconoce que dispone de planes de igualdad entre hombres y mujeres, porcentaje que baja al 22,5% en lo referente a los planes de integración de personas en riesgo de exclusión.



# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

## 5 MEDIDAS SOCIALES IMPLANTADAS



- Más de la mitad de las casas rurales de la Comunitat Valenciana colaboran en proyectos con administraciones locales en el desarrollo de proyectos sociales y/o lo hacen directamente con el patrocinio de instituciones sociales, culturales y/o deportivas.
- Un 17,4% de las casas rurales dedican un porcentaje de su facturación a actividades sociales con ONG's locales, porcentaje relevante en comparación a otras tipologías de empresa turística encuestadas. Aun así, cerca de un 32% no sabe o no implanta ninguna medida.

## 6 CERTIFICACIONES SOCIALES



- Prácticamente un 95% no sabe o no cuenta con ninguna certificación social, dato sin duda muy revelador del desconocimiento o del desinterés que estas certificaciones tienen para la tipología de alojamiento rural.
- Tan solo un 2,7% de las casas rurales tiene sistemas certificados sobre responsabilidad social corporativa y un 2,4% del total cuenta con algún otro sistema de certificación social, porcentajes verdaderamente testimoniales.



# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

## ADSCRIPCIÓN A ASOCIACIONES TURÍSTICAS

(ASOCIACIONISMO)

# 60%

Forma parte de algún tipo de asociación empresarial turística, uno de los porcentajes más bajos en comparación al resto de tipologías turísticas analizadas, motivado en parte por la elevada dispersión geográfica con la que cuenta esta tipología y la escasa oferta de colectivos asociativos de alojamiento rural de relevancia autonómica.

## ÍNDICE MEDIO DE SOSTENIBILIDAD

Índice medio de sostenibilidad ambiental

3,6



Rango de 0 a 7

Índice medio de sostenibilidad sociolaboral

3,0



Rango de 0 a 5

Índice medio de sostenibilidad social comunitaria

1,3



Rango de 0 a 5

- El índice medio de sostenibilidad de las casas rurales de la Comunitat Valenciana, aun cuando obtiene una nota por encima de la media en lo relativo a valores relacionados con la gestión medioambiental, se queda lejos en aquellas medidas asociadas a cuestiones sociolaborales y con su comunidad.



# DIGITALIZACIÓN

## 1

### DISPONIBILIDAD DE PÁGINA WEB

# 84%

Dispone de página web, dato casi 10 puntos por debajo de la tipología de hoteles y/o apartamentos turísticos, lo que evidencia además que existe una parte relevante de la oferta de casas rurales fuera del actual mercado al no disponer de este canal de comunicación imprescindible.

## 3

### INVERSIONES REALIZADAS EN VISIBILIDAD



- Las inversiones que realizan las casas rurales en relación a mejorar su visibilidad online son en general muy bajas, lo que sin duda está condicionando su capacidad competitiva frente al resto de alojamientos turísticos rurales del mercado nacional y del resto de alojamientos turísticos de la Comunitat Valenciana.

## 2

### ÚLTIMO CAMBIO REALIZADO EN LA ESTRUCTURA O DISEÑO DE LA WEB

(FRECUENCIA DE ACTUALIZACIÓN)



- Aun cuando un 85% dispone de web, cerca del 50% de éstos realizan cambios cada año o más, periodo demasiado elevado para estas herramientas, lo que sin duda también estará condicionando su posicionamiento SEO.
- Tan solo un 19% de las casas rurales sí realizó una modificación en la web en los últimos 4 meses, cuestión que debería ser más habitual para garantizar su posicionamiento SEO y su mayor capacidad competitiva en el canal online.



# DIGITALIZACIÓN

## USO DE RRSS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES

# 3/4

Es relevante indicar que en la actualidad aún existe un 25% de las casas rurales que no dispone de perfil en redes sociales, lo que sin duda limita su capacidad de posicionamiento y acceso al mercado.

## OFERTA SERVICIOS EN BUSCADORES Y COMPARADORES DE PRECIOS

# 1/2

Tan solo en torno a la mitad de casas rurales oferta servicios en buscadores y comparadores, dato llamativo teniendo en cuenta el no tan elevado uso de páginas web propias y comunicación online mediante RRSS. La suma de estas dos realidades está condicionando la capacidad competitiva de un importante número de alojamientos de turismo rural que ni cuenta con web propia, ni con presencia en redes o comercialización a través de buscadores o IDS.

## DESARROLLO DE CONTENIDOS MULTIMEDIA

# 45%

Porcentaje reducido para la relevancia que esto tiene para el posicionamiento SEO de sus empresas a través de fotografías, vídeos, podcast, etc.

## RRSS UTILIZADAS PARA COMUNICARSE CON LOS CLIENTES



21,9%



30,5%



16,2%



73,2%



63,3%



93,3%

- Las RRSS más utilizadas para comunicarse con clientes son Facebook, seguido por WhatsApp e Instagram, esta última a pesar de ser la que más ha crecido en los últimos años, principalmente entre la demanda más joven, cuestión que sin duda está condicionando su acceso a una parte de la demanda.
- La presencia en YouTube y Google My Business también es muy reducida, lo que limita su acceso al mercado por la relevancia que estas tienen para el posicionamiento online.



# DIGITALIZACIÓN

## 8 REALIZACIÓN DE ANÁLISIS DE MERCADO Y BIG DATA



- Cerca de los tres cuartos de las empresas de alojamiento rural (casas rurales) no sabe o no realiza análisis de mercado y big data. Es un porcentaje elevado y denota que la posible mejora de competitividad a través del uso de datos no está siendo aprovechada.
- Aproximadamente un 20% del total usa fuentes internas y fuentes externas de las cuales se extraen datos valiosos a la hora de analizar competidores próximos, ver datos de ocupación, precios, oferta de servicios, etc.

## 10 DISPONIBILIDAD DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN DIGITALIZACIÓN

# 16%

Tan solo poco más de un **16% de casas rurales cuenta con personal** con capacidad para ofrecer un servicio más concreto enfocado a la digitalización.

## 9 DISPONIBILIDAD DE UN SISTEMA DE GESTIÓN CRM

# 15,7%

Este es otro de los datos relevantes en la radiografía de la empresa de turismo rural ya que tan solo un 15,7% de los encuestados evidencia disponer de CRM, cifra más que testimonial y fiel reflejo de la falta de estrategia de profesionalización en la gestión de los datos de clientes y el desarrollo de acciones de fidelización.

### ÍNDICE MEDIO DE DIGITALIZACIÓN

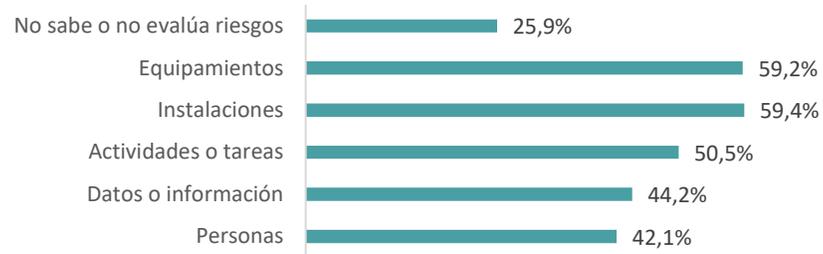
# 3,8

El índice de digitalización medio de casas rurales de la Comunitat Valenciana se sitúa por debajo de la mitad, teniendo un valor de **3,8** sobre 10, cuestión que sin duda está influyendo y condicionando su capacidad de competitividad.



# COMPETITIVIDAD

## 1 RIESGOS EVALUADOS QUE PUEDEN AFECTAR A LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA



- Los riesgos que más evalúan las casas rurales, son aquellos relacionados con las propias instalaciones, los equipamientos y las actividades o tareas, seguidos por aquellos vinculados a los datos y las personas que trabajan en sus empresas.
- Es además relevante que un poco más de un cuarto del total de las casas rurales no sabe o no evalúa riesgos, lo que sin duda evidencia lo reducido de su nivel de profesionalidad.

## 2 PLANES PREVENTIVOS GENERADOS PARA MINIMIZAR LOS RIESGOS



- Es relevante que en torno al 37% de las casas rurales evidencia que no ha elaborado un plan preventivo, cuestión que sin duda condiciona su capacidad competitiva frente a los riesgos asociados a la actividad turística.

### ÍNDICE MEDIO DE COMPETITIVIDAD

4,6

*El índice medio de competitividad de las casas rurales es bajo en comparación con las otras tipologías de alojamiento turístico analizadas, lo que sin duda está condicionando y limitando su supervivencia empresarial.*

# 4

## Los objetivos de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

### Casas Rurales



## Sostenibilidad y responsabilidad social

La tipología de Casa Rural de la Comunitat Valenciana tiene ante sí el reto de incrementar su nivel de sostenibilidad, no solo por alinear sus estrategias con las de Naciones Unidas y sus ODS, sino por asegurar su propia sostenibilidad empresarial.

A tal efecto, la tipología de Casa Rural de la Comunitat Valenciana deberá marcarse los siguientes objetivos:



Incrementar el número de soluciones para el ahorro de agua y energía en los alojamientos como base para reducir su huella de carbono y sus costes empresariales.



Aumentar la formación y sensibilización de los empleados y proveedores como base para mejorar su sostenibilidad.



Incorporar un mayor número de herramientas y soluciones tecnológicas que faciliten una relación más sostenible con su entorno.



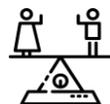
Aumentar el número de Casas Rurales con certificaciones medioambientales.



Fomentar la colaboración de los clientes en las acciones de mejora de la sostenibilidad turística de los alojamientos.



Comunicar a los clientes las políticas de RSC e igualdad de la Casa Rural.



Incrementar el número de Casas Rurales que, teniendo empleados, cuentan con planes de igualdad redactados e implementados.



Alcanzar un mayor número de Casas Rurales con planes de RSC.



## Competitividad

Entendida como la necesidad de adecuar las Casas Rurales a las exigencias del actual mercado para garantizar de esta manera su propia supervivencia.

Una cuestión básica en un mercado tan competitivo y convulso como el actual y para el que se marcan los siguientes objetivos:



Incorporar el análisis de riesgos empresariales como base para garantizar la capacidad competitiva de las Casas Rurales de la Comunitat Valenciana.



Aumentar los niveles de formación de sus propietarios sobre herramientas y metodologías de análisis de riesgos.



Mejorar las infraestructuras y servicios de las Casas Rurales como estrategia para incrementar su competitividad.



Incorporar herramientas y procesos de trabajo que mejoren la gestión de los datos de las Casas Rurales como base para incrementar su capacidad competitiva.



## Digitalización

Uno de los grandes retos de la tipología de Casa Rural en la Comunitat Valenciana es, sin duda, el de la digitalización como base para mejorar su eficiencia empresarial, su capacidad de gestión y de competir en el mercado.

Los objetivos a marcarse en relación a la digitalización serán:



Garantizar que el 100% de las Casas Rurales de la Comunitat Valenciana disponen de web y de que realizan una actualización, al menos anual, como premisa para facilitar su acceso al mercado.



Aumentar la profesionalización mediante la formación en la gestión de las distintas herramientas de redes sociales, comunicación y comercialización online de las Casas Rurales.



Incrementar las inversiones de las Casas Rurales en materia SEO y SEM como base para facilitar su mejor posicionamiento y acceso al mercado.



Incrementar su presencia online a partir de la generación de contenidos multimedia.



Aumentar las acciones de comercialización y de fidelización con clientes a partir de una mayor incorporación de la herramienta CRM.

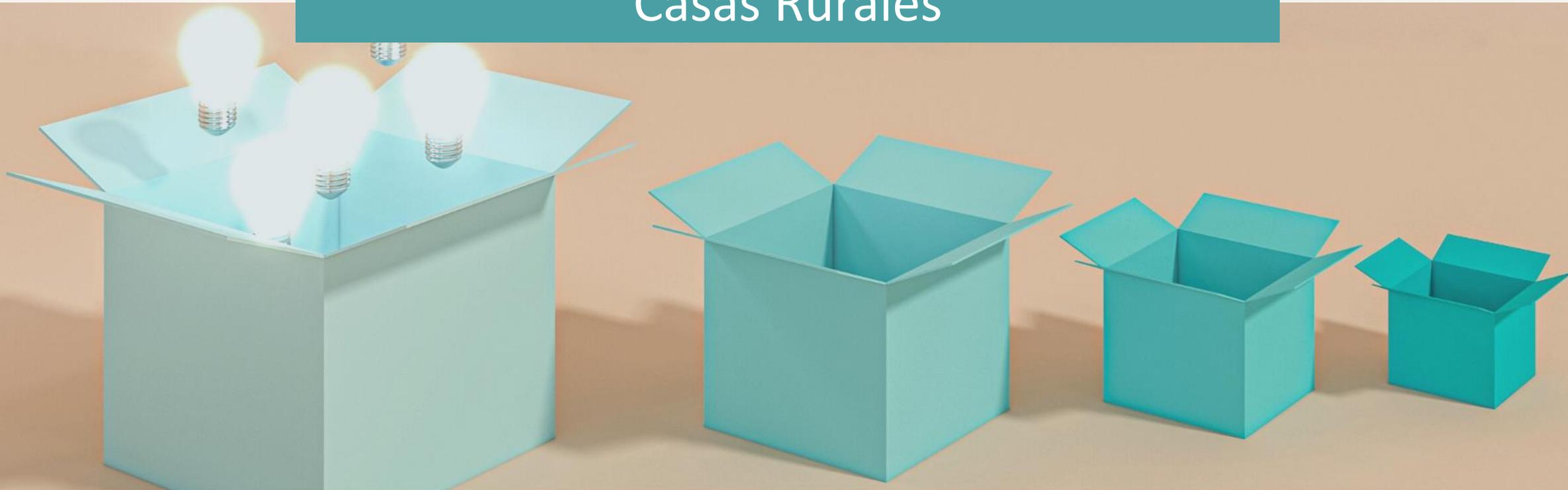


Incorporar la gestión y el análisis de los datos como base para mejorar su competitividad.

# 5

## Guía para la transformación de las empresas turísticas de la Comunitat Valenciana

### Casas Rurales



A partir del diagnóstico previo y de la determinación de los objetivos de mejora a alcanzar para la tipología de **Casa Rural**, este apartado propone algunas de las principales soluciones tecnológicas y de formación vinculadas a su digitalización, sostenibilidad y competitividad.

En el primer punto se extractan las principales propuestas de mejora para la tipología de Casa Rural, mientras que en la segunda parte de este punto 5 se incluye una relación de estas propuestas con una descripción y orientación sobre la inversión a considerar para su ejecución.

	 <b>Sostenibilidad y Responsabilidad Social</b>	 <b>Competitividad</b>	 <b>Digitalización</b>
 <b>Soluciones Tecnológicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cálculo de huella de carbono</li> <li>✓ Gestión inteligente de consumos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestión de riesgos y contingencias</li> <li>✓ Ciberseguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Web corporativa</li> <li>✓ Gestión de campañas</li> <li>✓ Gestor de redes sociales</li> <li>✓ Channel Managers</li> <li>✓ Customer Relationship Management</li> <li>✓ Email marketing</li> <li>✓ Sistemas de Analítica de Datos (Big Data)</li> <li>✓ Servicios en la nube</li> <li>✓ Motores de reserva</li> <li>✓ Conectividad a la red</li> <li>✓ Reputación online</li> </ul>
 <b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sostenibilidad medioambiental y social</li> <li>✓ Comunicación de prácticas sostenibles</li> <li>✓ Certificados medioambientales y sociales</li> <li>✓ Gestión sostenible de proveedores de proximidad</li> <li>✓ Economía circular</li> <li>✓ Gestión de la accesibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planes de contingencia</li> <li>✓ Gestión de la ciberseguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gestión de sitios webs</li> <li>✓ Branded content</li> <li>✓ Gestión de redes sociales</li> <li>✓ Gestión y análisis de SEO y SEM</li> <li>✓ Revenue Management</li> <li>✓ Gestión de herramientas en la nube</li> </ul>



# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



## Cálculo de huella de carbono

1

**Objetivo:** Conocer y reducir la huella de carbono producida por las casas rurales

### Solución

Implantar una herramienta de software dirigida al cálculo de la totalidad de gases de efecto invernadero emitidos (GEI) por efecto directo o indirecto por las casas rurales.

El análisis de huella de carbono proporciona como resultado un dato que puede ser utilizado como indicador ambiental global de la actividad que desarrolla el alojamiento. La huella de carbono se configura así como punto de referencia básico para el inicio de actuaciones de reducción de consumo de energía y para la utilización de recursos y materiales con mejor comportamiento medioambiental.

**Inversión** Baja: hasta 3.000€



Solución tecnológica



## Gestión inteligente de consumos

2

**Objetivo:** Controlar, medir y racionalizar los consumos energéticos, de agua y residuos de las casas rurales

### Solución

Se recomienda la aplicación de soluciones smart grids o redes inteligentes que consisten en un sistema de distribución de energía moderno y avanzado que combina instalaciones tradicionales con nuevas tecnologías de monitorización y sensores. Esta tecnología se basa en modelos de Inteligencia Artificial, así como en sistemas de información y telecomunicaciones capaces de medir, comunicar y controlar en tiempo real los consumos de agua, energía, residuos o aire con los objetivos de ahorrar y alcanzar un consumo eficiente y sostenible. De esta manera, el propietario de la casa rural podrá disponer en tiempo real de la información de sus costes energéticos, de agua y residuos con los que poder gestionar acciones de mejora para su reducción.

**Inversión** Media: entre 3.001 y 10.000 €



Solución tecnológica



# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



## Sostenibilidad medioambiental y social

3

**Objetivo:** Sensibilizar a las casas rurales sobre sostenibilidad medioambiental y social

### Solución

Se aconseja la asistencia a sesiones de formación para conocer y contextualizar los conceptos de sostenibilidad, desarrollo sostenible o responsabilidad social. Es recomendable encuadrar las cuestiones relativas a la sostenibilidad medioambiental, social y gobernanza en el trabajo de las casas rurales, así como implementar medidas con las que poder alcanzar los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible, Agenda 2030 de Naciones Unidas) como parte de la estrategia empresarial.

**Inversión :** Baja: hasta 3.000€



Formación



## Comunicación de prácticas sostenibles

4

**Objetivo:** Mejorar la comunicación de las casas rurales en materia de prácticas sostenibles

### Solución

Las casas rurales requieren definir un plan de comunicación donde se analicen e identifiquen las prácticas en sostenibilidad para, posteriormente, comunicarlas de manera eficiente, clara y transparente. Es necesario aprender, en este sentido, la relación de los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social con los procesos de comunicación intrínsecos del alojamiento y cómo gestionar la comunicación a través de un visión integral y estratégica de la sostenibilidad. De esta manera podrá implicarse a los clientes en la mejora de la relación medioambiental de su actividad y su entorno.

**Inversión :** Baja: hasta 3.000€



Formación



# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



## Certificados medioambientales y sociales

**Objetivo:** Impulsar la obtención de certificados medioambientales y sociales en las casas rurales

### Solución

Como paso previo a la implantación, es necesario conocer las alternativas y diferencias entre las certificaciones disponibles en el mercado en materia medioambiental y social para seleccionar aquellas vinculadas a su realidad de negocio y público objetivo. Las certificaciones ambientales se basan en la incorporación de criterios medioambientales en la gestión empresarial como la eficiencia energética, empleo de energía renovables, minimización de emisión de gases de efecto invernadero o la adecuada gestión de residuos como, por ejemplo, las certificaciones de la familia ISO 14.000, EMAS o Forestal FSC. Las certificaciones sociales consideran aspectos como los derechos laborales, la calidad del empleo, grupos sociales específicos o la igualdad de oportunidades y accesibilidad como las certificaciones ISO 25.000, SA 8.000 o ISO 45.000.

**Inversión Baja:** hasta 3.000€



Formación



## Gestión sostenible de proveedores de proximidad

**Objetivo:** Crear redes de colaboración entre las casas rurales y proveedores de proximidad en el territorio

### Solución

Las empresas proveedoras tienen un papel determinante en la gestión de la sostenibilidad. En este sentido, los proveedores de proximidad contribuyen a reducir el impacto ambiental derivado del transporte de productos al mismo tiempo que impulsan la economía del territorio donde la empresa está presente. De esta forma se hace tangible la integración de la sostenibilidad en la gestión de la cadena de suministro. Se propone que las casas rurales prioricen la selección de proveedores próximos a su establecimiento.

**Inversión Baja:** hasta 3.000€



Formación



# SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



## 7 Economía circular

**Objetivo:** Estimular la implantación de medidas de economía circular en las casas rurales

### Solución

Es necesario aprender los conceptos y prácticas incluidos bajo la economía circular. Esta corriente de gestión pretende cambiar el modelo de producción y consumo basado en usar y tirar, por un modelo que se parezca al sistema circular del ciclo biológico de la naturaleza, optimizando la utilización y vida útil de recursos y la minimización de residuos aplicando, al menos, los principios de Reducir, Reutilizar, Reciclar, Rediseñar y Reparar.

**Inversión** Baja: hasta 3.000€



Formación



## 8 Gestión de la accesibilidad

**Objetivo:** Mejorar la accesibilidad integral de las casas rurales

### Solución

La visión amplia de la sostenibilidad requiere implantar un sistema de gestión de la accesibilidad universal (cognitiva, física y sensorial) en las empresas turísticas como, por ejemplo, el propuesto por la norma UNE 170.001. Estos sistemas deben demostrar la capacidad de las empresas para proporcionar y mantener entornos accesibles que satisfagan los requisitos legales y reglamentarios aplicables y los requisitos específicos cuando aspira a aumentar la accesibilidad de sus entornos a través de la aplicación eficaz del sistema.

**Inversión** Media: entre 3.001 y 10.000€



Formación



# COMPETITIVIDAD



## Gestión de análisis de riesgos y contingencias

**Objetivo:** Minimizar los riesgos que puedan afectar la continuidad de la actividad de negocio de las casas rurales

### Solución

Las casas rurales, deben estar preparadas, protegerse y reaccionar ante posibles incidentes de seguridad que pudieran dañar la capacidad operativa o hacer peligrar la continuidad del negocio. En este sentido, deben ser capaces de dar una respuesta rápida y eficaz ante cualquier contingencia grave, de manera que puedan recuperar la actividad normal en un plazo de tiempo tal que no se vea comprometido la totalidad del negocio. Para ello, se debe definir un Plan de Contingencia y Continuidad de su casa rural, donde regular los mecanismos a poner en marcha en caso de incidentes graves. Estos mecanismos ayudarán a mantener el nivel de servicio en unos límites predefinidos, establecerán un periodo de recuperación mínimo, para volver con la mayor premura a la situación inicial anterior al incidente, analizarán los resultados y los motivos del incidente, y evitarán la interrupción de las actividades corporativas. De esta manera se profesionalizarán aún más los alojamientos rurales independientemente de los cambios de personal o de gestor.

**Inversión Media:** entre 3.001 y 10.000 €



Solución tecnológica



## Ciberseguridad

**Objetivo:** Fortalecer la ciberseguridad de las casas rurales

### Solución

En el actual escenario de negocio, la gestión de la ciberseguridad adquiere un papel fundamental para que el proceso de transformación digital no suponga un riesgo para las empresas. Cada casa rural debe analizar las principales amenazas de ciberseguridad a las que están expuestas y, a partir de estos resultados, deben abordar y detallar los principales aspectos a tener en cuenta en materia de ciberseguridad dentro de su negocio, destacando las distintas medidas y herramientas necesarias para proteger la información que gestionan y transmitir de este modo una imagen positiva de la empresa entre sus clientes y proveedores. Problemas que pueden afectar a sus datos, a los sistemas de gestión, a su web, a la suplantación de identidad o a sus perfiles en redes.

**Inversión Baja:** hasta 3.000 €



Solución tecnológica



# COMPETITIVIDAD



## 11 Gestión de la Ciberseguridad

**Objetivo:** Sensibilizar sobre la necesidad de adoptar medidas de ciberseguridad en las casas rurales

### Solución

Las casas rurales deben conocer el alcance y alternativas de la gestión de la ciberseguridad. Este campo abarca amenazas al hardware, cuidado de información confidencial, cuidado de software y datos de los ordenadores, incluidos robo, piratería, virus, ataques a bases de datos o incluso nuevas tecnologías y más, dependiendo del tipo de ataque. Los ataques cibernéticos son cada vez más comunes, ya los antivirus no son suficientes, los cibercriminales implementan ingeniería social, los emails con phishing atacan millones de emails diariamente, los hackers también incorporan software malicioso en los sitios web. Por eso es importante que las casas rurales implementen soluciones que les protejan de estos ataques.

**Inversión Baja:** hasta 3.000 €



Formación



## 12 Planes de contingencia

**Objetivo:** Enseñar a las casas rurales a elaborar planes de contingencia

### Solución

Con carácter previo o simultáneo a su realización, las casas rurales deben conocer las fases para elaborar un plan de contingencias. Entre estos conocimientos debe incluirse la adquisición de criterios para identificar las contingencias a tener en cuenta, aprender a valorar las contingencias del negocio, adquirir habilidades para elaborar un plan de contingencias a la continuidad del negocio que ayude a hacer frente a las posibles interrupciones del negocio ante circunstancias imprevistas y tener criterios para mantener actualizado el plan de contingencias a la continuidad del negocio. Estos planes considerarán la realidad de recursos humanos de las casas rurales y las estructuras de gestión tan personalizadas.

**Inversión Baja:** hasta 3.000 €



Formación



# DIGITALIZACIÓN



## 13 Desarrollo de web corporativa

**Objetivo:** Conseguir que la totalidad de las casas rurales cuenten con web corporativa

### Solución

Cualquier negocio turístico requiere tener presencia en Internet y es, de hecho, uno de los objetivos transversales comunes a cualquier tipología de empresa del sector turístico.

Una página web corporativa es un instrumento imprescindible para llegar al mercado, provocar visitas y generar ventas. En función de la estrategia empresarial, estas webs podrán disponer de sistemas de reserva online con los que poder cerrar el proceso de venta.

Las webs corporativas deben transmitir la esencia de la casa rural en términos de imágenes, colores corporativos, estilo, tipografía, contenidos, etc. Además, deben incorporar vínculos a los perfiles de redes sociales en las que el alojamiento tenga presencia. Estas webs deben además mantenerse y actualizarse de manera constante para mejorar su SEO.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



## 14 Gestión de campañas online

**Objetivo:** Aumentar las competencias y capacidades de las casas rurales en la planificación de campañas online

### Solución

El aumento de la complejidad de la planificación y ejecución de campañas online provoca la necesidad de incorporar herramientas que ayuden a las empresas turísticas en esta tarea. En este sentido, existen soluciones de administración de campañas que utilizan los equipos de marketing para colaborar, planificar y realizar un seguimiento de las campañas en un solo lugar.

Estas aplicaciones pueden vincularse o integrarse dentro de soluciones más amplias de automatización del marketing para realizar acciones de marketing de forma automatizada y detectar de forma automática los clientes que están más preparados para recibir una oferta comercial o cerrar una venta.

Inversión Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



# DIGITALIZACIÓN



## Gestor de redes sociales

15

**Objetivo:** Aumentar la capacitación de las casas rurales en la gestión de redes sociales

### Solución

El aumento de redes sociales y la necesidad de mantener activos los perfiles donde las casas rurales tienen presencia requiere de una planificación y dedicación que puede simplificarse con apoyo en herramientas y aplicaciones de gestión de las redes sociales que permiten ahorrar tiempo, monitorizar las acciones propias y de la comunidad, medir la efectividad de las campañas y optimizar la gestión de la empresa, pudiendo obtener unos mejores resultados.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



## Channel Managers

16

**Objetivo:** Mejorar la comercialización de las casas rurales

### Solución

Los Channel Managers o gestores de canales permiten la distribución automatizada de los alojamientos en plataformas e intermediarios donde los viajeros pueden reservar. Cuanto mayor es el volumen de habitaciones del establecimiento (o casas rurales completas) y cuanto mayor es la presencia en canales de distribución, mayor es la recomendación para implantar esta herramienta en una casa rural. Sin duda es una solución imprescindible en el actual mercado turístico, incluso para las casas rurales que deben trabajar con precios dinámicos. Esta herramienta permite optimizar los tiempos de trabajo de los propietarios, incrementar su capacidad competitiva con la adecuación de precios y trabajar con amplios números de intermediarios

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



# DIGITALIZACIÓN



## Customer Relationship Management - CRM

# 17

**Objetivo:** Optimizar la gestión de los clientes de las casas rurales

### Solución

El CRM se refiere al conjunto de prácticas, estrategias de negocio y tecnologías enfocadas en la relación con el cliente. El CRM es todo el proceso utilizado por las empresas turísticas para administrar y analizar las interacciones con clientes, anticipar necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, aumentar las ventas y personalizar campañas de captación de nuevos clientes. Trabajar con clientes fidelizados es sin duda positivo para una casa rural, realizar acciones de comunicación con clientes ya fidelizados de una manera inteligente será mucho más sencillo que atraer nuevos clientes. Disponer de una información ordenada sobre procedencia, fórmula de viaje y algunas de sus motivaciones permitirán desarrollar acciones de email marketing de manera inteligente.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



## Email Marketing

# 18

**Objetivo:** Mejorar las competencias del email marketing en las casas rurales con uso comercial

### Solución

Las soluciones de email marketing o emailing se utilizan para enviar mensajes con la finalidad, entre otros objetivos, de adquirir nuevos clientes, desarrollar la relación con los actuales, crear lealtad, interactuar con los contactos, aumentar ventas, generar confianza hacia un servicio o producto, confirmar una orden de compra, etc.

Dependiendo del tamaño o tipología de empresa turística, la herramienta de email marketing puede contratarse de manera independiente o bien puede estar integrada en el CRM u otras herramientas de la empresa. Existen además herramientas de email marketing sin coste o de coste reducido para las dimensiones de bases de datos que emplea una casa rural.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



# DIGITALIZACIÓN



## Sistemas de Analítica de Datos (Big Data)

# 19

**Objetivo:** Incrementar la toma de decisiones basadas en datos por parte de las casas rurales

### Solución

La Inteligencia Artificial, la tecnología móvil, las redes sociales y el Internet de las Cosas (IoT) están disparando la complejidad de los datos y generando nuevas formas y orígenes de los mismos. La analítica de Big Data es el uso de técnicas de analítica avanzada en grandes conjuntos de datos diversos, que incluyen datos estructurados, semi-estructurados y no estructurados, de distintos orígenes y en distintos tamaños. En el sector turístico su principal utilidad es anticipar la demanda turística y adoptar decisiones operativas y comerciales de acuerdo a este análisis. La gestión de esta información es relevante incluso para una casa rural, existen herramientas de bajo coste que permiten disponer de un cuadro de mando donde se visualizan todos los datos de evolución de la demanda en función de nuestros intereses para poder anticipar decisiones de precio o de gestión.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



## Servicios en la nube

# 20

**Objetivo:** Impulsar la diversificación de proveedores y servicios que ofrece la nube

### Solución

Los servicios en la nube o de cloud computing son todas las infraestructuras, las plataformas, las tecnologías o los sistemas de software a los que acceden los usuarios a través de Internet sin tener que descargar software adicional y cuyo coste está asociado a su uso. Estos servicios facilitan el acceso a la información desde diferentes ordenadores o smartphones, además minimizan los problemas de seguridad aumentando el acceso a la recuperación de la información ante posibles problemas. La mayoría de las soluciones propuestas en esta guía, como ciberseguridad, channel managers, CRM, Big Data, etc. trabajan en la nube para facilitar el acceso desde diferentes terminales y la actualización continuada de los datos.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



# DIGITALIZACIÓN



## 21 Motores de reserva

**Objetivo:** Aumentar las reservas directas en las casas rurales

### Solución

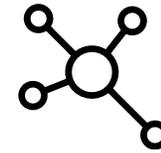
Los motores de reservas de empresas de alojamiento o actividades es una aplicación que se integra en los sitios web y en los perfiles de las redes sociales de los alojamientos para capturar y procesar las reservas directas en tiempo real.

Se encuadra dentro de la estrategia de comercialización directa de las empresas del sector turístico, el cual acostumbra a estar altamente intermediado, incluso en la tipología de casa rural. Es fundamental disponer de una de estas herramientas para poder agilizar el proceso de contratación, también provocan confianza en el cliente final y, si se vinculan al Channel Manager, facilitarán el trabajo de gestión de precios y ocupaciones al poder trabajar con varios canales de comercialización.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



## 22 Conectividad a la red

**Objetivo:** Extender la conexión a la red en las casas rurales

### Solución

Es importante para las casas rurales incorporar valores añadidos a su oferta, entre las que se encuentra la conexión a la red, en especial, mediante WiFi. Es preciso tener en cuenta que un alto porcentaje de usuarios buscarán si el establecimiento donde quieren reservar dispone de una buena conexión, incluso en el medio rural. Es una oportunidad que se debe aprovechar para atraer más clientes.

Soluciones que permiten ofrecer al cliente mejores experiencias y a la empresa la mejor herramienta de gestión y control. Desde el servicio WiFi al diseño de circuitos cerrados de televisión, redes independientes de clientes y empleados o sistemas más complejos.

**Inversión** Baja: hasta 3.000 €



Solución tecnológica



# DIGITALIZACIÓN



## Reputación online

23

**Objetivo:** Conocer la valoración de los turistas sobre las casas rurales

### Solución

Se recomienda que la gestión de redes sociales se acompañe del análisis de la reputación online de la casa rural y de la monitorización de redes sociales a través de la escucha activa. Mediante esta herramienta se consigue la identificación de comentarios negativos o positivos. Es importante para las casas rurales conocer la opinión de su demanda y el análisis de estos comentarios para realizar mejoras o reforzar aquellas cuestiones mejor valoradas. Es imprescindible que las casas rurales dispongan de perfiles propios en los principales sitios de prescripción y se realice un mantenimiento continuado, respondiendo a los comentarios.

**Inversión Baja:** hasta 3.000 €



Solución tecnológica





# DIGITALIZACIÓN



## 24 Gestión de sitios webs

**Objetivo:** Aumentar las competencias técnicas de las casas rurales para la gestión de las webs

### Solución

Es necesario que las webs se perciban como elementos vivos. En este sentido, las casas rurales deben aprender a gestionar el contenido de su propia página, como cambiar textos, añadir noticias o servicios de forma autónoma y de la mejor forma posible. Igualmente, deben aprender a planificar la agenda, comunicarla e integrar las redes sociales. Adecuar las imágenes a las diferentes estaciones, incorporar propuestas de experiencias de consumo en el corto y medio plazo. Este proceso debe llevarse a cabo no solo por el SEO vinculado a Google y a sus criterios de actualización, sino por aportar valor constante a su demanda potencial.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



## 25 Branded Content

**Objetivo:** Enseñar a las casas rurales a la elaboración de Branded Content

### Solución

Se recomienda la asistencia a sesiones de formación sobre Branded Content. Por Branded Content se entienden aquellos contenidos que entretienen, informan o inspiran generados por las empresas turísticas y que tienen interés o relevancia para el público. Son comunicaciones que se vinculan con lo que la empresa quiere mostrar unidas a lo que los viajeros quieren ver. Es, por tanto, una forma de publicidad que no interrumpe al usuario mientras está consumiendo otro contenido, sino que es buscada directamente por éste. Mucho de este contenido en el caso de las casas rurales, estará vinculado a las propuestas de experiencias que pongan en mercado, a los eventos que sucederán en el medio plazo en sus destinos o a propuestas de recursos y oferta de su área de influencia a proponer. El contenido deberá alinearse con la estrategia de productos a posicionar ya que influirá a través del SEO en su posterior posicionamiento.

Inversión Media: entre 3.001 y 10.000 €



Formación



# DIGITALIZACIÓN



## Gestión de redes sociales

26

**Objetivo:** Mejorar el conocimiento de las casas rurales en la gestión de redes sociales

### Solución

En el actual escenario turístico se requiere aprender a planificar, medir y optimizar los resultados en las redes sociales. En este sentido, es preciso aprender los principios de la administración de una comunidad online activa, conocer a fondo las estrategias, aprovechar todo su potencial y segmentar para llegar a los públicos objetivo. Gracias a las redes sociales, las casas rurales pueden conseguir información sobre sus clientes, pudiendo interactuar directamente con ellos. Es importante que los alojamientos rurales conozcan los momentos de toma de decisión de sus clientes para actuar sobre ellos con antelación. Las redes sociales de estos alojamientos deben contener tan solo información sobre el alojamiento o su entorno sin incorporar posts o comentarios de ámbito personal.

**Inversión** Baja: hasta 3.000€



Formación



## Gestión y análisis de SEO y SEM

27

**Objetivo:** Enseñar a las casas rurales a la gestión de SEO y SEM

### Solución

La optimización del posicionamiento en buscadores por parte de las casas rurales requiere el aprendizaje de las claves para conseguir posicionar el sitio web de forma natural u orgánica (SEO) o por medio de pago o patrocinio (SEM), en las primeras posiciones de los buscadores. Implementar campañas SEM y trabajar el SEO con profesionales les ayudará en el proceso de posicionamiento en el mercado. Es importante conocer las motivaciones de consumo y las palabras clave que emplean sus clientes objetivo para poder ejecutar una adecuada estrategia SEO y SEM. Trabajar en clave de experiencias turísticas, les permitirá incorporar palabras clave alineadas con las motivaciones de sus clientes más allá del alojamiento rural.

**Inversión** Media: entre 3.001 y 10.000 €



Formación



# DIGITALIZACIÓN



## Revenue Management

28

**Objetivo:** Incrementar la rentabilidad de las casas rurales

### Solución

Las casas rurales pueden aumentar su rentabilidad mediante el diseño de estrategias de precio que maximicen sus beneficios. Para conseguir este objetivo es necesario que se aprenda a gestionar los ingresos actuando sobre la optimización de tarifas, la predicción del comportamiento del consumidor, el control de la distribución en los canales, la previsión de demanda y la evaluación de los datos de mercado y clientes para mejorar ingresos. Además de incrementar su formación, los profesionales de las casas rurales pueden incorporar estrategias de gestión del precio para las que necesitarán herramientas online de revenue management.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



## Gestión de herramientas en la nube

39

**Objetivo:** Aumentar el conocimiento de las opciones profesionales de los servicios en la nube

### Solución

La posibilidad de trabajar en la nube requiere que los propietarios y profesionales de la gestión de las casas rurales adquieran los conocimientos necesarios que les permitan aprovechar las ventajas que la nube ofrece. Se recomienda conocer las herramientas online que ofrecen posibilidades para almacenar datos o trabajar, compartir el trabajo y crear contenidos en grupo, con herramientas colaborativas de edición y gestión, almacenaje de datos, CRM, etc. Por último, es igualmente importante identificar y minimizar los problemas de seguridad.

Inversión Media: entre 3.001 y 10.000 €



Formación



# DIGITALIZACIÓN



## Aplicaciones de Inteligencia Artificial

30

**Objetivo:** Impulsar el conocimiento de la Inteligencia Artificial y su aplicación en las casas rurales

### Solución

La fuerte penetración de herramientas basadas en Inteligencia Artificial provoca que las empresas turísticas deban conocer el impacto que conllevan los cambios de esta nueva Revolución Industrial, sus antecedentes y evolución, las oportunidades y amenazas para comprender mejor la importancia clave de la Inteligencia Artificial en el sector turístico.

Los distintos tipos de Inteligencia Artificial, las expectativas que genera, y la realidad actual describiendo dónde termina la ciencia y dónde comienza la ciencia ficción.

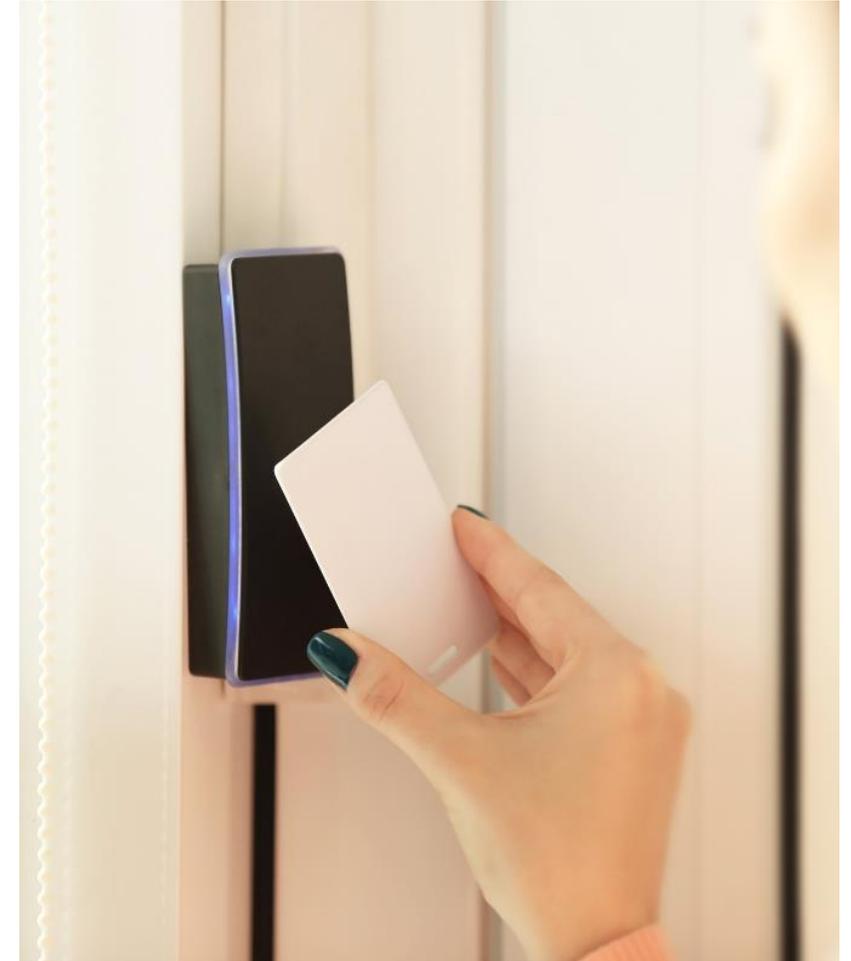
Por último, deben incorporarse a la gestión aplicaciones prácticas de la Inteligencia Artificial en el sector turístico desde la estrategia empresarial, sin olvidar las personas, empleados y clientes.

A través de la participación en sesiones formativas, así como el disponer del acceso a la información sobre empresas y profesionales que ayuden a las casas rurales a incorporar soluciones de Inteligencia Artificial, permitirán incrementar su nivel de digitalización. Estos procesos influirán no solo en la mejora de la experiencia del cliente, sino en la optimización de los procesos de trabajo de sus gestores y profesionales, reduciendo tiempos y costes asociados.

Inversión Baja: hasta 3.000€



Formación



**©2022 –Turisme Comunitat Valenciana**

invattur@gva.es

invattur.es

**Redacción, diseño y maquetación**

Soluciones Turísticas



soluciones turísticas  
consultoria & marketing